

экономические и социальные перемены

№ 2 (192)
март — апрель 2026

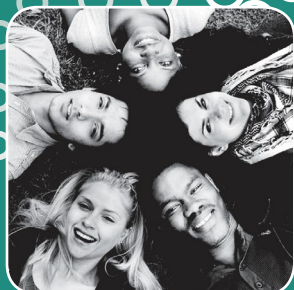
СОЦИОЛОГИЯ
ИНТЕРНЕТА



СОЦИАЛЬНАЯ
ДИАГНОСТИКА



СОЦИОЛОГИЯ
СТАРЕНИЯ



СОЦИОЛОГИЯ
МОЛОДЕЖИ

18+

ISSN 2219-5467



9 772219 546006 >

Главный редактор журнала:

Федоров Валерий Валерьевич —

кандидат политических наук, генеральный директор АЦ ВЦИОМ,
декан факультета социальных наук и массовых коммуникаций
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Заместители главного редактора:

Седова Наталья Николаевна —

руководитель научно-методического департамента АЦ ВЦИОМ

Подвойский Денис Глебович —

кандидат философских наук, ведущий научный сотрудник
Института социологии ФНИСЦ РАН, доцент РУДН

Ответственный редактор:

Бирюкова Светлана Сергеевна —

кандидат экономических наук, главный научный сотрудник
Института социальной политики НИУ ВШЭ

M77 Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — М.: АО «АЦ ВЦИОМ», 2026. — № 2 (192). — 316 с.

ISSN 2219-5467

Объективная, точная, регулярная и свежая информация «Мониторинга» полезна всем, кто принимает управленческие решения, занимается прогнозированием и анализом развития общества. Наш журнал пригодится сотрудникам научных и аналитических центров, работникам органов управления, ученым, преподавателям, молодым исследователям, студентам и аспирантам, журналистам.

Тематика материалов охватывает широкий круг социальных, экономических, политических вопросов, основные рубрики посвящены теории, методам и методологии социологических исследований, вопросам взаимодействия государства и общества, социальной диагностике. Каждый номер журнала содержит двухмесячный дайджест основных результатов еженедельных общероссийских опросов ВЦИОМ.

Мы публикуем статьи специалистов, представляющих ведущие научные социологические центры, институты, организации, а также ВУЗы России и зарубежных стран. Широкая тематика журнала представляет возможность выступить на его страницах представителям смежных специальностей (политологам, историкам, экономистам и т.д.), опирающимся в своих исследованиях на эмпирические социологические данные.

Журнал издается с 1992 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЕЖИ

А. А. Орехов, А. Б. Захаров

Стили жизни российской молодежи в отношении здоровья:
гендерные различия..... 3

Н. С. Соловьева, А. Д. Петрова

Инаковость поколения Z на рабочем месте: поведенческие и ценностные
особенности в глазах работодателей..... 24

А. А. Банько

Адаптация молодых сотрудников в российских научных коллективах 46

D. S. Chebanova

From Regions to Metropolises: Models of Regional and Political Identities
Transposition among Russian Youth 67

СОЦИОЛОГИЯ СТАРЕНИЯ

К. А. Галкин

Сценарии формирования идентичности с местом у пожилых людей
в сельской местности 92

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ

Мониторинг мнений: март — апрель 2026 110

СОЦИАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА

Н. С. Воронина

Восприятие затрат времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин
в России 122

М. Е. Гошин, О. В. Бударина

Стратегии поведения населения при столкновении с проблемой
раздражающих запахов в атмосфере..... 146

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

Л. С. Кузина, Е. В. Попов

Тактики противостояния фейковой информации и факторы проведения
фактчекинга в России 170

<i>А. Д. Казун</i> Фейк — это то, что бывает с другими: представления россиян о группах, уязвимых для дезинформации.....	192
<i>Р. А. Щербаков</i> Индивидуальные практики кибербезопасности: связь с социально- экономическим статусом и опытом переживания рисков	216
<i>С. Г. Давыдов</i> Пользование сетевыми социальными медиа в турбулентном обществе: случай России 2022—2024 гг.....	236

ГОСУДАРСТВО И ОБЩЕСТВО

<i>А. Д. Абдулаев</i> Влияние государственного участия на интенсивность конфликтов в сфере ЖКХ (на примере Санкт-Петербурга).....	259

ТОЧКА ЗРЕНИЯ

<i>А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова</i> Искусственный интеллект: тринадцать тезисов, две дилеммы (одна моральная, другая политическая) и пять вопросов о том, что делать	284

ВПЕРВЫЕ ПО-РУССКИ

<i>Д. Гэллал</i> Насколько важно общественное мнение во время войны? / вступ. слово В. В. Федорова; вступ. слово и пер. с англ. Е. А. Фостачук	304

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3059](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3059)



А. А. Орехов, А. Б. Захаров

**СТИЛИ ЖИЗНИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ
В ОТНОШЕНИИ ЗДОРОВЬЯ:
ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ**

Правильная ссылка на статью:

Орехов А. А., Захаров А. Б. Стили жизни российской молодежи в отношении здоровья: гендерные различия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 3—23. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3059>.

For citation:

Orekhov A. A., Zakharov A. B. (2026) Health Lifestyles among Russian Youth: Gender Differences. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 3–23. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3059>. (In Russ.)

Получено: 06.07.2025. Принято к публикации: 19.12.2025.

СТИЛИ ЖИЗНИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ОТНОШЕНИИ ЗДОРОВЬЯ: ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ

ОРЕХОВ Александр Алексеевич — кандидат исторических наук, научный сотрудник Центра комплексных исследований социальной политики Института социальной политики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: aorekhov@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-5089-3447>

ЗАХАРОВ Андрей Борисович — кандидат педагогических наук, независимый исследователь, Москва, Россия

E-MAIL: ab.zakharov@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1062-7977>

Аннотация. Статья посвящена исследованию стилей жизни российской молодежи в отношении здоровья с учетом гендерных различий. На данных лонгитюда «Траектории в образовании и профессии» ($N = 3398$, 2022 г.) проведен анализ латентных классов и выделены три класса молодых россиян в зависимости от их отношения к здоровью: (1) придерживающиеся здорового образа жизни, (2) склонные к вредным привычкам и (3) пассивные в отношении к здоровью. Следуя скорректированной модели Уильяма Кокерхэма, авторы проверили распределение молодых мужчин и женщин в каждом классе по набору демографических и социально-экономических характеристик. Анализ выявил значимые гендерные различия при следовании стилям жизни в отношении здоровья. Женщины реже мужчин относились к классу склонных к вредным привычкам и чаще придерживались здорового или пассивного стиля жизни. В браке женщины чаще придерживались здорового образа жизни, а мужчины чаще относились к клас-

HEALTH LIFESTYLES AMONG RUSSIAN YOUTH: GENDER DIFFERENCES

Aleksandr A. OREKHOV¹ — Cand. Sci. (Hist.) Research Fellow of Institute for Social Policy Centre for Comprehensive Social Policy Studies
E-MAIL: aorekhov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-5089-3447>

Andrey B. ZAKHAROV² — Cand. Sci. (Pedagogy), Independent Researcher
E-MAIL: ab.zakharov@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-1062-7977>

¹ HSE University, Moscow, Russia

² Moscow, Russia

Abstract. This article investigates the health-related lifestyles of Russian youth. Utilizing longitudinal data from the «Trajectories in Education and Profession» study ($N = 3398$, 2022), a latent class analysis was conducted, identifying three distinct classes of young people (mean age: 26): those adhering to a healthy lifestyle, those prone to unhealthy habits, and those passive about health. Building on W. Cockerham's revised model, the study examines the distribution of young men and women across classes according to a range of socio-demographic and economic characteristics. The analysis revealed significant gender differences in health-related lifestyles. Women were less likely than men to belong to the class prone to unhealthy habits and more likely to follow either a healthy or a passive lifestyle. Among married individuals, women more often adhered to a healthy lifestyle, while men were more frequently associated with unhealthy habits. Higher education levels and high subjective assessments of material well-being were more strongly linked to healthy lifestyles

су с вредными привычками, чем мужчины вне брака. Высокий уровень образования и высокая оценка субъективного материального благосостояния больше ассоциированы с ведением здорового образа жизни в целом для обоих полов. Однако среди мужчин с высоким материальным статусом доля приверженцев вредных привычек остается высокой — вероятно, материальные ресурсы не всегда конвертируются в здоровье-сберегающее поведение из-за укорененных в обществе моделей маскулинности. Предыдущий опыт регулярных занятий спортом важен для следования здоровому образу жизни для обоих полов, но особенно для женщин — отсутствие такого опыта ассоциировано с их попаданием в класс пассивных в отношении к здоровью.

Ключевые слова: стили жизни в отношении здоровья, социальный класс, занятия физкультурой и спортом, потребления алкоголя

overall for both genders. However, among men with high material status, the proportion adhering to unhealthy habits remained substantial, suggesting that material resources do not always translate into health-preserving behavior. Prior experience with regular sports participation is important for maintaining a healthy lifestyle for both genders, but particularly for women; lack of such experience is closely linked to their placement in the passive health class.

Keywords: health lifestyles, social class, sport participation, alcohol consumption

Введение

Считается, что детский и подростковый периоды жизни крайне важны для формирования стиля жизни в отношении здоровья (СЖЗ) в зрелом и старшем возрасте [Рождественская и др., 2023; Harris, Lee, Deleone, 2010]. Здоровый образ жизни (ЗОЖ) понимается как нормативный набор рекомендаций для самостоятельного использования, личных практик, направленных на поддержание здоровья и долголетие: регулярный сон, сбалансированное питание, физическая активность, отказ или ограничение употребления алкоголя, табака и психоактивных веществ¹. Эффективность таких мер подтверждается рекомендациями Всемирной организации здоровья², а также результатами исследований, в которых индивидуальные поведенческие практики рассматриваются как самостоятельные факторы смертности от конкретных заболеваний вне зависимости от социально-экономических и культурных условий жизни людей [Chen, 2024; Li et al., 2018].

¹ Основы здорового образа жизни // Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор). Управление по Республике Башкортостан. URL: <https://04.rosпотребnadzor.ru/index.php/press-center/press-reliz/18879-02112023.html> (дата обращения: 22.11.2025).

² World Health Organization (2025) Everyday actions for better health — WHO recommendations. *World Health Organization*. URL: <https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/everyday-actions-for-better-health-who-recommendations> (accessed: 22.11.2025); World Health Organization (2025) Nutrition for a healthy life — WHO recommendations. *World Health Organization*. URL: <https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/nutrition--maintaining-a-healthy-lifestyle> (accessed: 22.11.2025).

Затрагивая проблематику здоровья и распространенности ЗОЖ среди молодежи, мы опираемся на концепцию *healthy lifestyles* — типов, или стилей, жизни в отношении здоровья [Mollborn, Lawrence, Saint Onge, 2021; Рощина, 2016; Cockerham, 2005]. Концепция СЖЗ ориентирует исследования на анализ закономерностей и специфики группового поведения в отношении здоровья в широком жизненном контексте, определяемом социально-экономическими и культурными характеристиками респондентов. Эти характеристики проявляются в коллективных идентичностях и нормах поведения, связанных со здоровьем [Cockerham, 2005].

При таком рассмотрении ЗОЖ превращается из эталонного набора личных практик, призванных продлевать жизнь, в один из типов поведения в отношении здоровья, который с разной степенью вероятности доступен для следования различным социальным группам [Mollborn et al., 2021]. Из этого возникает ряд вопросов. Например, какие еще стили жизни в отношении здоровья распространены среди молодежи? Какие группы молодежи их придерживаются? Вслед за этим наиболее актуальными видятся выявление стилей жизни в отношении здоровья среди российской молодежи и характеристика групп, следующих этим стилям.

В статьях, подготовленных на российских данных, исследователи не концентрировались специально на когорте молодежи и предлагали модели классификации СЖЗ для выборки, репрезентирующей население в целом [Рощина, 2016; Рощина, Гремченко, 2016; Ермолаева, Носкова, 2015]. Например, на данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ) за период 2000—2014 гг. были показаны различия в СЖЗ в зависимости от показателей социально-экономического статуса³: высокодоходные группы респондентов в меньшей степени подвержены курению, злоупотреблению алкоголем, соблюдают высокую физическую активность и придерживаются здорового питания [Ермолаева, Носкова, 2015]. В подобных исследованиях молодые люди зачастую оказывались в одном кластере по стилю жизни, что не позволяло выявить нюансы их выбора СЖЗ. Например, на данных РМЭЗ 2011—2014 гг. авторы [Гремченко, Рощина, 2016] выделили четыре кластера россиян по СЖЗ, где молодежь рассматривалась как единая группа — «молодежь, ведущая здоровый образ жизни», без дальнейшей дифференциации. Когорте молодежи чаще были посвящены исследования про предпочтение определенных практик СЖЗ и выявление предикторов их выбора. Среди них работы, посвященные физической активности российской молодежи [Хоркина и др., 2022] и потреблению алкоголя [Кондратенко, 2025].

В статьях, подготовленных на данных других стран, авторы, фокусируясь на молодежных когортах, уделяли особое внимание формированию стилей жизни в период от подросткового до раннего взрослого возраста (от 11 до 34 лет), гендерной специфике формирования СЖЗ, связям СЖЗ и социально-демографических характеристик [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020; Lawrence et al., 2017; Olson, Hummer, Harris, 2017; Skalamera, Hummer, 2016]. Однако в числе переменных, включенных в эти модели, не было опыта предыдущих занятий спортом. Данная

³ Социально-экономический статус — составной показатель, призванный показать положение индивида в системе социальной стратификации, компонентами которого обычно являются уровень образования, профессиональный статус, оценка материального благосостояния [Pampel et al., 2010].

переменная может оказаться важной характеристикой группы, выбирающей наиболее ориентированный на сохранение здоровья тип поведения.

Настоящее исследование — первая попытка построить классификацию СЖЗ молодежи на российских данных и в силу этого носит разведывательный характер. В число переменных модели классификации, помимо демографических и социально-экономических характеристик, включен опыт недавних занятий спортом за год, предшествующий году сбора массива данных. Такое дополнение контекста жизни респондентов является новым компонентом для моделей классификации СЖЗ в целом.

В качестве основного разреза, в котором мы анализируем различия между группами, придерживающимися разных СЖЗ, мы выбрали разрез по полу, поскольку, согласно исследованиям на данных других стран, структура поведения в отношении здоровья у мужчин и женщин существенно различается [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020; Olson, Hummer, Harris, 2017]. В отечественных исследованиях субъективного здоровья пол респондентов зачастую включается в анализ в качестве контрольной переменной, однако его роль как возможного предиктора СЖЗ редко становится предметом самостоятельного анализа.

Задачи исследования — выявить стили жизни в отношении здоровья среди российской молодежи, проанализировать демографические и социально-экономические характеристики классов по СЖЗ, изучить гендерные различия при реализации СЖЗ.

Теоретическая модель формирования стилей жизни в отношении здоровья У. Кокерхэма

В рамках социальной эпидемиологии СЖЗ определяются как «модели поведения, ценности и установки, связанные со здоровьем, адаптированные группами людей в ответ на их социальное, культурное и экономическое окружение» [Abel, 1991] и являются результатом взаимодействия человеческой агентности и социальной структуры, которая предоставляет или ограничивает возможности людей [Link, Phelan, 1995].

Значимый вклад в разработку теоретической модели для исследований СЖЗ внес Уильям Кокерхэм, актуализировав вопрос о том, насколько выбор поведения относительно здоровья обусловлен социальной структурой или человеческой агентностью [Cockerham, 2005]. Ключевая идея состоит в том, что привычки в области здоровья (питание, физическая активность, курение, употребление алкоголя и т. д.) не просто набор отдельных действий, а устойчивые паттерны поведения, которые воспроизводятся коллективно внутри социальных групп и глубоко укоренены в повседневных практиках [Cockerham, 2005].

В рамках модели были операционализированы идеи Макса Вебера о том, что образ жизни человека является коллективным феноменом, представляет собой модели потребления и формируется на пересечении жизненного выбора (life choices) и жизненных шансов (life chances) [Cockerham, Rütten, Abel, 1997]. Концепт габитуса Пьера Бурдьё был использован Кокерхэмом для операционализации образа жизни следующим образом: объективные условия жизни человека и его позиции в социальной структуре формируют габитус, состоящий из системы

предрасположенностей, порождающих практики действия, и системы восприятия и оценки (вкуса), и совместно они порождают конкретные практики образа жизни. По мнению Кокерхэма, Бурдые сокращает разрыв между жизненными шансами и жизненным выбором, обозначенными Вебером, с помощью концепции габитуса, которая объединяет оба понятия в единое целое [Cockerham et al., 1997].

В своей модели Кокерхэм выделяет четыре группы структурных переменных, которые могут влиять на формирование СЖЗ: 1) классовые характеристики (class circumstances), 2) возраст, пол и раса / этническая принадлежность (age, gender, and race/ethnicity), 3) принадлежность к сообществам (collectivities) и 4) материальные условия жизни (living conditions) [Cockerham, 2013]. Под классовыми характеристиками понимаются указанные выше компоненты социально-экономического статуса. Сообщества рассматриваются как собрания акторов, связанных в том числе общими нормами, ценностями, идеалами, политическими взглядами, в форме рабочего коллектива, группы родственников, религиозного сообщества. Под материальными условиями жизни понимаются различия в качестве жилья, доступе к коммунальным услугам (обеспеченность электричеством, газом, отоплением, канализацией, сантехникой в помещении и прочее), качество инфраструктуры района проживания (в том числе наличие доступных продуктовых магазинов, парков, мест отдыха, медицинских учреждений) и уровень обеспечения личной безопасности [Cockerham, 2013].

Эти группы переменных формируют социальный контекст, от которого зависят жизненные шансы и возможности для принятия жизненного выбора. Комбинация жизненного выбора и жизненных шансов определяет возможные образы жизни для отдельных лиц, групп и классов, а люди продумывают ход своих действий, учитывая эти возможности и ограничения, и выбирают поведение — стиль жизни, в том числе в области здоровья. СЖЗ может быть направлен как на сохранение здоровья, так и быть рискованным, ведущим к более ранней смертности [Cockerham, 2013].

В разных национальных контекстах модель Кокерхэма помогала выявлять структуры латентных классов по СЖЗ, предикторы попадания в классы по СЖЗ, связи между СЖЗ и рисками развития заболеваний, а также предикторы конкретных практик в отношении здоровья. Например, исследование на данных канадской репрезентативной выборки выявило, что социально-экономический статус, состояние физического и психического здоровья являются значимыми предикторами таких практик, как курение, физическая активность и употребление алкоголя [Chai et al., 2024]. Данные испанской выборки людей среднего и пожилого возраста подтвердили, что устойчивое следование комплексу здоровых практик, включающему когнитивную и физическую активность, при определенных характеристиках социально-экономический статуса связано с лучшими когнитивными показателями [Roca-Ventura et al., 2025].

Исследования, посвященные молодежной и юношеской когортам, также показывают, что СЖЗ тесно связаны с демографическими и социально-экономическими характеристиками групп. Особое внимание в работах уделяется формированию СЖЗ у респондентов в возрасте 15—30 лет, так как период юношества и ранней зрелости критически важен для формирования СЖЗ на последующих эта-

пах жизни [Lawrence et al., 2017; Lawrence, Mollborn, Hummer, 2020; Olson et al., 2017]. Результаты этих исследований актуализируют изучение структуры латентных классов по СЖЗ на выборке респондентов в возрасте до 30 лет⁴.

Российские данные дают нам представление о практиках здоровья респондентов на исходе периода их молодости — уже сформированных и устойчивых привычках. Следовательно, мы фиксируем по этим практикам результат уже сделанного выбора, а не сам процесс его выбора и формирования. В связи с этим фокус нашего исследования смещен на анализ связи СЖЗ с социальным контекстом. Для этого мы адаптировали модель Кокерхэма с акцентом на измерение структурных ограничений. В качестве переменных, отражающих эти ограничения, в нашу модель включены пол и семейное положение (демографические характеристики), уровень образования, субъективная оценка материального положения, профессиональный статус (показатели социально-экономического статуса). Дополнительно в модель включен опыт занятий спортом в недавнем прошлом как элемент сформированного габитуса в сфере здоровья.

Рассмотрим исследования, которые были посвящены связям СЖЗ с отобранными для дальнейшего анализа характеристиками.

Эмпирические исследования о связях демографических характеристик, социально-экономического статуса и СЖЗ

Пол, возраст и семейный статус считаются связанными с выбором СЖЗ. Исследования показывают, что женщины с меньшей вероятностью ведут рискованный для здоровья образ жизни, чем мужчины [Courtenay, McCreary, Merighi, 2002; Byrnes, Miller, Schafer, 1999]. Женщины в целом чаще соблюдают диету, потребляют меньше алкоголя и сигарет, чаще проходят профилактический медицинский осмотр, хотя мужчины более физически активны [Ермолаева, Носкова, 2015]. Доля женщин зачастую выше в классах, которые более ориентированы на здоровье. В частности, исследование гендерных различий в СЖЗ на выборке молодежи в возрасте 26—32 года показывает, что 67 % (против 29 % мужчин) женщин принадлежали к двум классам, наиболее ориентированным на здоровье [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020]. Однако такое соотношение мужчин и женщин в клас-

⁴ Например, исследование гендерных различий в структуре латентных классов по СЖЗ на мужской и женской выборках респондентов в возрасте 15—17, 20—24 и 26—31 год (Add Health) показало, что структура латентных классов по СЖЗ была тесно связана с возрастом и в ходе взросления респондентов значительно менялась [Lawrence, Mollborn, Hummer, 2020]. В выборке респондентов в возрасте 15—17 лет среди женщин выделялись классы «здоровый», «смешанный, с недосыпом», «нездоровый, с низкой физической активностью / употреблением фастфуда», «нездоровый, с употреблением психоактивных веществ»; среди мужчин: «здоровый», «пассивный», «нездоровый, с употреблением алкоголя», «в целом здоровый, но с некоторым употреблением психоактивных веществ», «нездоровый, с употреблением психоактивных веществ», «нездоровый, без употребления психоактивных веществ». В выборке респондентов 20—24 лет среди женщин: «здоровый, с низкой физической активностью», «смешанный, с сидячим образом жизни, употреблением алкоголя», «нездоровый, с низкой физической активностью / проблемы с питанием», «нездоровый, с употреблением психоактивных веществ»; среди мужчин: «здоровый, с низкой физической активностью», «Смешанный, с сидячим образом жизни, употреблением алкоголя, недосыпом», «нездоровый, с некоторым употреблением психоактивных веществ», «нездоровый, с употреблением психоактивных веществ». В выборке респондентов 26—31 лет среди женщин: «здоровый, с низкой физической активностью/употреблением фастфуда», «здоровый, с употреблением алкоголя», «смешанный, с употреблением психоактивных веществ», «нездоровый», «наименее физически активный, с высоким потреблением фастфуда, недосыпом»; среди мужчин: «здоровый, с употреблением алкоголя», «смешанный, с низкой физической активностью, с недосыпом, класс „нездоровый, с вредными привычками“ [Lawrence, Mollborn, Hummer, 2020].

сах, ориентированных на здоровье, формируется только к возрасту 25—30 лет и является результатом изменения структуры СЖЗ в период взросления респондентов. Прослеживается следующая динамика структуры СЖЗ: большинство классов по СЖЗ в волне лонгитюда на момент подросткового возраста были ориентированы на здоровье или были смешанными (сочетающими условно здоровые и вредные практики), в волне 18—25 лет — смешанными или с вредными привычками, а в волне 26—32 лет прослеживается модель с преобладанием женщин в классах СЖЗ, ориентированных на здоровье либо сочетающих условно здоровые и вредные практики [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020]. Другое исследование на выборке молодежи подтверждает эти результаты: в латентных классах по СЖЗ наблюдается большая доля женщин в классах «здорового» (28 % женщин и 27 % мужчин), «смешанного» (50 % женщин, 32 % мужчин) по сравнению с мужчинами [Olson, Hummer, Harris, 2017].

Результаты исследований на выборках молодежи (18—30 лет) не дают однозначного ответа на вопрос о связях конкретных СЖЗ с семейным статусом. Национальные (Канада, Германия) репрезентативные данные показывают: брак и совместное проживание обычно снижают вероятность курения и употребления алкоголя, но также часто связаны с меньшей физической активностью и более высоким индексом массы тела [Chai, Tan, Dong, 2024; Hillebrandt, 2022]. Исследование Стефани Моллборн и коллег на данных когорты молодежи показывает, как комбинации брака, родительства и совместного проживания связаны с классами по СЖЗ. У респондентов 18—25 лет сочетание брака и родительства снижает вероятность «вредных привычек» для части мужчин и женщин. Вместе с этим именно у женщин наличие только одной из этих ролей иногда предсказывал СЖЗ, менее ориентированный на здоровье. Для группы 26—32 года эти закономерности не подтвердились — комбинация семейных ролей может сопровождаться разными стилями жизни. Тем не менее респонденты обоих полов со статусом «Не в браке/нет детей» или «Не в браке/есть дети» чаще всего попадали в нездоровые латентные классы здоровья [Mollborn et al., 2020].

Различия в социально-экономическом статусе признаются в качестве фундаментальной причины неравенства и ограничений в возможностях выбора стиля жизни в отношении здоровья [Link, Phelan, 1995]. Чем выше социально-экономический статус человека, тем ниже вероятность рискованного для здоровья поведения и тем более здоровым будет его образ жизни, в том числе и в юности [Lawrence, Mollborn, Hummer, 2017; Skalamera, Hummer, 2016; Christensen, Carpiano, 2014]. Латентные классы по СЖЗ, выявленные на выборке жителей Испании молодого и среднего возраста, с наименее рискованными практиками для здоровья СЖЗ включали большие доли участников с высшим образованием и профессиональным статусом, требующим университетского образования [Rosa-Ventura et al., 2025]. Однако связи с конкретными практиками в отношении здоровья разнонаправлены. Более высокий доход, уровень образования, владение жильем связаны с более низкой вероятностью регулярного курения и большими шансами оставить эту привычку [Chai et al., 2024]. Вместе с тем люди с более высоким уровнем дохода и образования чаще употребляют алкоголь и делают это регулярно [Chai et al., 2024].

Как правило, в число индикаторов классов СЖЗ включаются переменные, обозначающие физическую активность респондентов [Roca-Ventura et al., 2025, Chai et al., 2024, Mollborn et al., 2020, Lawrence et al., 2017]. В настоящем исследовании мы сделали также, но дополнительно ввели переменную о физической активности, позволяющую учесть опыт прошлогодней физической активности респондентов с градацией по регулярности занятий. Это позволяет нам дополнительно проконтролировать систематичность физической активности при распределении выборки по латентным классам СЖЗ.

В ходе анализа наших данных мы выявили демографические и социально-экономические характеристики групп российской молодежи, придерживающихся разных стилей жизни в отношении здоровья. Учитывая роль гендерных различий, показанную другими исследованиями, мы делаем анализ групп по СЖЗ как в целом на выборке, так и в разрезе по полу.

Использованные данные и методология

Для проведения исследования стилей жизни в отношении здоровья российской молодежи основные переменные были сконструированы нами на основе данных 11-й волны (2022 г.) всероссийского лонгитюдного исследования «Траектории в образовании и профессии» (ТрОП)⁵.

Базовой волной лонгитюда было исследование «Международное исследование качества математического и естественнонаучного образования» (TIMSS), проведенное в 2011 г. и репрезентировавшее учащихся восьмых классов общеобразовательных школ России. Выборку лонгитюда в базовой волне составили 4893 ученика из 210 школ в 42 регионах страны. В 2022 г. опросили 3398 человек, участвовавших в базовой волне (69%). Проверка выборки на осыпание показала, что есть весьма слабая, но статистически значимая связь участия в 11-й волне с рядом характеристик, измеренных в TIMSS. Опрошенные в 11-й волне слегка моложе, среди них больше девушек, людей, планировавших в 8-м классе получать высшее образование, выше средний тестовый балл TIMSS по математике, меньше людей с минимальным числом книг дома, а также проживающих в наиболее крупных городах, но больше живущих в населенных пунктах с населением от 3 до 100 тыс. человек. Также данные 11-й волны на момент проведения нашего исследования не предоставляли веса для использования в анализе, что накладывает некоторые ограничения на выводы о репрезентативности. Итоговые данные 11-й волны включают данные о 3324 респондентах.

Для решения задач исследования мы использовали анализ латентных классов (Latent class analysis, LCA), традиционный метод в изучении вариантов СЖЗ. LCA использует набор наблюдаемых переменных для определения категориальной скрытой переменной, которая в данном случае соответствует варианту СЖЗ

⁵ «Траектории в образовании и профессии» (ТрОП) — это всероссийское лонгитюдное исследование, основанное на выборке учащихся восьмых классов общеобразовательных школ России, которые прошли два международных сравнительных теста — Trends in International Mathematics and Science Study (TIMSS) (2011) и Programme for International Student Assessment (PISA) (2012). Всего за время исследования в 2009—2023 гг. было проведено 12 волн опроса. Данные лонгитюда собирались с помощью смешанной методологии, включающей онлайн-опросы (CAWI) и телефонные интервью (CATI), а также информацию, получаемую от родителей и учителей. Подробнее см.: <https://trop.hse.ru/>.

респондента [Collins, Lanza, 2010]. В результате выявляются латентные классы — группы респондентов с похожими паттернами ответов по ключевым показателям СЖЗ, что позволяет выявить варианты СЖЗ, присущие конкретной выборке [Abel, 1991].

В качестве таких наблюдаемых переменных для определения СЖЗ молодежи мы взяли данные ответов респондентов на вопрос «Что из перечисленного характерно для Вашего образа жизни?» с вариантами ответа: (1) хожу не менее тридцати минут в день, (2) пью не менее полутора литров воды в день, (2) в среднем сплю больше семи часов в сутки, (3) занимаюсь физкультурой или спортом один раз в неделю или чаще, (4) питаюсь правильно, (5) избегаю вредных продуктов, (6) выкуриваю не меньше пачки сигарет в неделю, (7) занимаюсь дыхательными практиками или медитацией не реже одного раза в неделю, (8) в среднем пью крепкие алкогольные напитки раз в неделю или чаще. Респонденты могли выбрать все подходящие варианты (см. Табл. П1 Приложения). В указанных переменных, индикаторах классов, не наблюдалось пропусков.

Для анализа факторов выбора СЖЗ мы использовали доступные социально-экономические и демографические характеристики респондентов. Из 11-й волны ТрОП получены данные об оконченном образовании респондентов (общее, среднее профессиональное, бакалавриат, специалитет или магистратура и выше), материальном положении⁶ и семейном статусе — в браке (да/нет). Из 10-й волны лонгитюда мы использовали информацию об опыте занятия спортом в 2021 г. (раз в неделю и чаще, нерегулярно, не занимались). На основе данных волны TIMSS получена информация о поле (м/ж), рассчитан возраст на 1 августа 2022 г. В выборке были респонденты в возрасте от 24 до 29 лет, средний возраст 26 лет, большинство из них завершили получение профессионального образования и вышли на рынок труда.

Результаты анализа

Латентные классы, характеризующие СЖЗ

Для определения числа латентных классов, характеризующих СЖЗ, мы провели анализ с переменными-индикаторами без добавления социально-экономических и демографических характеристик. В качестве оптимальной выбрана трехклассовая структура ($BIC = 27581,30$, $AIC = 27422,47$), поскольку при увеличении числа классов до трех наблюдается улучшение качества модели. Если число классов больше трех, значения BIC перестают существенно снижаться, значения AIC начинают ухудшаться. Исходя из распределения индикаторных переменных, выделенные классы (см. рис. 1) могут быть описаны следующим образом.

Класс 1 — придерживающиеся ЗОЖ (35,6% респондентов). Молодые люди с большей вероятностью выбирали практики здорового образа жизни: ходьбу не менее 30 минут в день, потребление не менее 1,5 литра воды в день, занятия

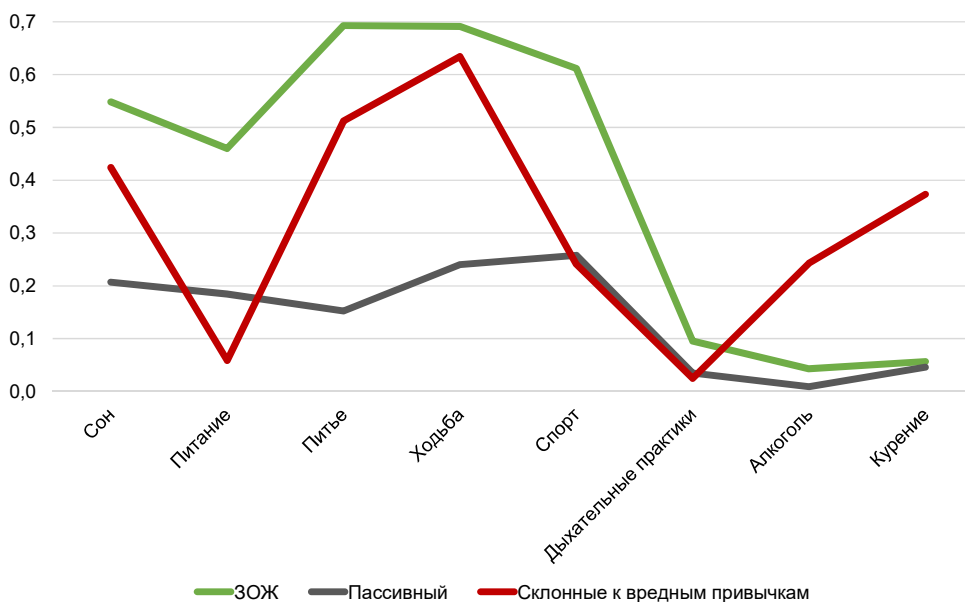
⁶ Формулировка вопроса и вариантов ответа: «Как бы Вы охарактеризовали Ваше материальное положение (материальное положение Вашей семьи)?» 1. Денег не хватает даже на питание. 2. На питание денег хватает, но не хватает на покупку одежды и обуви. 3. На покупку одежды и обуви денег хватает, но не хватает на покупку крупной бытовой техники. 4. Денег вполне хватает на покупку крупной бытовой техники, но купить новую машину не могли бы. 5. Денег хватает на все, кроме таких дорогих приобретений, как квартира, дом. 6. Материальных затруднений не испытываем, при необходимости могли бы приобрести квартиру, дом. 7. Затрудняюсь ответить.

физкультурой или спортом, сон больше 7 часов в сутки. С другой стороны, вероятность вредных привычек: курения не менее пачки сигарет в неделю и употребления крепких алкогольных напитков раз в неделю или чаще, — в этом классе наименьшая.

Класс 2 — склонные к вредным привычкам (27 % респондентов). В этом классе наибольшая вероятность курения и употребления алкоголя. Одновременно меньше представителей этого класса следили за питанием. Вероятность занятия физкультурой и дыхательными практиками здесь тоже минимальна, хотя и сопоставима со следующим классом.

Класс 3 — пассивные по отношению к своему здоровью (37,4 %). Респонденты характеризуются наименьшей вероятностью любой из практик за исключением здорового питания (про занятия физкультурой и дыхательными практиками см. выше, аналогично доля курящих здесь минимальна, но сопоставима с классом придерживающихся ЗОЖ).

Рис. 1. Условные вероятности выбора практик образа жизни

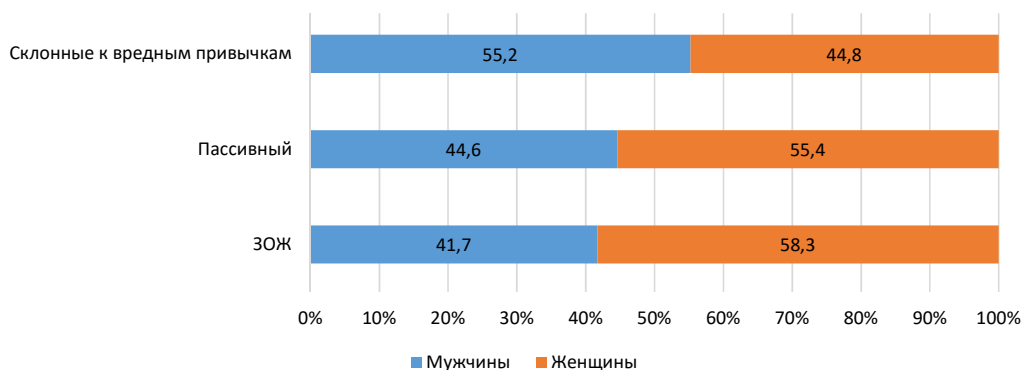


Рассмотрим различия латентных классов, характеризующих СЖЗ в разрезах, раскрывающих нюансы выбора СЖЗ (см. табл. П2 Приложения).

Различия в СЖЗ молодежи в разрезе демографических и социально-экономических характеристик

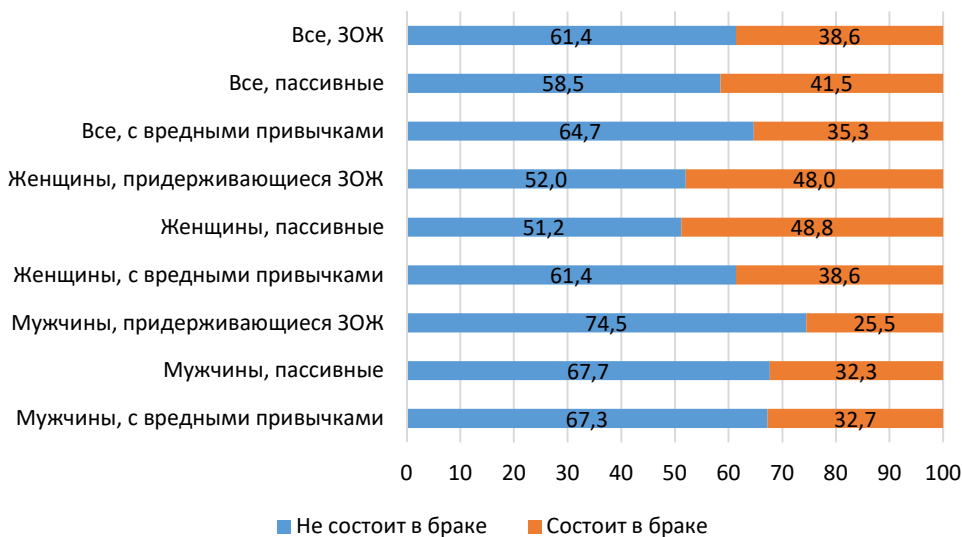
Женщины ведут образ жизни, более ориентированный на здоровье (см. рис. 2). В классах пассивной и придерживающейся ЗОЖ молодежи преобладают женщины, а в классе людей с вредными привычками — мужчины. В целом по выборке женщин лишь немного больше, чем мужчин (54 %).

Рис. 2. Стили жизни в отношении здоровья в разрезе пола (%)



На рисунке 3 можно заметить преобладание по всей выборке неженатых/незамужних респондентов во всех классах СЖЗ (доля в браке на 2022 г. — 39%), но чаще неженатые/незамужние оказываются в классе с вредными привычками.

Рис. 3. Стили жизни в отношении здоровья в разрезе пола и семейного положения (%)

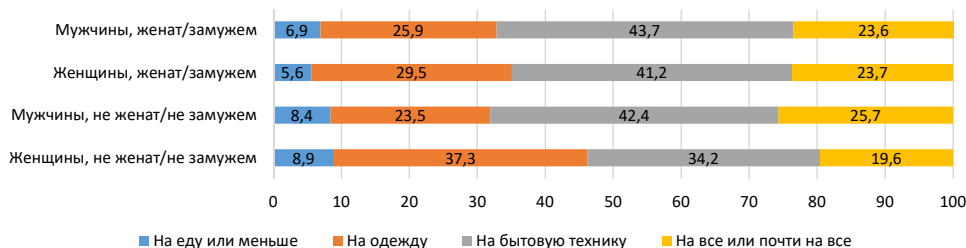


Распределения в разрезе по полу и семейному статусу показывают, что среди женщин с вредными привычками выше доля незамужних. В двух других классах незамужних лишь немногим больше 50%. Находясь в браке, женщины реже склонны к вредным привычкам.

Среди мужчин неженатые преобладают во всех трех классах СЖЗ, но наибольшая доля неженатых наблюдается в классе придерживающихся ЗОЖ. В противоположность женщинам, мужчины, состоящие в браке, чаще оказываются склонны к вредным привычкам или пассивному образу жизни в отношении здоровья.

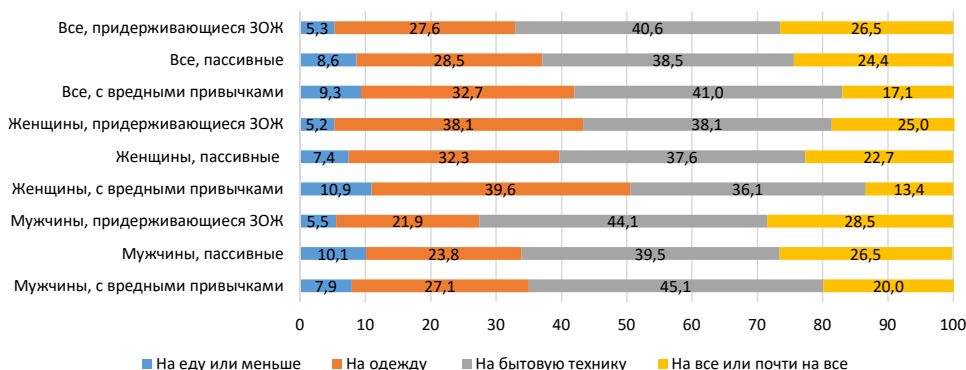
Мы предположили, что женатые мужчины чаще относятся к классам с вредными привычками или пассивных, так как среди них большая доля из социальных классов с низким уровнем дохода, представители которых предположительно чаще могут придерживаться вредных привычек. Для проверки этой гипотезы мы сравнили субъективную оценку материального благосостояния женатых и неженатых мужчин и женщин (см. рис. 4). Выяснилось, что у замужних женщин уровень благосостояния выше, чем у незамужних, что может объяснять их более ориентированное на здоровье поведение. Однако распределение женатых и неженатых мужчин по уровням благосостояния практически одинаково.

Рис. 4. Субъективная оценка материального благосостояния в разрезе пола и семейного положения (%)



Более высокий уровень материального благосостояния в целом ассоциирован с приверженностью здоровому образу жизни у обоих полов. Однако среди материально обеспеченных мужчин, в отличие от женщин, значительная доля относится к классу с вредными привычками (см. рис. 5).

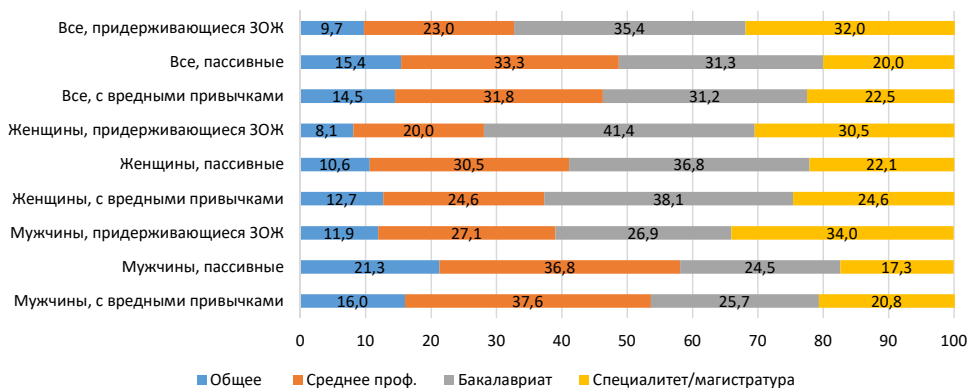
Рис. 5. Стили жизни в отношении здоровья в разрезе субъективной оценки материального благосостояния и пола (%)



Разрез по полу и уровню образования также обнаруживает единую тенденцию в СЖЗ молодежи. На общей выборке среди респондентов, придерживающихся ЗОЖ, преобладают люди с высшим образованием (бакалавриат или специалитет/магистратура) — 67,4%. В классах пассивных по отношению к здоровью

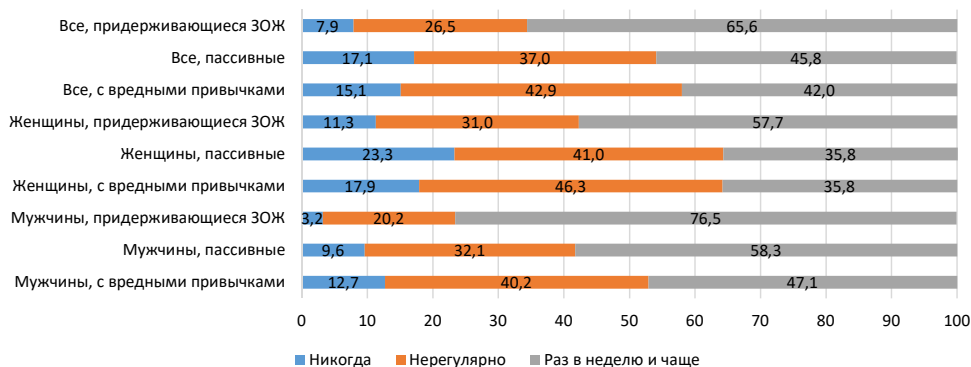
и с вредными привычками имеют высшее образование чуть более 50 % опрошенных. Та же тенденция распределения людей по СЖЗ, но в несколько других долях, наблюдается на подвыборках по полу (см. рис. 6). Различия проявляются, например, в большей доле мужчин с общим образованием в классе пассивных и немного большей относительно женщин доле окончивших специалитет/магистратуру среди придерживающихся ЗОЖ. Одновременно у женщин в целом выше уровень образования по сравнению с мужчинами.

Рис. 6. Стили жизни в отношении здоровья в разрезе уровня образования и пола (%)



Мы предположили, что приверженность к классу СЖЗ также связана с опытом систематических занятий спортом в недавнем прошлом. По данным общей выборки можно увидеть, что прошлый опыт частых занятий спортом повышает вероятность того, что респонденты продолжают эти занятия (см. рис. 7). Среди придерживающихся ЗОЖ 65,6 % ранее занимались спортом раз в неделю и чаще. Два остальных класса похожи при том различии, что среди молодежи с вредными привычками больше доля ранее занимавшихся спортом нерегулярно.

Рис. 7. Стили жизни в отношении здоровья в разрезе частоты прежних занятий спортом и пола (%)



Среди мужчин наблюдается более четкая градация на классы СЖЗ в зависимости от частоты занятий спортом в прошлом. Прослеживается иерархия классов по частоте таких занятий от респондентов с вредными привычками до придерживающихся ЗОЖ (см. рис. 7). Среди женщин доля занимавшихся спортом ранее значительно выше в классе придерживающихся ЗОЖ, а доля людей без такого опыта — в классе пассивных респондентов (как и на общей выборке). Однако между классами пассивных и с вредными привычками нет различий в доле ранее занимавшихся спортом регулярно.

Выводы и дискуссия

Латентные классы, характеризующие стили жизни в отношении здоровья

Известные нам исследования, ранее анализировавшие СЖЗ россиян, не фокусировались на молодежи. Статистический анализ в них относил молодых людей в основном к одному [Гремченко, Рощина, 2016] или двум [Ермолаева, Носкова, 2015] классам по СЖЗ. Такой подход не позволял увидеть различия в выбранных СЖЗ среди молодежи.

С помощью анализа латентных классов на выборке молодых людей мы сняли это ограничение и выявили три латентных класса по СЖЗ: придерживающиеся здорового образа жизни (35,6%), склонные к вредным привычкам (27%), пассивные по отношению к своему здоровью (37,4%).

Это вполне типичная структура латентных классов для рассматриваемой возрастной когорты. Структура латентных классов российской выборки совпадает с результатами исследования Джулии Олсон и коллег [Olson, Hummer, Harris, 2017], но не подтверждает наличие двух условно положительных по СЖЗ латентных классов [Lawrence, Mollborn, Hummer, 2017], сведя их в один класс придерживающихся здорового образа жизни.

Различия в СЖЗ молодежи в разрезе демографических, социально-экономических характеристик респондентов и опыта занятий спортом

Респонденты из общей выборки, придерживающиеся здорового образа жизни, в среднем имели более высокие показатели социально-экономического статуса (уровень образования и субъективная оценка материального благосостояния) по сравнению с теми, кто был склонен к вредным привычкам или пассивен в отношении своего здоровья. Переменные об уровне образования и субъективной оценке материального благосостояния остаются важны для различения латентных классов по СЖЗ среди респондентов в возрасте чуть меньше 30 лет, что подтверждает результаты предыдущих исследований [Mollborn et al., 2020, Lawrence et al., 2017; Olson et al., 2017; Skalamera, Hummer, 2016].

Различия в СЖЗ по семейному статусу по результатам нашего исследования в общей выборке не столь ярко выражены. Однако при меньшей доле молодых людей в браке этот фактор сохраняет значение: женатые/замужние респонденты скорее придерживались ЗОЖ или оставались пассивными по отношению к своему здоровью, чем принадлежали к классу склонных к вредным привычкам. Это указывает на защитную роль семьи для здоровья и для этой когорты молодежи. Такой результат подтверждает данные из исследования Стефани Моллборн и коллег [Mollborn et al., 2020]. И, так как класс склонных к вредным привычкам в нашей

модели во многом определен по практикам употребления алкоголя и сигарет, делаем вывод, что в целом наличие семьи в данной возрастной группе молодых людей снижает вероятность следования вредным привычкам, что подтверждает результаты предыдущих исследований [Chai et al., 2024; Hillebrandt, 2022].

Наконец, значительно чаще придерживались ЗОЖ респонденты, которые ранее имели опыт регулярных занятий спортом. Это результат, подтверждающий значимость физической активности в недавнем прошлом для предпочтения образа жизни, наиболее ориентированного на здоровье.

Гендерные различия в СЖЗ

Разрез по полу позволяет увидеть некоторые нюансы сделанного выбора СЖЗ. В частности, молодые женщины реже относятся к классу СЖЗ с вредными привычками, что подтверждается результатами исследования Джулии Олсон и коллег, согласно которым наибольшие доли респондентов-мужчин попали в класс нездорового поведения, а большинство респондентов-женщин — в классы смешанного и здорового поведения [Olson, Hummer, Harris, 2017]. Сравнение с результатами исследования Стефании Моллборн и коллег позволяет заметить, что их трехклассовая модель для мужской выборки в целом совпадает с нашими результатами. В их классовой модели для женской выборки появляются два класса, ориентированных на здоровье: «здоровый, с потреблением алкоголя», «здоровый, с низкой физической активностью» [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020]. Предполагаем, что при проведении анализа латентных классов мужской и женской выборок на российских данных отдельно можно будет выявить разные структуры латентных классов по СЖЗ.

Примечательно, как оказываются видны различия в СЖЗ в разрезе семейного статуса. В браке женщины скорее придерживаются ЗОЖ либо пассивны в отношении здоровья, а мужчины с большей вероятностью склонны к СЖЗ с вредными привычками. Если учесть, что атрибутами СЖЗ с вредными привычками в данном исследовании считаются курение, употребление крепких алкогольных напитков одновременно с большей физической активностью, чем у придерживающихся пассивного СЖЗ, делаем вывод, что брак не изменяет СЖЗ мужчин этой возрастной группы в сторону сокращения употребления крепкого алкоголя и курения сигарет, но и не полностью снижает физическую активность. Этот результат отчасти противоречит выводам других исследований, например, в том, что брак для мужчин сокращает потребление сигарет и повышает шансы ведения малоподвижного образа жизни [Chai, Tan, Dong, 2024; Hillebrandt, 2022]. Однако стоит учесть, что эти работы не фокусировались на когорте молодежи, и поэтому наше исследование уточняет специфику курения и физической активности мужчин рассматриваемой возрастной когорты. Мы предполагаем, что отсутствие снижения физической активности и практики курения мужчин в браке связано с моделями маскулинности, распространенными в России [World Health Organization, 2018: 30—31].

В разрезе по полу становятся видны различия по принадлежности к разным латентным классам по СЖЗ, исходя из компонентов социально-экономического статуса. С одной стороны, распределение мужчин и женщин по уровню образования и материального благосостояния в целом демонстрирует ту же тенденцию отнесения к классам по СЖЗ, что и общая выборка. Наличие высокого материаль-

ного статуса и высшего образования увеличивает жизненные шансы для мужчин выбрать более здоровый СЖЗ [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020]. С другой стороны, в классе с вредными привычками мужчин с двумя наиболее высокими материальными статусами больше по сравнению с женщинами (даже с учетом того, что благосостояние мужчин в среднем выше).

Как и в случае семейного статуса, высокие показатели социально-экономического статуса пересекаются с другими характеристиками (ценностями, функциями и моделями поведения), которые считаются неотъемлемыми для мужчин в рамках конкретной культуры, моделей маскулинности в терминологии ВОЗ [World Health Organization, 2018: 30—31]. Предполагаем, что некоторые из сложившихся моделей маскулинности в России могут препятствовать выбору более ориентированного на здоровье образа жизни при наличии благоприятных условий в остальном, и это требует дополнительного исследования.

Наконец, разрез по опыту занятий спортом показывают различия в отнесении мужчин и женщин к классам СЖЗ. Регулярные занятия спортом в недавнем прошлом очень важны для отнесения женщин к классу придерживающихся ЗОЖ в возрасте чуть меньше 30 лет. С учетом того, что для мужчин характернее подвижный образ жизни, а для женщин — большее внимание к качеству своего питания, меньшее употребление алкоголя и сигарет, но и меньшая физическая активность [Ермолаева, Носкова, 2015], это наблюдение говорит об актуальности вовлечения девушек в занятия любительским спортом в более младшем возрасте, когда происходит выбор СЖЗ [Mollborn, Lawrence, Hummer, 2020; Olson, Hummer, Harris, 2017].

Исследование имеет следующие ограничения: 1) на результаты могли повлиять неслучайный отсев респондентов в лонгитуде и отсутствие весовых коэффициентов, что ограничивает возможность генерализации выводов на всю генеральную совокупность российской молодежи; 2) доступные данные не позволили в полной мере операционализировать модель Кокерхэма: не были учтены переменные, связанные с принадлежностью к сообществам (социальный капитал, религиозность) и материальными условиями жизни.

Заключение

Исследование посвящено выявлению стилей жизни в отношении здоровья российской молодежи, а также анализу демографических и социально-экономических характеристик классов по СЖЗ, изучению гендерных различий при реализации стилей жизни в отношении здоровья.

В ходе работы выявлены три латентных класса по СЖЗ российской молодежи: придерживающиеся здорового образа жизни, склонные к вредным привычкам и пассивные в отношении здоровья. Эти результаты являются новыми для российской выборки и требуют дальнейшей проверки на других данных и с учетом расширенного набора индикаторов. Важную роль в формировании условий для выбора СЖЗ играют демографические и социально-экономические характеристики, однако их влияние различается для молодых мужчин и женщин. Гендерные различия могут объясняться социальными моделями поведения в случае социально-экономического статуса и предшествующими практиками в отношении здоровья, например опытом занятий спортом.

На наш взгляд, для данной выборки перспективны следующие направления исследований: 1) оценка сравнительного вклада демографических и социально-экономических характеристик в СЖЗ для обеих гендерных групп, 2) определение структуры латентных классов по СЖЗ на данных мужской и женской выборок, 3) описание сложившихся моделей маскулинности в России, которые способствуют или препятствуют выбору более ориентированного на здоровье образа жизни.

Список литературы (References)

1. Ермолаева П. О., Носкова Е. П. Основные тенденции здорового образа жизни россиян // Социологические исследования. 2015. № 4. С. 120—129. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=2624&jid=5199&jn=socis&ysclid=m4s6p4np9v953810422.
Ermolaeva P. O., Noskova E. P. (2015) Main Trends in the Sphere of Russians' Healthy Lifestyle. *Sociological Studies*. No. 4. P. 120—129. https://www.isras.ru/index.php?page_id=2624&jid=5199&jn=socis&ysclid=m4s6p4np9v953810422. (In Russ.)
2. Кондратенко В. А. Потребление алкоголя российской молодежью: как предпочтения родителей определяют поведение детей // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 2. С. 3—21. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2772>.
Kondratenko V. A. (2025) Alcohol Consumption Among Russian Youth: How Parental Preferences Determine Children's Behavior. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 3—21. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2772>. (In Russ.)
3. Рождественская Е., Маланина В., Клемашева Е., Барышева Г. Предикторы инвестирования в капитал здоровья старшего поколения // The Journal of Social Policy Studies. 2023. Т. 21. № 4. С. 647—660. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2023-21-4-647-660>.
Rojdestvenskaya E., Malanina V., Klemasheva E., Barysheva G. (2023) Predictors of Investment in Health Capital of the Older Generation. *The Journal of Social Policy Studies*. Vol. 21. No. 4. P. 647—660. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2023-21-4-647-660>. (In Russ.)
4. Рощина Я. М. Стиль жизни в отношении здоровья: имеет ли значение социальное неравенство? // Экономическая социология. 2016. Т. 17. № 3. С. 13—36.
Roschina Y. M. (2016) Health-Related Lifestyle: Does Social Inequality Matter? *Journal of Economic Sociology*. Vol. 17. No. 3. P. 13—36. (In Russ.)
5. Рощина Я. М., Гремченко Е. П. Факторы склонности к здоровому образу жизни // Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS — HSE). 2016. Вып. 6. С. 118—164. URL: https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE_2016.pdf.
Roschina Y. M., Gremchenko E. P. (2016) Factors of Propensity to Healthy Lifestyle. *Bulletin of the Russian Monitoring of the Economic Situation and Health of the Population of the National Research University Higher School of Economics (RLMS —*

- HSE). Vol. 6. P. 118—164. https://www.hse.ru/data/2016/07/28/1118935935/Vestnik%20RLMS-HSE_2016.pdf. (In Russ.)
6. Хоркина Н. А., Гритчина В. М., Садыкова Э. А., Лопатина М. В. Способствует ли физическая активность молодежи отказу от вредных привычек? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 1. С. 282—306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.1933>.
Khorkina N. A., Gritchina V. M., Sadykova E. A., Lopatina M. V. (2022) Does Physical Activity in Youth Contribute to Quitting Bad Habits? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 282—306. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.1.1933>. (In Russ.)
 7. Abel T. (1991) Measuring Health Lifestyles in a Comparative Analysis: Theoretical Issues and Empirical Findings. *Social Science & Medicine*. Vol. 32. No. 8. P. 899—908. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(91\)90245-8](https://doi.org/10.1016/0277-9536(91)90245-8).
 8. Byrnes J. P., Miller D. C., Schafer W. D. (1999) Gender Differences in Risk-Taking: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*. Vol. 125. No. 3. P. 367—383. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.3.367>.
 9. Chai X., Tan Y., Dong Y. (2024) An Investigation into Social Determinants of Health Lifestyles of Canadians: A Nationwide Cross-Sectional Study on Smoking, Physical Activity, and Alcohol Consumption. *BMC Public Health*. Vol. 24. Art. 2080. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-19427-4>.
 10. Chen J., Xiao Y., Yan C., L. X., Zhang Y., Chen Y., Huang Y., Deng R. (2024). The Relationship Between the Number of Chronic Diseases and Health-Related Quality of Life Among Middle-Aged and Older Adults in Rural Areas of Yunnan Province, China: Moderating Effect of Health Lifestyle. *Journal of Multidisciplinary Healthcare*. Vol. 17. P. 2425—2439. <https://doi.org/10.2147/JMDH.S463640>.
 11. Christensen V. T., Carpiano R. M. (2014) Social Class Differences in BMI among Danish Women: applying Cockerham's Health Lifestyles Approach and Bourdieu's Theory of Lifestyle. *Social Science & Medicine*. Vol. 112. P. 12—21. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2014.04.017>.
 12. Cockerham W. C. (2005) Health Lifestyle Theory and the Convergence of Agency and Structure. *Journal of Health and Social Behavior*. Vol. 46. P. 51—67. <https://doi.org/10.1177/002214650504600105>.
 13. Cockerham W. C. (2013) Bourdieu and an Update of Health Lifestyle Theory. In: Cockerham w. c. (Ed.) *Medical Sociology on the Move: New Directions in Theory*. Dordrecht: Springer. P. 127—154. https://doi.org/10.1007/978-94-007-6193-3_7.
 14. Cockerham W. C., Rütten A., Abel T. (1997) Conceptualizing Contemporary Health Lifestyles: Moving beyond Weber. *Sociological Quarterly*. Vol. 38. No. 2. P. 321—342. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1997.tb00480.x>.
 15. Collins L. M., Lanza S. T. (2010) Latent Class and Latent Transition Analysis: With Applications in the Social, Behavioral, and Health Sciences. New Jersey: John Wiley and Sons Inc.

16. Courtenay W. H., McCreary D. R., Merighi J. R. (2002) Gender and Ethnic Differences in Health Beliefs and Behaviors. *Journal of Health Psychology*. Vol. 7. No. 3. P. 219—231. <https://doi.org/10.1177/1359105302007003216>.
17. Harris K. M., Lee H., Deleone F. Y. (2010). Marriage and Health in the Transition to Adulthood: Evidence for African Americans in Add Health. *Journal of Family Issues*. Vol. 31. No. 8. P. 1106—1143. <https://doi.org/10.1177/0192513X10365823>.
18. Hillebrandt M. A. (2022) Impact of Changes in Relationship Status on Smoking Behavior and Body Weight. *Economics and Human Biology*. Vol. 44. Art. 101077. <https://doi.org/10.1016/j.ehb.2021.101077>.
19. Lawrence E. M., Mollborn S., Hummer R. A. (2017) Health Lifestyles Across the Transition to Adulthood: Implications for Health. *Social Science & Medicine*. Vol. 193. P. 23—32. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2017.09.041>.
20. Li Y., Pan A., Wang D. D. et al. (2018) Impact of Healthy Lifestyle Factors on Life Expectancies in the US Population. *Circulation*. Vol. 138. No. 4. P. 345—355. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.117.032047>.
21. Link B. G., Phelan J. (1995) Social Conditions As Fundamental Causes of Disease. *Journal of Health and Social Behavior*. Extra Issue. P. 80—94. <https://doi.org/10.2307/2626958>.
22. Mollborn S., Lawrence E. M., Hummer R. A. (2020) A Gender Framework for Understanding Health Lifestyles. *Social Science & Medicine*. Vol. 265. Art. 113182. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113182>.
23. Mollborn S., Lawrence E. M., Saint Onge J. M. (2021) Contributions and Challenges in Health Lifestyles Research. *Journal of Health and Social Behavior*. Vol. 62. No. 3. P. 388—403. <https://doi.org/10.1177/0022146521997813>.
24. Olson S. J., Hummer R., Harris K. (2017) Gender and Health Behavior Clustering among U.S. Young Adults. *Biodemography and Social Biology*. Vol. 63. No. 1. P. 3—20. <https://doi.org/10.1080/19485565.2016.1263148>.
25. Pampel F. C., Krueger P. M., Denney J. T. (2010) Socioeconomic Disparities in Health Behaviors. *Annual Review of Sociology*. Vol. 36. P. 349—370. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.012809.102529>.
26. Roca-Ventura A., Solana-Sánchez J., Cattaneo G., Alviarez-Schulze V., Española-Irla G., Redondo-Camós M., Delgado-Gallén S., Romero R., Buloz-Ororio E., Pascual-Leone Á., Bartrés-Faz D. (2025) Clustering on Longitudinal Lifestyle Trajectories and Their Impact on Cognitive Performance. *Frontiers in Psychology*. Vol. 16. Art. 1510971. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1510971>.
27. Skalamera J., Hummer R. A. (2016) Educational Attainment and the Clustering of Health-Related Behavior Among u.s. Young Adults. *Preventive Medicine*. Vol. 84. P. 83—89. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2015.12.011>.

28. World Health Organization. Regional Office for Europe (2018) The Health and Well-Being of Men in the Who European Region: Better Health Through a Gender Approach. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe. <https://iris.who.int/handle/10665/329686>.

Приложение

Таблица П1. **Распределение переменных — индикаторов классов СЖЗ, вся выборка (N = 3324)**

Переменные	Среднее	Стд. откл.
Ходит не менее тридцати минут в день (да/нет)	0,53	0,50
Пьет не менее полутора литров воды в день (да/нет)	0,46	0,50
В среднем спит больше семи часов в сутки (да/нет)	0,40	0,49
Занимается физкультурой или спортом один раз в неделю или чаще (да/нет)	0,39	0,49
Питается правильно, избегает вредных продуктов (да/нет)	0,25	0,43
Выкуривает не меньше пачки сигарет в неделю (да/нет)	0,15	0,35
Занимается дыхательными практиками или медитацией не реже одного раза в неделю (да/нет)	0,05	0,23

Таблица П2. **Описательная статистика по переменным — характеристикам молодежи (средние значения)**

Переменные	Все, N = 3324	Мужчины, N = 1543	Женщины, N = 1781
Классы СЖЗ			
Придерживающиеся ЗОЖ (да/нет)	0,36	0,32	0,39
Пассивные (да/нет)	0,37	0,36	0,39
С вредными привычками (да/нет)	0,27	0,32	0,23
Характеристики молодежи			
Женщина (да/нет)	0,54		
В браке (да/нет)*	0,39	0,30	0,46
Общее образование (да/нет)	0,13	0,17	0,10
Среднее профессиональное образование (да/нет)	0,29	0,34	0,25
Бакалавриат (да/нет)	0,33	0,26	0,39
Специалитет/магистратура (да/нет)**	0,25	0,24	0,26
Денег хватает на еду или меньше (да/нет)	0,08	0,08	0,07
Денег хватает на одежду (да/нет)	0,29	0,24	0,34
Денег хватает на бытовую технику (да/нет)	0,40	0,43	0,37
Денег хватает (почти) на все (да/нет)	0,23	0,25	0,22
Ранее занимался физкультурой раз в неделю и чаще (да/нет)	0,52	0,61	0,44
Ранее занимался физкультурой нерегулярно (да/нет)	0,35	0,31	0,38
Ранее не занимался физкультурой (да/нет)	0,13	0,09	0,17

* Какое у Вас официальное семейное положение в настоящее время? (Один ответ). 1. Не женат / не замужем и никогда не состоял(-а) в зарегистрированном браке. 2. Состою в зарегистрированном браке. 3. Разведен(-а) и в зарегистрированном браке не состою. 4. Вдовец / вдова. 5. затрудняюсь ответить.

** Специалитет и магистратура объединены в одну группу, так как свидетельствуют о сопоставимом уровне подготовки респондентов — к моменту получения диплома число лет учебы в рамках высшего образования в сумме составляет пять и шесть лет соответственно. Респонденты, окончившие специалитет или магистратуру, могут иметь схожие карьерные перспективы, например, они могут воспользоваться правом обучения в аспирантуре.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3064](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3064)



Н. С. Соловьева, А. Д. Петрова

**ИНАКОВСТЬ ПОКОЛЕНИЯ Z НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ:
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ И ЦЕННОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
В ГЛАЗАХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ**

Правильная ссылка на статью:

Соловьева Н. С., Петрова А. Д. Инаковость поколения Z на рабочем месте: поведенческие и ценностные особенности в глазах работодателей // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 24—45. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3064>.

For citation:

Soloveva N. S., Petrova A. D. (2026) The Otherness of Generation Z in the Workplace: Behavioral and Value Traits Through the Eyes of Employers. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 24–45. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3064>. (In Russ.)

Получено: 11.07.2025. Принято к публикации: 24.01.2026.

ИНАКОВОСТЬ ПОКОЛЕНИЯ Z НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ И ЦЕННОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В ГЛАЗАХ РАБОТОДАТЕЛЕЙ

СОЛОВЬЕВА Наталья Сергеевна — аспирант, младший научный сотрудник Центра молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: nchernisheva@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1689-3838>

ПЕТРОВА Алина Дмитриевна — стажер-исследователь Центра молодежных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Санкт-Петербург, Россия
E-MAIL: ad.petrova3@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7468-6486>

Аннотация. Статья представляет исследование представлений работодателей о поведенческих и ценностных особенностях работников поколения Z. Объектом анализа выступают интерпретации «инаковости» молодежи, транслируемые руководителями в различных секторах занятости. Эмпирическая база включает 20 глубинных интервью с работодателями из производственного, социально-культурного, сервисного и высокотехнологического секторов экономики Санкт-Петербурга. Анализ проводился методом тематического кодирования. Результаты показывают, что работодатели чаще всего артикулируют инаковость поколения через описание трудностей в работе с его представителями: эмоциональной чувствительностью, слабой профессиональной социализацией, нарушением трудовых иерархий и недостаточной ответственностью при выполнении задач. Однако также они демонстрируют готовность воспринимать эти особенности как новые эмоциональные режимы на рынке труда, проводниками которых становится поколение Z. Нарративы

THE OTHERNESS OF GENERATION Z IN THE WORKPLACE: BEHAVIORAL AND VALUE TRAITS THROUGH THE EYES OF EMPLOYERS

Natalia S. SOLOVEVA¹ — Doctoral Student; Junior Researcher at the Centre for Youth Studies
E-MAIL: nchernisheva@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1689-3838>

Alina D. PETROVA¹ — Research Intern at the Centre for Youth Studies
E-MAIL: ad.petrova3@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-7468-6486>

¹ HSE University, St Petersburg, Russia

Abstract. This article examines employers' perceptions of the behavioral and value-based characteristics of Generation Z employees. The authors focus on interpretations of youth "otherness" articulated by managers across various employment sectors. The study is grounded in a qualitative methodological framework and draws on empirical data from 20 in-depth interviews with employers from the manufacturing, socio-cultural, service, and high-tech sectors of Saint Petersburg's economy. The analysis was conducted using thematic coding. Findings show that employers most frequently express Gen Z's otherness through accounts of workplace challenges: emotional sensitivity, weak professional socialization, disruption of workplace hierarchies, and insufficient responsibility in task execution. However, employers also exhibit a willingness to interpret these traits as markers of new emotional regimes in the labor market, with Generation Z as their primary carriers. The narratives emphasize Gen Z's idealistic expectations, especially their demands for work-life balance and rapid self-fulfillment, which often clash

подчеркивают значимость идеалистических ожиданий зумеров, в частности требования в отношении баланса труда и отдыха и быстрой самореализации, которые вступают в противоречие с институциональными возможностями работодателей. Высокий идеализм, по мнению интервьюируемых, может стать причиной дефицита на рынке труда, поскольку поколение Z в поисках идеальной работы легче отказывается от актуальных предложений в пользу воображаемых возможностей. Выводы исследования указывают на необходимость учитывать институциональный контекст и возрастные факторы при интерпретации поколенческих различий, а также на ограниченность универсальных моделей описания молодежного труда. Кроме того, мы демонстрируем, как артикуляция «инаковости» поколения встраивается в концептуальную рамку «моральных паник» и служит отстаиванию поколенческих границ для наиболее близких к зумерам миллениалов.

Ключевые слова: поколение Z, молодежь, рынок труда, режимы работы, поведенческие характеристики поколения, ценностные характеристики поколения, межпоколенческое взаимодействие

Благодарность. Материалы, использованные в публикации, собраны Центром молодежных исследований в ходе реализации проекта, осуществленного в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2024 г. (HSE-BR-2025-070). Благодарим коллектив за профессиональную методологическую, полевую и редакционную работу, без которой статья не была бы написана.

with employers' institutional capacities. According to respondents, this strong idealism may contribute to labor market shortages, as Gen Z tends to reject available positions in pursuit of imagined, ideal opportunities. The study highlights the importance of considering institutional context and age-related factors when interpreting generational differences and questions the validity of universal models used to describe youth labor. Moreover, the authors demonstrate how the articulation of generational "otherness" fits within the conceptual framework of moral panics and serves as a means for Millennials, those closest to Gen Z, to reaffirm generational boundaries.

Keywords: generation Z, youth, labor market, working modes, generation behavior, generation values, intergenerational interaction

Acknowledgments. The materials used in this publication were collected by the Centre for Youth Studies as part of a project carried out within the framework of the Fundamental Research Program at HSE University in 2024 (HSE-BR-2025-070). We thank the team for their professional methodological, field, and editorial work, without which this article would not have been possible.

Инаковость молодежи на рабочих местах

В последние годы в медиадискурсе и профессиональном HR-сообществе усилилось внимание к сложностям, связанным с выходом на рынок труда поколения Z — молодых людей, родившихся после 1995 г. [McCrindle, Wolfinger, 2014]. В статьях на профессиональных ресурсах и в аналитике работодателей фиксиру-

ются устойчивые жалобы: неготовность к сверхурочной работе¹, эмоциональная чувствительность и быстрое выгорание², неадекватные представления об условиях труда для начинающих работников³, отсутствие лояльности и склонность к быстрой смене рабочих мест⁴. Эти установки трактуются как вызов для более старших поколений, привыкших к иной модели организации труда.

Различия в отношении к работе у разных поколений связаны с трансформацией трудовых условий к моменту их выхода на профессиональный рынок [Сеннато, Gardner, 2008: 892]. В академической дискуссии освещено, как ценностные расхождения между поколениями затрагивают и вопрос трудовых установок. Специалисты поколения Z приносят с собой на рабочие места уникальные взгляды, ценности и привычки, отличающие их от предыдущих поколений [Гараганов, 2022; Cirstea, Anagnoste, 2023]. Одна из главных особенностей зумеров, формирующая ролевую модель поколения на рабочем месте, — фокус на собственных потребностях, эмоциях и комфорте, предполагающий приоритет своего субъективного благополучия перед реализацией целей компании [Csiszárík-Kocsír, Garia-Fodor, 2018; Graczyk-Kucharska, Erickson, 2020].

В то же время подобные интерпретации зачастую сопровождаются дискуссивными установками о принципиальной «инаковости» поколения Z по сравнению с их предшественниками. В академической литературе эта инаковость нередко объясняется специфическими характеристиками молодых специалистов: инфантильностью, эмоциональной неустойчивостью, слабой приверженностью к иерархиям [Schroth, 2019; Gabrielova, Buchko, 2021]. Такая генерализация стирает значимые контексты: социально-экономические условия взросления, опыт пандемии, цифровую социализацию, а также культурные изменения в институциональной среде труда. Более того, эмпирические данные показывают, что различия между поколениями Y и Z нередко преувеличены, тогда как сходства (например, акцент на балансе труда и отдыха или поиск смыслов в труде) оказываются не менее важными [Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász, 2016].

Акцент на инаковости приходящего во взрослую жизнь поколения не исключителен для дискуссии о зумерах — опасения бесконтрольного поведения молодежи и их отказа от интеграции в социум возводит к концепции «моральных паник» [Коэн, 2022]. Моральные паники в обществе указывают не на проблемы взаимодействия разных поколений, а на страх «взрослых» потерять контроль над молодежью, входящей в свой транзитный этап. Этот тезис доказывают исследования, в свое время описавшие инаковость поколения Y: низкий уровень корпоративной лояльности [Deal, Levenson, 2015], сильное чувство собственного достоинства

¹ Выгорание, удаленка, «бредовая работа». Как зумеры видят свою карьеру. Почему часто меняют работу и что считают карьерным успехом // РБК Life. 2023. 10 августа. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/64d255f59a79471e97c0a414> (дата обращения: 07.06.2025)

² «Домашние котики» или крутые профессионалы? // Бизнес-секреты от Тиньков. 2024. 24 апреля. URL: https://secrets.tinkoff.ru/trendy/plusy-i-minusy-raboty-s-zumerami/?internal_source=copypaste (дата обращения: 07.06.2025)

³ Зумеры «горят» на работе. Какие тенденции задают молодые специалисты на рынке труда // Коммерсантъ. 2024. 3 мая. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6686834> (дата обращения: 07.06.2025)

⁴ Закат эпохи лояльности: почему зумеры отказываются от верности работодателю и как это меняет рынок труда. Возможно, навсегда // Собака. 2024. 5 мая. URL: <https://www.sobaka.ru/city/society/181589> (дата обращения: 07.06.2025)

и завышенные ожидания от работы [Deal, Altman, Rogelberg, 2010]. Учитывая, что современная дискуссия уже не проблематизирует миллениалов, успешно интегрировавшихся в рынок труда, можно ожидать, что подобную адаптацию пройдут и зумеры, со временем перестав быть «иными» для старших поколений.

Критика подобных подходов указывает на необходимость переосмыслить сами основания представлений о «проблемном поколении» в организациях. Мы изучаем, с какими сложностями сталкиваются работодатели, имея дело с молодыми сотрудниками из поколения Z, а также как они интерпретируют в рамках своего профессионального опыта особенности зумеров. Таким образом, исследовательский вопрос статьи формулируется следующим образом: как работодатели из разных профессиональных сфер артикулируют инаковость работников поколения Z?

Анализ существующей литературы мы организуем в соответствии с логикой, предложенной в работе С. Х. Аппельбаума и соавторов [Appelbaum et al., 2022], где проблематика, связанная с поколением Z на рынке труда, структурируется по трем направлениям: поведенческие, ценностные и личностные характеристики. Учитывая, что личностные черты во многом индивидуальны и слабо поддаются обобщению через поколенческие или возрастные рамки, в дальнейшем мы сосредоточим внимание на первых двух категориях. Отметим, что ввиду низкой разработанности этой темы в российских исследованиях мы опираемся преимущественно на зарубежные источники.

Поведенческая инаковость в работе поколения Z

Поведение молодых работников может казаться необычным в силу нескольких причин. Во-первых, зумеры выросли в условиях активного развития технологий, что повлияло на то, как они воспринимают информацию, обучаются и общаются [Turner, 2015; Rue, 2018; Szymkowiak et al., 2021]. Во-вторых, как отмечают исследователи, детство поколения Z прошло в наиболее безопасной по сравнению с предыдущими поколениями среде, в условиях вовлеченного родительства, что повлияло на формирование меньшей автономии при переходе во взрослость [Gabrielova, Buchko, 2021: 493]. В-третьих, имеют место не только поколенческие, но и возрастные особенности, вызывающие проблемы в работе с молодыми сотрудниками: их представления о рынке труда часто идеализированы [Rodriguez, Boyer, Fleming, 2019: 9], из-за чего они быстро меняют работу в поиске лучших предложений [Bieleń, Kubiczek, 2020: 90].

Первая отличительная особенность поведенческого характера, обсуждаемая в дискуссии о поколении Z на рабочем месте, связана с коммуникативными навыками молодого поколения. Часто причиной сложностей в общении называют опыт виртуальной социализации молодежи [Lazányi, Bilan, 2017: 82]. Именно рабочее место нередко становится пространством, в котором зумеры учатся активному слушанию, уважительному отношению и разрешению конфликтов. Работодатели могут относиться с нетерпением к несоблюдению норм делового общения, использование поколением Z технологий для коммуникаций (видеоконференц-связь, переписки, поиск ответов на рабочие вопросы в интернете и пр.) часто оценивается ими как неуместное [Schroth, 2019: 9]. Кроме того, молодежь плохо воспринимает и подвергает критике сложившиеся иерархии в трудовом кол-

лективе [Bieleń, Kubiczek, 2020: 90], из-за чего ее поведение интерпретируется HR-менеджерами как конфликтное, нарушающее личные границы сотрудников [Rodríguez, Boyer, Fleming, 2019: 4].

Вторая особенность, отчасти вытекающая из первой, связана с отношением зумеров к командной работе. В отличие от Y-поколения, Z-поколение в меньшей степени настроено на кооперацию, предпочитая индивидуальное решение задач. Это связывается как с недостаточной социализацией, так и с низкой приверженностью к риску (нежелание рисковать результатом работы из-за менее эффективных членов команды) [Gabrielova, Buchko, 2021: 495—496]. Командная работа возможна для зумеров только по принуждению и с использованием виртуальной связи, хотя в отношении обмена информацией с коллегами поколение Z оказывается куда более вовлеченным, чем поколение Y [Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász, 2016: 94—95].

Третья особенность, встречающаяся в литературе, связана с потребностью в обратной связи от руководства. Обычной обратной связи, о которой говорили еще миллениалы, уже недостаточно: поколение Z создает запрос на наставничество и непрерывное обучение в близком контакте со старшим коллегой [Bieleń, Kubiczek, 2020: 90]. Несмотря на высокую потребность в свободе и творчестве, зумерам необходимо, чтобы работодатель постоянно оценивал их в работе [Baša K. et al., 2023: 215]. Молодые работники хотят видеть в своем руководителе не просто носителя знаний и стороннего оценщика их усилий, но едва ли не родительскую фигуру: исследование X. Шрот показывает, что те менеджеры, которые делятся со своими подчиненными личными историями успеха и поражений, получают лучшие результаты работы от зумеров [Schroth, 2019: 8]. С одной стороны, удовлетворение потребности поколения Z в доступном и дружелюбном наставнике может стать способом удержать и эффективно интегрировать молодого сотрудника, с другой — подобная частота и близость контактов создают дополнительную нагрузку для руководителей на современном рынке труда.

Важно отметить, что описанные поведенческие особенности, часто трактуемые как специфические черты поколения Z, могут быть интерпретированы иначе — как проявление длительной и усложненной интеграции молодежи во взрослую (в том числе трудовую) жизнь. Исследователи подчеркивают, что переход от юности к взрослости становится менее линейным и более растянутым во времени, сопровождаясь изменениями жизненных траекторий и неопределенностью [Arnett, 2004]. В таком контексте поведенческая инаковость молодежи в работе может отражать не поколенческую трансформацию, а последствия распространения социальной нормы отсроченного взросления, в рамках которой все еще взрослеющие молодые работники лишь начинают осваивать правила и практики институционального труда.

Ценностная инаковость в работе поколения Z

Отличающиеся ценностные установки молодого поколения становятся проблемными тогда, когда вступают в противоречие с ценностями доминирующих поколений Y и X. Наибольшие споры как в академических дебатах, так и в транслируемой в СМИ дискуссии управленцев вызывает стремление поколения Z к балансу

труда и отдыха, отодвигающее значение результатов работы на задний план. Исследования показывают, что высокая удовлетворенность балансом труда и отдыха повышает эффективность работы молодых сотрудников [Rachmadini, Riyanto, 2020], однако потребность в самореализации и за пределами рабочего места почти так же сильно выражена не только у зумеров, но и у миллениалов [Waworuntu, Pangemanan, Roring, 2022; Mahmoud et. al, 2021]. Тем не менее по сравнению с поколением Y поколение Z проявляет меньше амбиций в работе [Löffler, Giebe, 2021: 8], что может давать представление о нем как о менее вовлеченном в трудовой процесс при равном запросе на баланс труда и отдыха.

Оценка вовлеченности зумеров со стороны работодателей оказывается еще более низкой, если учитывать специфический для поколения прагматизм. В отличие от миллениалов, Z-поколение настроено более пессимистично, оно не стремится изменить окружающий мир и нацелено на сохранение имеющихся ценностей, а также обеспечение собственной безопасности — на работе и за ее пределами [Gabrielova, Buchko, 2021: 495]. Зумеров сложнее увлечь обещаниями, молодые сотрудники легко меняют место работы, поскольку не очаровываются и критично смотрят на своего работодателя [Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász, 2016: 94]. Ощущение безопасности — как для настоящего (атмосфера на работе, отношение с начальством, благополучие «здесь и сейчас»), так и для будущего (карьерный и зарплатный рост, развитие таланта), — главное требование поколения Z. Отсюда ожидание честности и порядочности от руководителя [Bieleń, Kubiczek, 2020: 90] и высокая осведомленность о своих правах на рабочем месте [Baša et. al, 2023: 215]. В целом нежелание представителей поколения Z жертвовать своей жизнью ради успеха на работе [Appelbaum et al., 2022: 9—10] становится явным камнем преткновения в их коммуникации с работодателем. Базовой ценностью для молодых работников выступает счастье «здесь и сейчас» [Lazányi, Bilan, 2017: 82], и, если труд его не приносит, неудивительно, что их фокус смещается на личную жизнь.

Обобщая, можно сказать, что инаковость в работе нового поколения сотрудников и их отношении к труду освещаются в литературе преимущественно через сопоставление зумеров с поколениями Y и X. Зарубежные исследования фиксируют у зумеров низкий уровень навыков межличностной коммуникации, предпочтение индивидуальной деятельности и высокую потребность в наставничестве, воспринимаемом как почти «родительская» функция [Schroth, 2019]. Также отмечается, что ценность баланса труда и отдыха у зумеров усиливается по сравнению с поколением Y, а амбиции снижаются, что формирует у работодателей представление о незаинтересованности в работе [Bencsik, Horváth-Csikós, Juhász, 2016]. Вместе с тем практика совместной работы поколений позволяет говорить о двусторонней трансформации: младшие учатся у старших профессионализму и нормам формального взаимодействия, в то время как старшие перенимают у молодежи ценности субъективного благополучия и переосмысливают отношение к труду [Nartova, 2019].

Методология

Результаты статьи опираются на данные проекта Центра молодежных исследований «Поколение Z в поисках баланса: условия труда, режимы работы и жизненные ценности в представлениях молодежи и работодателей». Исследование

выполнено в логике понимающей социологии, уделяющей внимание частным значениям, рационализациям и индивидуальным мотивам [Ньюман, 1998: 128], анализ которых особенно востребован в ситуации новых социальных вызовов, что особенно актуально для рынка труда и на фоне смены поколений. Результаты, полученные данным путем, могут быть релевантны для более широкого спектра ситуаций благодаря их уровню абстракции [Бусыгина, 2009: 109]: так мы можем перенести суждения руководителей о молодых сотрудниках на другие формы межпоколенческого взаимодействия или вывести их за пределы поколенческого фокуса вовсе (например, использовать полученные результаты для осмысления современного перехода во взрослость).

Материалы проекта собраны в 2024 г. База данных включает в себя 20 глубинных интервью, что обосновано логикой качественного исследования. Для достижения теоретической насыщенности была использована квотная выборка, в качестве квот использовались направления различных секторов экономики: производственной сферы (строительство, добыча полезных ископаемых, ремонтные работы, фабричная деятельность), социально-культурных учреждений (музейные работники, театральные деятели, педагоги), сферы услуг (сервис, ритейл, общепит), а также высокотехнологичных компаний (IT-компании, телекоммуникации). Такой подход позволил выявить как общее в межпоколенческом взаимодействии на рабочем месте, так и различия в отношении к поколению Z в разных трудовых условиях. Благодаря выбранной стратегии удалось избежать быстрого насыщения категорий, поскольку включила в выборку наиболее разнообразные случаи изучаемого явления [там же: 120—121].

Гайд глубинного интервью включал в себя блоки вопросов о бэкграунде информанта и описании компании, установках в отношении молодых сотрудников, опыте взаимодействия с ними, перспективах компании для молодежи. В ходе интервью обсуждались сильные и слабые стороны молодых сотрудников, отличия в их работе от старших поколений работников, опасения и ожидания руководителя в отношении взаимодействия с ними. Разработанный инструмент позволил получить глубинные представления руководителей из разных секторов экономики как о практиках, связанных с молодежью на рынке труда, так и о социальных феноменах, находящихся в одном дискурсивном поле с суждениями о новом поколении работников.

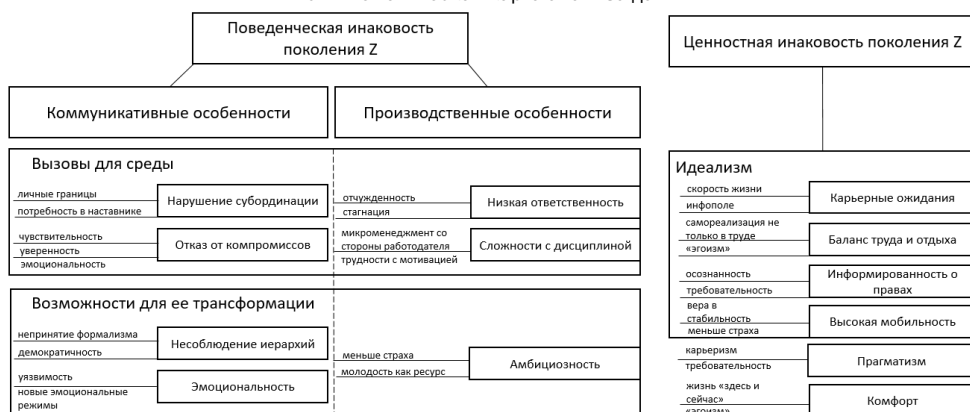
В число руководителей были включены сотрудники, имеющие в прямом подчинении молодых людей в возрасте от 18 до 25 лет (работающие представители поколения Z). Все информанты занимали должностные позиции, предполагающие регулярное выполнение менеджерских задач. Средний возраст составляет 35 лет (от 27 до 61 года, при этом старше 45 лет только два информанта), 8 представителей выборки — мужчины, 12 — женщины⁵.

Все интервью были дословно транскрибированы и проанализированы методом тематического анализа по гайду М. Кигер и Л. Варпио [Kiger, Varpio, 2020]. После выявления исходных кодов, характеризующих нарративы информантов, были найдены основные темы, описывающие опыт взаимодействия работода-

⁵ Список информантов представлен в Приложении 1.

лей с подчиненными поколения Z: сложности в коммуникации, сложности в работе, позиционирование работодателя, отношение зумеров к работодателю, новые потребности работников, поколенческие особенности, возрастные особенности, возможности для рынка труда, ограничения рынка труда. Далее эти темы были упорядочены в соответствии с теоретической рамкой исследования: выявлена поведенческая и ценностная инаковость поколения Z в нарративах работодателей, обозначающая как вызовы для рынка труда, так и возможности для его развития (см. рис. 1). Открытое кодирование и последующие упорядочивание и категоризация полученных кодов между представителями четырех групп работодателей не только показали способы нарратива менеджеров об особенностях работы с зумерами, приходящими на рынок труда, но и подсветили неравенство условий и возможностей в различных сферах экономики.

Рис. 1. Тематическая карта анализа данных



Исследование обладает рядом ограничений, которые необходимо учитывать при интерпретации его результатов. Во-первых, географическая ограниченность выборки — интервью проводились исключительно с работодателями в Санкт-Петербурге, одном из крупнейших экономических центров России [Петростат, 2024]. Согласно данным Росстата, уровень зарегистрированной безработицы в Санкт-Петербурге в 2023 г. составил 1,5%⁶, что значительно ниже, чем средний показатель по России (2,5%)⁷. Это создает более благоприятные условия для соискателей и формирует специфическую ситуацию на рынке труда, нетипичную для многих других регионов страны. Вследствие этого наблюдаемые установки работодателей могут быть характерны именно для высокоразвитых урбанистических рынков труда и не отражать реалий, например, российских малых городов или сельской местности.

⁶ Информация о положении на рынке труда и в сфере занятости населения Санкт-Петербурга в январе-мае 2024 года // Петростат. 2024. URL: https://ktzn.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2024/06/13/%D1%8F%D0%BD%D0%B2_%D0%BC%D0%B0%D0%B9_2024.pdf (дата обращения: 07.06.2025)

⁷ Социально-экономическое положение России // Росстат. 2024. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/osn-12-2024.pdf> (дата обращения: 07.06.2025)

Во-вторых, социально-демографический состав выборки — большинство информантов, выступавших от лица компаний, относятся к поколению Y, обычно определяемому как люди, родившиеся в период с 1980 г. по середину — конец 1990-х годов [Levenson, 2010]. Это обстоятельство может влиять на восприятие и трактовку поведенческих особенностей поколения Z.

В-третьих, выводы о различиях между сферами рынка труда серьезно ограничены количеством интервью в каждой выделенной квоте (по пять с представителями четырех сфер). Важно отметить, что мы лишь предлагаем выявленные различия в суждениях работодателей, продиктованных условиями рынка труда, но не обобщаем полученные результаты для каждой сферы.

Наконец, исследование выполнено в рамках качественной исследовательской парадигмы, что предполагает углубленное понимание контекстов и смыслов, формирующихся в высказываниях информантов, но не ставит своей задачей статистическую репрезентативность результатов или проверку причинно-следственных связей между выделяемыми в анализе категориями.

В ходе анализа были выявлены представления работодателей об инаковости поколения Z на рабочем месте, связанные с поведением и ценностями молодых сотрудников. Поведенческая инаковость может быть разделена на два кластера: коммуникационная и производственная. Ценностную инаковость мы рассматриваем в целом, не деля на кластеры.

Поведенческая инаковость поколения Z по оценке работодателей

Коммуникации: неуместные требования или новые режимы?

Специфика коммуникации с молодежью как в вертикальных, так и в горизонтальных отношениях на работе заключается в особенностях ее эмоциональной культуры, приверженности терапевтическому дискурсу, запросе на демократические ценности, а также в недостатке социального опыта. Во всех четырех сферах работодатели отмечают, что молодые люди отличаются высокой эмоциональной чувствительностью, которой они пытаются управлять с помощью обращения к психотерапевтическим практикам по отстаиванию личных границ. При этом знание терминологии терапевтического дискурса не освобождает их от ошибок в нарушении чужого личного пространства.

Очень часто они при этом все такие говорят: «Границы. Я их знаю, я их чувствую». Но нет. Они знают понятия, но они не очень чувствуют сами границы. В том числе между собой. (Интервью № 19, ж, 33 года, высокотехнологичная компания)

Вторжение в частное пространство нередко считается работодателями как «нарушение иерархий». Одни считают несоблюдение конвенций в общении разностатусных сотрудников проявлением недостаточной адаптивности со стороны молодых работников, другие — признаком трансформации норм общения. Однако если повышение значимости эмоционального компонента в коммуникации, внедрение терапевтической культуры и стремление к демократическим ценностям могут иметь разное прочтение (как непродуктивное или романтическое проявление юношеского максимализма, как позитивный или негативный поколенческий

сдвиг), то недостаток социального опыта однозначно трактуется проблематично. Он проявляется в неумении решать конфликты, давать обратную связь, вести деловую переписку и корректно использовать технологии. Особенно остро работодатели воспринимают сочетание этих дефицитов с высокой информированностью молодых сотрудников о своих трудовых правах — такой дисбаланс нередко провоцирует конфликты.

Самое важное различие — никто из старших никогда не додумается во время переработки сказать: «Ну че, [имя информантки], блин, сколько можно? Уже домой охота». Молодняк весь, все — ты ходишь и слышишь: «Ой, сколько у нас часов переработки! Ой, 45, ой, 46 уже, ой, уже 47 минут. Нам уже всем домой надо!» Я вас поздравляю. Мне тоже. (Интервью № 2, ж, 29 лет, социально-культурное учреждение)

Артикулируя иное позиционирование зумеров в коммуникациях, не все работодатели настаивают на необходимости изменений установок нового поколения. Другой способ рефлексии об отличиях молодых сотрудников — фиксация потребности в переменах у принимающего трудового коллектива. Здесь новая эмоциональная культура понимается не как прихоть нового поколения, а как следствие масштабных социальных изменений, к которым зумеры оказываются более чувствительными. Так, работники из поколения Z с их отличающимся подходом к коммуникации представляются проводниками новых эмоциональных режимов, которые должны быть восприняты и усвоены работодателями.

Да нет, мне кажется, наоборот, они могут чему-то научить, они могут внести в том числе в коллектив более свободную, открытую атмосферу и, может быть, где-то менее шаблонную по видению, потому что все равно это же классно, что это поколение, которое мыслит немножко по-другому, более открытое, менее стереотипное, и за счет этого, наоборот, можно у них чему-то научиться... (Интервью № 14, ж, 34 года, сфера услуг)

Трансформации в эмоциональной культуре, привносимые зумерами, могут объясняться принципиально новой формой взаимоотношений в родительских семьях поколения [Vasbø, Hegna, 2025]. Люди, родившиеся после 1993 г., описывают свои отношения с родителями как теплые и открытые, что отличает их от предшественников [ibid.: 309—311]. Более того, их чувства становятся вербализованными, а отношения со старшими родственниками строятся на обмене интересами и поиске общих дел, что влияет на восприятие иерархии в обществе в целом [ibid.: 312].

Обговорим также зафиксированные различия в интерпретации инаковости зумеров для работодателей из разных сфер рынка труда. Мы не обобщаем эти результаты, а лишь отмечаем наиболее ярко проявившуюся в нарративах специфику.

Несмотря на то что характер коммуникации с работниками поколения Z во всех сферах описывается одинаково, наиболее критичные нарративы встречаются в интервью с работодателями из сферы услуг. Преимущественно горизонтальные связи, ограниченность карьерного роста, высокая степень регуляции заработка самими сотрудниками — все это может в той или иной степени объяснять

большую проблематизацию отличающихся подходов к коммуникации у молодых работников в сервисе, ритейле и общепите. Кроме того, временный характер занятости в этих сферах снижает мотивацию молодых работников корректировать поведение после конфликтов.

Когда ты работаешь в сфере обслуживания со студентами, очевидно, ты предполагаешь, что они не всю жизнь будут работать на этой работе. Они закончат вуз, у них появится нормальный вариант на работу, более нормальный режим, они станут жить как люди. (Интервью № 15, м, 28 лет, сфера услуг)

В то же время и здесь работодатели находят положительные стороны у эмоциональности нового поколения: для сферы услуг особое значение имеет эмоциональный труд, конвертирующийся в непосредственный заработок, и именно повышенная эмпатия зумеров может оказаться их ключевым фактором успешности при работе в сервисе.

Когда посетители ресторана дают комментарии о еде, о напитках, о сервисе, они всегда воспринимают это на свой счет. То есть если, допустим официант, обслуживал столик, хоть он не имел никакого отношения к приготовлению еды, если ему говорят: «У вас в ресторане очень вкусная еда», — они всегда улыбаются, они всегда так делают. Им это приятно, потому что они воспринимают это на свой счет. (Интервью № 11, ж, 31 год, сфера услуг)

В высокотехнологической сфере труда коммуникация с молодежью имеет опекающий и поощряющий эмоциональную чувствительность, даже несамостоятельность молодых сотрудников характер — ввиду наличия сложной экосистемы их адаптации, включая прописанную в задачах руководителя индивидуальную работу с подчиненными (в формате one-to-one консультаций, коучинга, выполнения плана индивидуального профессионального развития). Недостаток социального опыта приводит к неверной интерпретации вовлеченности руководителя в личные проблемы молодых сотрудников, что затрудняет восприятие иерархии.

Как только ты показываешь, что тебе не все равно на них, потому что они люди, у них перещелкивает: «Ааа, так мы, наверное, друзья?» И ты говоришь: «Нет, это просто человеческое отношение, так и нужно относиться к людям — с вниманием, с эмпатией, а не потому что я тебя очень сильно люблю». Ну и получается с этими границами — либо холодно, либо тепло, среднего не очень. (Интервью № 18, ж, 28 лет, высокотехнологичная компания)

Производство: недостаток ответственности или «не те» задачи?

Говоря о поведенческой инаковости зумеров, выявляемой при выполнении рабочих задач, работодатели чаще всего артикулируют отличающийся уровень ответственности сотрудников. Для одних недостаток ответственности у молодых подчиненных — это особенность поколения и тех социокультурных условий, в которых проходила социализация зумеров.

...С точки зрения ответственности, наверное, ее стало меньше. Раньше люди были более ответственными, более организованными и какие-то более боящиеся, наверное, своего руководства. И на данном этапе я просто чувствую, что этим людям действительно все подали на... блюдецке, и они не готовы к тому, чтобы чуть-чуть перейти за рамки своего понимания, что такое работа. (Интервью № 15, м, 28 лет, сфера услуг)

Для других иной уровень ответственности молодежи — не примордиальный признак поколения, а следствие трансформации рынка труда в условиях неолиберализма. Изменившаяся ценность отдельных профессий создает большой разрыв между предъявляемыми требованиями и вознаграждением труда, а нематериальная выгода, такая как обретение высокого статуса, принадлежность к профессиональной группе и полезность деятельности для социума в индивидуалистическом обществе ставится под сомнение.

...Даже закончив, они получают диплом, они останутся работать в фитнес-клубах, они также будут обучать, но там платят больше. Учителями они не хотят идти, никто не хочет идти. Ответственности много, очень много работы, а зарплаты никакой. Мало того, что теперь еще и неуважение к учителям. То есть учителя везде пинаются, то есть у учителей никаких прав нет по отношению к ученикам. (Интервью № 3, м, 61 год, социально-культурное учреждение)

В то же время работодатели фиксируют и другую отличную характеристику работников молодого поколения — наличие собственных идей и готовность их реализовывать на рабочем месте. Отмечается высокая потребность зумеров в самореализации через труд, но не с помощью выполнения повседневных рутинных инструкций, а путем включения в сложные и интересные задачи. При этом молодые сотрудники часто не соотносят возможности и желания, требуя от работодателя включать их в ту деятельность, к которой оказываются не готовы.

...Они рассчитывают сразу на крупные, сложные, многосоставные задачи, на большие амбициозные проекты, на доступ к управленческим решениям, чего сложно добиться, на что сложно рассчитывать, если ты не имеешь достаточного опыта, а опыт нарабатывать — они не хотят тратить на это время... (Интервью № 8, ж, 31 год, производственная сфера)

Позитивно относясь к желанию поколения Z реализовывать себя в работе, работодатели фиксируют институциональные ограничения: предлагать собственные идеи и проекты сложно не только новым сотрудникам, но и более опытным из-за фокуса на плановых задачах и нехватки ресурсов для поддержки инициатив.

Кому ты тут нужен со своими какими-то этими вещами? Ты хочешь прийти в музей, чтобы свои какие-то там идеи продвигать? Нет, так не будет. Будет так, чтобы ты вот музейными делами занимался по большей части. То есть да, ты можешь потом сделать музейные дела и можешь пойти (выдвинуть) какое-то свое предложение. Ну, как бы, на уровне администрации — это так и говорится, что, да нет, мы, конечно же, привет-

ствуем, обеими руками за, но по факту не успеваешь ты это уже сделать, уже не хватает тебя на все. (Интервью № 1, м, 27 лет, социально-культурное учреждение)

Кроме того, концентрация на более интересных задачах, по мнению работодателей, снижает для сотрудников ценность обычной повседневной работы, из которой по большей части состоит трудовой процесс. Так, инаковость поколения Z выражается в низкой способности адаптироваться к сиюминутному физическому и эмоциональному напряжению. Выбирая жить «здесь и сейчас», молодые сотрудники могут избегать деятельности, несоответствующей их представлениям о «работе мечты», что укрепляет работодателей в представлениях об их «безответственности».

Если по срезу в моей команде говорить, очень сильно ориентированы ребята на то, что им интересно делать. Они гораздо охотнее работают с тем, что им интересно, в том графике, в котором им комфортно. Чем... адаптируют себя под какие-то условия. Поэтому очень часто либо ты идешь на компромиссы в каких-то вещах, либо признаешь, что человеку это неинтересно, он это делать не будет, а соответственно, скорее всего, мы с ним не сможем сработать. (Интервью № 19, ж, 33 года, высокотехнологичная компания)

Проблематизация зацикленности зумеров на интересных для них задачах появляется в нарративах работодателей как часть более серьезных опасений: амбициозные на входе, желающие самореализовываться и развиваться в труде молодые сотрудники в процессе интеграции понимают правила рынка труда в целом и своей сферы в частности, прощаются с идеалистическими установками и разочаровываются в работе как таковой. Со временем они видят, что их усилия не конвертируются в карьерный рост или прибавку в зарплате, и теряют всякую инициативность, либо превращаясь в обычных штатных сотрудников, либо покидая компанию.

Мне вот еще девочка, которая уходила, она сказала такую фразу, говорит: «А зачем мне что-то предлагать, если я буду за это получать столько же?» (Интервью № 6, ж, 32 года, производственная сфера)

Фокус на креативных задачах продиктован в том числе вызовами современного рабочего пространства, а именно развитием и внедрением искусственного интеллекта во многие процессы. Отказ молодого поколения от рутинной работы — следствие ее автоматизации с помощью инструментов ИИ, меняющей акценты в портрете востребованного кандидата на рынке труда [Bankins, Hu, Yuan, 2024: 2]. Зумеры не просто проявляют «потребность в самореализации», а пытаются встроиться в быстро меняющуюся систему оценки навыков работников.

Способности зумеров к выполнению производственных задач при сравнении нарративов работодателей из разных сфер отличаются от нарративов руководителей из сферы услуг. Последние критичнее высказываются о низкой ответственность молодежи, что связывается с низкой ценой ошибки из-за содержания труда. Работодатели склонны видеть в этом скорее особенность данной сферы труда, чем исключительно возрастной или поколенческий эффект.

Но мне кажется, почему вся эта сфера обслуживания в молодежи, потому что там меньше всего ответственности, это не причиняет кому-то вреда жизни. То есть если он дурак, никто от этого не пострадает глобально. Если это инженер построил неправильно, это может аукнуться. Тот же врач. (Интервью № 12, ж, 35 лет, сфера услуг)

Ценностная инаковость поколения Z по оценке работодателей

Работодатели представляют себе поколение Z «иным» в том числе из-за идеалистических ожиданий молодежи — как в отношении зарплат и карьерного роста, так и по вопросу совмещения работы с другими сферами жизни. По мнению работодателей, зумерам свойственно сравнивать себя не с другими начинающими работниками, а с закреплённым в общественном дискурсе образом «успешного человека». Для желаемого карьерного развития поколение Z часто в силу возраста или других причин не обладает необходимыми качествами — образованием, опытом, готовностью принимать ответственные решения. К тому же на многих стартовых позициях вилки зарплат четко очерчены, руководители не могут повлиять на них ради удержания востребованного специалиста, чего молодежь часто не понимает. Неудовлетворенные скоростью развития своих карьер молодые сотрудники выбирают уйти, уверенные, что рынок труда сможет предложить им другие условия, подходящие под «работу мечты».

Сейчас для молодежи вообще, в принципе, характерна такая траектория, насколько я могу заметить и насколько я могу почувствовать, такая траектория рабочая — не задерживаться, не засиживаться на одном месте. Отчасти потому, что они считают, что можно найти еще лучше. Это вот такое, что для современности характерно. (Интервью № 4, м, 26 лет, социально-культурное учреждение)

Еще одна черта «инаковости», связанная с идеалистическими ожиданиями, — фокус поколения Z на внешних признаках успешности карьеры. Потребность в получении высоких должностей, поручении задач, связанных с руководством, приводит к предпочтению быстрых карьер взамен постепенному развитию на выбранном месте. Эта особенность коррелирует с выявленными выше установками зумеров на выполнение интересных для их саморазвития задач и склонностью к избеганию рутины.

Компания говорит: «Хорошо, приходи, работай стажером, работай специалистом, работай на начальных позициях, получай опыт». А не хочется людям тратить на это время, и они выбирают фаст-трек. Устроиться в небольшую организацию, но при этом на руководящую должность, которая под собой не подразумевает даже сотой доли того объема ответственности, которая есть в большой корпорации. Потому что должность в большой корпорации — это достаточно большой объем задач, ответственность за себя, за людей... им очень хочется красивых названий в должностях, они хотят быть директорами, руководителями, еще чем-то, не подразумевая, что за этим лежит ответственность за коллектив, за показатели и достижения целей компании ежегодные. (Интервью № 8, ж, 31 год, производственная сфера)

Несколько проблемный портрет ценностных отличий поколения Z дополняет запрос на четкое соблюдение баланса труда и отдыха. Для одних руководителей эта особенность — нереалистичное требование, следствие распространения терапевтической культуры и насаждения индивидуалистических ценностей. В таких нарративах работодатели акцентируют безразличие молодежи к общим целям трудового коллектива и даже выражают обиду из-за несправедливого распределения обязанностей, которые им приходится брать на себя в силу отказа поколения Z от сверхурочных.

Вот этот work-life balance для них не просто красивые слова, а действительно то, к чему они стремятся <...>. По некоторым я знаю, что вот они работают: «Все, 6 часов, мой рабочий день закончен. Я отработал, а теперь я пошел». Да, это справедливо. В какой-то момент ты думаешь: «Ну в смысле ты пошел, еще есть нерешенный вопрос...» (Интервью № 14, ж, 34 года, сфера услуг)

Для других руководителей способность зумеров отстаивать право на соблюдение баланса разных сфер жизни — это навык, которому необходимо обучиться старшим поколениям. Осознавая это отличие начинающих сотрудников, работодатели открывают в себе зависимость собственной самооценки от успешности в труде. Такой трудоцентризм проблематизируется в соответствующих нарративах, что может стать толчком к трансформации ценностей представителей поколений X и Y:

Я даже задумалась на самом деле, что, может, это они правильно себя ведут, а мы такие вот глупые, потому что люди моего поколения, мои подруги, друзья и все такое, мы там все упарываемся на работе, стараемся, чтобы нас по головке погладили. А чувак пришел такой, говорит: «Я не хочу в 9 вечера работать» (Интервью № 17, ж, 30 лет, высокотехнологичная компания)

В целом артикулируемый «идеализм» работников из поколения Z в труде может быть интерпретирован как реакция поколения на цифровой поворот в мировой экономике [Valenduc, 2019]. Новые формы труда (цифровой нómáдизм, работа на платформах, краудворк, просьюмерский труд) изменяют отношения между работодателем и сотрудником, стирая понятия рабочего места, рабочего времени и стабильной заработной платы [ibid.: 74—76]. На работника ложится ответственность не только за качество выполняемых задач, но и за контроль границ между личным и рабочим временем, а также за соответствие содержания труда собственным компетенциям, что навязывает наемным работникам логику самозанятости [ibid.: 76]. Отсутствие гарантий социальной защиты и возможностей коллективного представительства вынуждает молодых сотрудников самостоятельно добиваться желаемых условий через активное позиционирование собственных ожиданий, что пока еще не стало нормой для их работодателей и принимается за проявление идеалистических воззрений.

Покажем выявленное отличие в ценностной инаковости зумеров для представителей высокотехнологических компаний. Работодатели из IT и телекоммуникаций в меньшей степени сталкиваются с описанной выше спецификой: эти сферы

в России развивалась вместе со становлением поколения Z, перенимая успешный зарубежный опыт, из-за чего их условия труда максимально соответствуют потребностям самого глобального поколения из ныне представленных. Однако фасадное соответствие ценностям молодых сотрудников (быстрые карьеры, высокие зарплаты, гибкий график, позволяющий соблюдать баланс труда и отдыха) порождает еще более идеализированные ожидания зумеров от места работы — соблюдение внешних признаков «работы мечты» как будто по умолчанию должно гарантировать и удовлетворенность содержанием труда. Вместо этого рынок оказывается перенасыщен молодыми айтишниками, которым на самом деле не нравится их работа. Из-за этого на местах работодатели сталкиваются с фрустрированными и экзистенциально потерянными молодыми сотрудниками.

Очень многие ребята, которые к нам приходят, особенно молодежь, основная проблема — они все такие: «Я хочу в IT, я хочу войти в IT». И я, как, наверное, человек, который реагирует на запрос «я хочу», в голове сразу держу: «Значит, правда хочет». Но по факту потом ты делаешь бэктрекинг и понимаешь, к сожалению, особенно если мы говорим про второй, третий курс, первый, — человек не знает, чего он хочет. Он озвучивает какую-то парадигму, которую ему поставили, — либо общество, либо родители. Очень редко, когда это высокий уровень осознанности и человек прямо проанализировал свои цели, стремления, что ему нравится. (Интервью № 19, ж, 33 года, высокотехнологичная компания)

Заключение

В статье рассмотрена теоретическая дискуссия об «инаковости» молодого поколения Z в восприятии более старших поколений на рабочем месте, а также выполнен анализ эмпирических данных, позволяющий проверить соответствие сделанным из научных дискуссий выводам на выборке работодателей из разных сфер в Санкт-Петербурге.

Работодатели, взаимодействующие с представителями поколения Z, нередко отмечают их особенности, которые трактуются как инаковость по сравнению с предшествующими поколениями. К таким чертам относят стремление соблюдать баланс между работой и личной жизнью, выраженную чувствительность к нарушению личных границ, прагматизм и идеализм, высокие ожидания от места работы, затруднения в установлении иерархических отношений, избирательность в выполнении рабочих задач, а также потребность в сопровождающем («родительском») наставничестве на этапе адаптации.

Однако обозначенные черты нельзя рассматривать как уникальные для поколения Z. Анализ академической литературы показывает, что аналогичные нарративы инаковости и тревожные суждения сопровождали также вхождение миллениалов на рынок труда. Им также приписывали схожие черты инаковости в сравнении с предшествующими поколениями [Deal, Altman, Rogelberg, 2010; Deal, Levenson, 2015]. Эти повторяющиеся характеристики формируют основу для интерпретации критики нового поколения на рынке труда как проявления моральной паники [Коэн, 2022], отражающей не объективные особенности молодежи, а страх старшего поколения перед потерей контроля и сдвигами в трудовой культуре.

В этом контексте важным выводом нашего исследования становится следующее: хотя работодатели действительно фиксируют определенные паттерны поведения у сотрудников поколения Z, сами по себе эти проявления в рамках поколенческой рамки не универсальны [Strauss, Howe, 1991], а скорее указывают на статус молодежи в переходной стадии взросления. Часть различий может быть объяснена возрастом, недостаточным опытом, социально-политическими изменениями в мире, а также институциональными условиями конкретной сферы труда, которые формируют ожидания и стили поведения работников. Например, в высокотехнологичном секторе отказ от рутины сопровождается высокой инициативностью и ориентацией на развитие, тогда как в сфере услуг демотивация усиливается низкими возможностями карьерного роста и горизонтальностью организационной структуры.

Также важно отметить особенности выборки исследования, продемонстрировавшие интересную возможность для интерпретации. Так как большая часть опрошенных в рамках проекта работодателей — представители поколения Y, не так давно пришедшие на рынок труда, их интерпретации инаковости зумеров могут объясняться попыткой миллениалов очертить свои поколенческие границы. Становясь менеджерами, они сами впервые сталкиваются с последствиями высокой ответственности за младших по возрасту и должности, переживают очередной этап взросления и находят новый способ солидаризации друг с другом — через артикуляцию инаковости поколения Z.

Список литературы

1. Бусыгина Н. П. Проблема качества качественного исследования: принципы научной и этической валидации // Методология и история психологии. 2009. Т. 4. № 3. С. 106—130.
Busigina N. P. (2009) The Problem of Quality in Qualitative Research: Principles of Scientific and Ethical Validation. *Methodology and History Of Psychology*. Vol. 4. No. 3. P. 105—130. (In Russ.)
2. Валовой региональный продукт Санкт-Петербурга и Ленинградской области в 2021—2022 годах: стат. сб. / Петростат. СПб., 2024.
Petrostat (2024) Gross Regional Product of Saint Petersburg and Leningrad Oblast in 2021—2022: Statistical Digest. Saint Petersburg. (In Russ.)
3. Гараганов А. В. Потребности молодежи поколений: миллениалы, зумеры, альфы. М.: Синергия, 2022.
Garaganov A. V. (2022) Youth Needs of Generations: Millennials, Zoomers, Alphas. Moscow: Synergy. (In Russ.)
4. Коэн С. Народные дьяволы и моральная паника. М.: Издательский дом ВШЭ, 2022. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2341-4>.
Cohen S. (2022) Folk Devils and Moral Panics. The Creation of the Mods and Rockers. Moscow: HSE Publishing House. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2341-4>. (In Russ.)

5. Ньюман Л. Значение методологии: Три основных подхода // Социологические исследования. 1998. № 3. С. 122—134.
Neuman L. (1998) The Meaning of Methodology: Three Main Approaches. *Sociological Studies*. No. 3. P. 122—134. (In Russ.)
6. Appelbaum S. H., Bhardwaj A., Goodyear M., Gong T., Sudha A. B., Wei P. (2022) A Study of Generational Conflicts in the Workplace. *European Journal of Business and Management Research*. Vol. 7. No. 2. P. 7—15. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1311>.
7. Arnett J. J. (2004). *Emerging Adulthood: The Winding Road from the Late Teens Through the Twenties*. New York, NY: Oxford University Press.
8. Bankins S., Hu X., Yuan Y. (2024) Artificial Intelligence, Workers, and Future of Work Skills. *Current Opinion in Psychology*. Vol. 58. P. 1—6. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2024.101828>.
9. Baša K., Machová R., Baša P., Doležaliová V. (2023) Comparative Analysis of the Workplace Expectations of Generations Y and Z. *Acta Polytechnica Hungarica*. Vol. 20. No. 3. P. 211—230. <https://doi.org/10.12700/APH.20.3.2023.3.11>.
10. Bencsik A., Horváth-Csikós G., Juhász T. (2016) Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*. Vol. 8. No. 3. P. 90—106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
11. Bieleń M., Kubiczek J. (2020) Response of the Labor Market to the Needs and Expectations of Generation Z. *e-mentor*. Vol. 4. No. 86. P. 87—94. <https://doi.org/10.15219/em86.1486>.
12. Cennamo L., Gardner D. (2008) Generational Differences in Work Values, Outcomes and Person-Organisation Values Fit. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 23. No. 8. P. 891—906. <https://doi.org/10.1108/02683940810904385>.
13. Cirstea P., Anagnoste S. (2023) Young, Wild & Entrepreneurial: Generation Z's Affinity for Entrepreneurship. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*. Vol. 17. No. 1. P. 930—947. <https://doi.org/10.2478/picbe-2023-0085>.
14. Csiszárik-Kocsír Á., Garia-Fodor M. (2018) Motivation Analysis and Preference System of Choosing a Workplace as Segmentation Criteria Based on a Country-wide Research Result. *On-line Journal Modelling the New Europe*. No. 27. P. 67—85. <https://doi.org/10.24193/OJMNE.2018.27.03>.
15. Deal J. J., Altman D. G., Rogelberg S. G. (2010). Millennials at Work: What We Know and What We Need to Do (If Anything). *Journal of Business and Psychology*, 25, 191—199.
16. Deal J. J., Levenson A. R. (2015). *What Millennials Want from Work: How to Maximize Engagement in Today's Workforce*. New York: McGraw-Hill Education.

17. Gabrielova K., Buchko A. A. (2021) Here Comes Generation Z: Millennials as Managers. *Journal of Business Diversity*. Vol. 21. No. 1. P. 91—101.
18. Graczyk-Kucharska M., Erickson G. S. A. (2020) A Person-Organization Fit Model of Generation Z: Preliminary Studies. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. Vol. 16. No. 4. P. 149—176. <https://doi.org/10.7341/20201645>.
19. Kiger M. E., Varpio L. (2020) Thematic Analysis of Qualitative Data: AMEE Guide. *Medical Teacher*. No. 131. P. 1—9. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030>.
20. Lazányi K., Bilan Y. (2017) Generation Z on the Labour Market: Do They Trust Others Within Their Workplace? *Polish Journal of Management Studies*. Vol. 16. No. 1. P. 78—89. <https://doi.org/10.17512/pjms.2017.16.1.07>.
21. Levenson A. R. (2010) Millennials and the World of Work: An Economist's Perspective. *Journal of Business and Psychology*. Vol. 25. No. 2. P. 257—264.
22. Löffler L., Giebe C. (2021) Generation Z and the War of Talents in the German Banking Sector. *International Journal of Business Management and Economic Review*. Vol. 4. No. 6. P. 1—18. <http://doi.org/10.35409/IJBMER.2021.3318>
23. Mahmoud A. B., Fuxman L., Mohr I., Reisel W. D., Grigoriou N. (2021) “We Aren't Your Reincarnation!” Workplace Motivation Across X, Y and Z Generations. *International Journal of Manpower*. Vol. 42. No. 1. P. 193—209. <https://doi.org/10.1108/IJM-09—2019—0448>.
24. McCrindle M., Wolfinger E. (2014) The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations (3rd ed.). Sydney: McCrindle Research.
25. Nartova N. (2019) Citizenship as Understood by St. Petersburg Young People and Their Parents. *Sociological Studies*. No. 7. P. 81—92.
26. Rachmadini F., Riyanto S. (2020) The Impact of Work-Life Balance on Employee Engagement in Generation Z. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*. Vol. 9. No. 7. P. 11—19.
27. Rodriguez M., Boyer S., Fleming D. (2019) Managing the Next Generation of Sales, Gen Z/Millennial Cusp: An Exploration of Grit, Entrepreneurship, and Loyalty. *Journal of Business-to-Business Marketing*. Vol. 26. No. 1. P. 43—55. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1565136>.
28. Rue P. (2018) Make Way, Millennials, Here Comes Gen Z. *About Campus: Enriching the Student Learning Experience*. Vol. 23. No. 3. P. 5—12. <https://doi.org/10.1177/1086482218804251>.
29. Schroth H. (2019) Are You Ready for Gen Z in the Workplace? *California Management Review Insights*. Vol. 61. No. 3. P. 5—18. <https://doi.org/10.1177/0008125619841006>.
30. Strauss W., Howe N. (1991) Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow and Company.

31. Szymkowiak A., Melović B., Dabić M., Jeganathan K., Kundi G. S. (2021) Information Technology and Gen Z: The Role of Teachers, the Internet, and Technology in the Education of Young People. *Technology in Society*. Vol. 65. Art. 101565. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>.
32. Turner A. (2015) Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*. Vol. 71. No. 2. P. 103—113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>.
33. Valenduc G. (2019) New Forms of Work and Employment in the Digital Economy. In: A. Serrano-Pascual, M. Jepsen (eds.) *The Deconstruction of Employment as a Political Question*. Cham: Palgrave Macmillan. P. 63—80. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93617-8_3.
34. Vasbø K. B., Hegna K. (2025) Feeling Close, Disclosing Feelings — Family Practices and Practices of Intimacy in Youth – Parent Relations Across Three Generations in Norway. *Journal of Youth Studies*. Vol. 28. No. 2. P. 299—317. <https://doi.org/10.1080/13676261.2023.2267481>.
35. Waworuntu E. C., Pangemanan S. A., Roring L. A. (2022) Work-Life Balance, Job Satisfaction and Performance Among Millennial and Gen Z Employees: A Systematic Review. *Journal of Business and Management Studies*. Vol. 4. No. 1. P. 119—129. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.14>.

Приложение 1. Список информантов

№	Сфера рынка труда	Пол	Возраст	Должность
1	Социально-культурная сфера	М	27	Начальник отдела музея
2	Социально-культурная сфера	Ж	29	Режиссер кино
3	Социально-культурная сфера	М	61	Ведущий тренер по боевым искусствам
4	Социально-культурная сфера	М	26	Руководитель отдела музея
5	Социально-культурная сфера	Ж	41	Начальник отдела маркетинга театра
6	Производственная сфера	Ж	32	Креативный директор бренда одежды
7	Производственная сфера	Ж	30	Топ-менеджер в дорожном строительстве
8	Производственная сфера	Ж	31	Руководитель направления в Газпроме
9	Производственная сфера	М	55	Директор по персоналу на мясокомбинате
10	Производственная сфера	М	35	Директор технологической компании
11	Сфера услуг	Ж	31	Директор ресторана
12	Сфера услуг	Ж	35	Руководитель точки общественного питания
13	Сфера услуг	М	29	Основатель кофейни
14	Сфера услуг	Ж	34	Ведущий менеджер отдела маркетинга в Ленте
15	Сфера услуг	М	28	Управляющий бара

№	Сфера рынка труда	Пол	Возраст	Должность
16	Высокотехнологичная сфера	Ж	36	Руководитель отдела IT
17	Высокотехнологичная сфера	Ж	30	Руководитель UX-отдела в телекоммуникационной компании
18	Высокотехнологичная сфера	Ж	28	Руководитель HR-отдела Авито
19	Высокотехнологичная сфера	Ж	33	Руководитель техподдержки BI
20	Высокотехнологичная сфера	М	34	Руководитель в IT-компании

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3063](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3063)



А. А. Банько

АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ В РОССИЙСКИХ НАУЧНЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

Правильная ссылка на статью:

Банько А. А. Адаптация молодых сотрудников в российских научных коллективах // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 46—66. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3063>.

For citation:

Banko A. A. (2026) Adaptation of Young Staff in Russian Academic Teams. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 46–66. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3063>. (In Russ.)

Получено: 09.07.2025. Принято к публикации: 23.01.2026.

АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ В
РОССИЙСКИХ НАУЧНЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

БАНЬКО Анна Алексеевна — стажер-исследователь Лаборатории экономико-социологических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: abanko@hse.ru
<https://orcid.org/0009-0006-9105-307X>

ADAPTATION OF YOUNG STAFF IN RUSSIAN
ACADEMIC TEAMS

Anna A. BANKO¹ — Research Assistant, Laboratory for Studies in Economic Sociology
E-MAIL: abanko@hse.ru
<https://orcid.org/0009-0006-9105-307X>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Аннотация. Цель статьи — рассмотреть процесс адаптации молодых сотрудников в российских научных коллективах. В фокусе исследования — проблемы, с которыми могут столкнуться молодые ученые при адаптации к коллективной деятельности. Эмпирическую базу составляют 15 интервью с молодыми учеными из пяти научных коллективов (по три человека на каждый). Они представляют НИУ ВШЭ, МГУ им. М. В. Ломоносова и Российскую академию наук. Анализ основан на подходе, предложенном Г. Зиммелем в рамках социологии малых групп. В эмпирической части описывается роль социальных связей при попадании молодых ученых в коллективы, а также вопросы конструирования коллективной реальности и проблемы, которые могут возникать при попытке встроиться эту реальность. Показывается, что в научных коллективах формируется особая надындивидуальная реальность, основанная на общей увлеченности темой, ощущении коллективной ответственности, коллективной логике и целях, организационных аспектах работы и механизмах распределения задач между участниками. Они являются общими для всех участников коллектива, но могут по-разному ими интерпретироваться. Также по результатам анализа информанты были подразделены на «внутренних» и «внешних» участников в зависимости от роли социальных связей при их попадании в коллективы. Две этих группы разным образом воспринимают коллектив-

Abstract. The purpose of this article is to examine the adaptation process of young staff in Russian academic teams. The study focuses on the problems young scientists may encounter when adapting to collective activities. The empirical base consists of 15 interviews with young scientists from five academic teams (three people each). They represent HSE University, Lomonosov Moscow State University, and the Russian Academy of Sciences. The analysis is based on the approach proposed by G. Simmel within the framework of small group sociology. The empirical part describes the role of social ties when young scientists enter collectives, questions of constructing a collective reality, and strategies for integrating young scientists into this reality. It is shown that in the scientific teams, a sub-individual reality is formed, which is based on the general passion for the subject of the research being conducted, the sense of collective responsibility, collective logic and goals, organizational aspects of the work, and mechanisms for sharing tasks among participants. They are common to all members of the collective but can be interpreted differently by them. Also, according to the results of the analysis, the informants were divided into «internal» and «external» participants depending on the role of social relations when they enter the collective. These two groups perceive collective reality and their role in it differently. Young employees perceive the collective as a source of support and motivation, and their insufficient level of adaptation is complicated.

ную реальность и свою роль в ней и, соответственно, разным образом встраиваются в нее. Молодые сотрудники воспринимают коллектив как источник поддержки и мотивации, и при недостаточном уровне последних адаптация усложняется.

Ключевые слова: молодые ученые, трудовая адаптация, малые группы, социальные связи, академическая карьера

Keywords: young academics, adaptation to work, small groups, social ties, academic career

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

Acknowledgments. The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE University).

Введение

Согласно российскому законодательству, молодым ученым считается лицо в возрасте до 35 лет включительно (с возможностью увеличения порога до 40 лет), которое является «работником научных организаций, научно-педагогическим работником организаций высшего образования или научным работником иных организаций, осуществляющих научную и (или) научно-техническую деятельность»¹. Молодые ученые на уровне закона выделяются в отдельную профессиональную группу, в результате чего им оказывается персонифицированная государственная поддержка. Помимо грантов, доступных ученым любого возраста, они могут претендовать на ряд других. Например, Российский научный фонд проводит конкурс проектов молодых исследователей и проектов под руководством молодых исследователей², существует Совет по грантам Президента РФ, одно из направлений деятельности которого касается поддержки молодых ученых³. Стимулирующие выплаты и иные формы поддержки для молодых ученых есть и на организационном уровне: например, в НИУ ВШЭ реализуется программа «Академический кадровый резерв»⁴.

Несмотря на персонифицированную поддержку, в России наблюдается уменьшение числа молодых ученых. С 2015 по 2022 г. количество научных сотрудников в возрасте до 29 лет снизилось с 77 до 54 тыс. человек⁵. Негативная тен-

¹ Молодые ученые получают поддержку // Государственная Дума Федерального собрания Российской Федерации. 2023. 28 февраля. URL: <http://duma.gov.ru/news/56393/> (дата обращения: 16.06.2025).

² Конкурсы // Российский научный фонд. URL: <https://rscf.ru/contests/> (дата обращения: 16.06.2025).

³ Совет по грантам Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых и по государственной поддержке ведущих научных школ Российской Федерации. URL: <https://grants.extech.ru/> (дата обращения: 16.06.2025).

⁴ См. подробнее: <https://academics.hse.ru/hipo/> (дата обращения 16.06.2025).

⁵ Численность исследователей (по областям науки; по возрастным группам; по ученым степеням; по субъектам Российской Федерации) (с 2010 г.) // Федеральная служба государственной статистики. 2023. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science#> (дата обращения: 16.06.2025).

денция характерна и для группы 30—34 года: с 2020 по 2022 г. ее численность уменьшилась с 52 до 47 тыс. человек⁶. При этом в 2022 г. доля ученых в возрасте до 35 лет от общего числа ученых в России составила около 30%⁷. Тот факт, что молодые ученые составляют весомый процент от всех ученых в России, актуализирует внимание к причинам их ухода из науки. Среди российских студентов научная карьера обладает низкой привлекательностью [Волков, Акимов, Симонов, 2024], а СМИ и представители сообщества ученых обращают внимание на проблему дефицита молодых научных кадров⁸. Отмечается необходимость воспроизводства кадрового потенциала науки в нашей стране [Плешкевич, Другова, Климова, 2021; Швецова, Симонова, Давыдова, 2020].

Как правило, молодые ученые начинают свою карьеру в рамках научных коллективов, где они сталкиваются с рядом вызовов. Карьерное развитие в академии в сравнении с другими сферами имеет свою специфику [Dowd, Kaplan, 2005]. Молодые ученые должны быть готовы подстроиться под существующие нормы (коллективные или организационные) и взять на себя выполнение задач, с которыми они не встречались ранее [Wang, Hicks, 2015]. Их отпугивают профессиональные риски, связанные с затруднительным карьерным ростом в желаемом направлении с учетом предъявляемых формальных требований [Rhoten, Parker, 2004]. Они сталкиваются с финансовыми, организационными и морально-этическими барьерами [Швецова, Симонова, Давыдова, 2020]. Карьерный рост также усложняется из-за прекаризации академической профессии: увеличивается количество времени, которое молодым ученым нужно потратить для получения постоянной должности в академической организации [Ta et al., 2024; Nadolny, Ryan, 2015], а творческие профессии в целом характеризуются неустойчивыми карьерными траекториями [Попова, 2019]. Кроме того, новички должны справляться с чрезмерной нагрузкой и испытывают синдром самозванца [Kiliç Memur, Başer Baykal, 2025], а также эмоциональное выгорание [Barthauer et al., 2020].

Мы видим, что численность группы молодых ученых в России снижается, несмотря на меры поддержки. Это актуализирует внимание к процессу адаптации молодых сотрудников в научных коллективах и проблемам, с которыми они потенциально могут столкнуться. В этой работе мы фокусируемся именно на тех трудностях, которые могут возникать у молодых ученых при адаптации к работе в научных коллективах, а не на системных проблемах, связанных с государственной поддержкой. Мы рассматриваем представителей коллективов двух ведущих вузов Москвы (НИУ ВШЭ и МГУ им. М. В. Ломоносова), а также Российской академии наук. Вначале статьи анализируются теоретические и эмпирические работы, позволяющие раскрыть проблематику исследования. Затем описывается методология исследования. Наконец, мы переходим к результатам: изучаем возможные

⁶ Исследователи по полу и возрастным группам // Индикаторы науки. Статистический сборник. 2024. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/907029023.pdf> (дата обращения: 16.06.2025).

⁷ Структура исследователей по возрастным группам: 2022 // Индикаторы науки. Статистический сборник. 2024. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/907029023.pdf> (дата обращения: 16.06.2025).

⁸ Например, по данным «НН.ру», в первой половине 2024 г. на одноименном портале количество опубликованных вакансий на позиции исследователей и лаборантов превысило количество соответствующих резюме на 29%. См.: В России растет спрос на молодых ученых // Ведомости. 2024. 31 октября. URL: <https://www.vedomosti.ru/society/articles/2024/10/31/1072038-v-rossii-rastet-spros-na-molodih-uchenih> (дата обращения 16.06.2025).

пути попадания молодых сотрудников в научные коллективы, механизмы выстраивания взаимодействия с руководителем и коллегами, а также процесс конструирования коллективной реальности. Эти аспекты составляют процесс адаптации к работе в научном коллективе. В заключении суммируются полученные выводы, обсуждаются ограничения и направления развития исследования.

Труд в академической среде

Исследователи описывают академическое развитие как процесс, в ходе которого индивид осваивает навыки и получает представление о своей области знания и академической среде в целом [Åkerlind, 2005]. Часть авторов отмечает, что построение академической карьеры — вполне понятный и выверенный процесс, в котором мало атипичных траекторий [Dany, Louvel, Valette, 2011; Courtois, O'Keefe, 2024]. Новички проходят социализацию в организации и получают информацию о нормах, целях и коллективной иерархии; усваивают схемы выполнения рабочих задач и ролевые ожидания [Morrison, 2002]. Другие исследователи отмечают, что карьерный рост в академии сильно завязан на той среде, в которую включен ученый: в разных университетах ключевыми признаются разные характеристики сотрудников, а сами они могут иметь различающиеся конечные цели [Sutherland, 2017]. Соответственно, имея цель влиться в определенный коллектив, не всегда можно предугадать, что будет для этого наиболее важно.

При построении академической карьеры ученый развивается одновременно в трех направлениях: в когнитивном, в рамках сообщества и в рамках организации. Когнитивная карьера представляет собой тематические изыскания ученого, формирование его научных интересов; карьера в сообществе — процесс смены ролей, которые играет ученый в коллективном производстве знания; организационная карьера — продвижение ученого по должностной лестнице и соответствующий этому рост заработной платы. Для построения успешной карьеры ученым необходимо работать в каждом из трех направлений одновременно, поскольку продвижение в одном аспекте зависит от продвижения в другом [Gläser, Laudel, 2015]. Можно выделить двойственность профессионального развития в академии: с одной стороны, оно осуществляется для самого себя, с другой — для организации, к которой принадлежит ученый [Wardak, Huber, Zeivots, 2024]. В рамках этого исследования мы фокусируемся на карьере в сообществе и на возможных противоречиях, которые могут возникать в процессе ее построения с учетом двух других.

Академию также описывают как среду со строгой иерархией. Она ассоциируется с закрытыми механизмами социального обмена, текучестью кадров и острой конкуренцией за научное признание [Burris, 2004]. Хотя конкуренция за рабочие места в академической среде ниже, чем во многих других трудовых сферах, она в меньшей степени определяется экономическими характеристиками, что также делает академическое сообщество закрытым [Плешкевич, Другова, Климова, 2021]. Кроме того, для успешного построения карьеры ученые используют социальные связи [Sherif, Nan, Brice, 2020]. Данный тезис справедлив для российской академической среды: коммуникация на российском академическом рынке труда является сетевой [Соколов и др., 2015]. Отдельно выделяется академический инбридинг, который представляет собой практику найма универси-

тетами собственных выпускников в качестве преподавателей и исследователей. Хотя у такого подхода есть свои плюсы, некоторые исследования показывают, что инбридинг делает процесс набора сотрудников менее прозрачным и открытым, а проводимые в замкнутых кругах исследования — менее инновационными и продуктивными [Horta, 2022].

В ряде работ подчеркивается важность поддержки со стороны более опытных коллег для успешной адаптации молодых ученых [Morrison, 2002; Dorenkamp, Süß, 2017]. Однако это может приводить к зависимости от старших коллег: научные руководители задают темы и сроки исследований, из-за чего молодым ученым сложно самостоятельно выбрать поле для реализации и быть в нем успешным [Долженко и др., 2019]. В исследовании моделей взаимодействия аспирантов с их научными руководителями было выявлено, что вторые могут быть разделены на несколько групп в зависимости от уровня вовлеченности в научную работу аспиранта, начиная с тех, кто не только вовлечен в непосредственно написание работы, но и дает советы об академической карьере в целом, и заканчивая теми, кто никак не вовлекается в работу аспиранта [Gruzdev, Terentev, Dzhaferova, 2020]. Соответственно, модель взаимодействия с научным руководителем может как способствовать адаптации молодого ученого, так и затруднять ее.

Еще одна особенность, которая скорее связана с государственной поддержкой научной сферы, но тем не менее должна быть упомянута, — низкая финансовая мотивация. Молодые ученые мотивированы скорее личным интересом, а не материальным вознаграждением [Dowd, Kaplan, 2005], карьерный успех определяется ими через возможность самореализации [Archer, 2008]. В российском контексте также отмечается, что мотивация молодых ученых чаще основывается на нематериальных факторах — академической свободе и широком просторе для самореализации [Гуцу, Чилипенко, 2018; Плешкевич, Другова, Климова, 2021]. Низкие зарплаты — одна из причин, по которым в академии сложно удерживать молодых: как правило, они приходят на проекты, за которые точно получают деньги, а постоянная научная работа не сулит им высоких зарплат [Душина, Николаенко, Евсикова, 2016].

Еще одна особенность, связанная скорее с вопросами поддержки науки извне, — более высокий уровень неопределенности в сравнении с другими трудовыми сферами и необходимость долгосрочного планирования [Zacher et al., 2019; Sherif, Nan, Brice, 2020]. Нестабильность и неопределенность — черты precarious занятости, и сегодня можно говорить о процессах прекаризации академической профессии, которые трансформируют идентичность ученых, их ценности и взаимоотношения друг с другом [McKeown, 2022]. Прекарная занятость характеризуется низкой или недостаточной оплатой, неполным рабочим днем и отсутствием социальных гарантий [McKenzie, 2021]. Молодые ученые вследствие прекаризации вынуждены устраиваться на одну краткосрочную работу за другой, выполняя конкретный перечень задач в конкретные сроки [Loveday, 2018]. Краткосрочные задачи не в полной мере развивают их навыки, которых на первых порах и без того недостаточно, из-за чего молодые ученые чувствуют себя недостаточно уверенно [Ortlieb, Weiss, 2018; Wang et al., 2022]. В то же время неопределенность порождает свободу, которая отличает академию от других трудовых сфер: свобо-

да выбора тем исследований и их руководителей, перечня задач и обязанностей, курсов и тем для преподавания [Sutherland, 2017].

Молодой ученый как участник малой группы

В этом исследовании нас интересует, как индивид вписывается в коллектив, выстраивая карьеру в сообществе. Проблематику организации внутригруппового взаимодействия можно объяснять, используя теоретический подход социологии малых групп. Г. Зиммель начинает рассуждения о малых группах с анализа диады как наименьшего социального образования [Simmel, 1964]. Диада неустойчива и зависит от вклада каждого из участников. В противовес этому существуют триады и более крупные социальные образования (собственно малые группы), в которых формируется безличная надындивидуальная реальность. Индивиды, объединенные в малую группу, сталкиваются с необходимостью решать как проблемы достижения общих целей и адаптации к внешним условиям, так и проблемы внутренней интеграции [Slater, 1955]. Границы и «зону ответственности» малой группы каждый из ее участников воспринимает по-своему. Отдельный индивид ожидает, что коллектив даст ему то, чего он не может достичь самостоятельно; он перестает чувствовать необходимость постоянно брать ответственность за групповой результат на себя [Simmel, 1964]. С другой стороны, отмечается и важность влияния отдельного индивида на группу [Миллз, 1968].

Малые группы описываются как социальные образования, в рамках которых регулярно взаимодействуют одни и те же индивиды, а существующая надындивидуальная структура определяет их образ мышления, формирует культуру, статусный порядок и отношения власти [Harrington, Fine, 2000]. Принимая во внимание суждение о существовании статусного порядка в малых группах, стоит вспомнить, что П. Бурдьё рассматривал науку как поле символического производства, в котором агенты борются за возможность действовать от имени науки [Бурдьё, 2005]. В поле науки есть доминирующие и доминируемые агенты, в результате чего можно говорить о существовании в нем статусного порядка [там же]. Соответственно, мы можем рассматривать научные коллективы как малые группы.

Коллективная научная деятельность имеет ряд особенностей. Она позволяет сформировать общее видение относительно того, как должны проводиться исследования в той или иной области знания [Крейн, 1976]. Важным элементом в сообществе ученых считается научная коммуникация, поскольку она способствует формированию и поддержанию парадигм и методологических принципов [Гриффит, Маллинз, 1976]. В научных коллективах ученые производят знания и вносят вклад своим знанием и видением в общую реальность [García-Sánchez, Díaz-Díaz, De Saá-Pérez, 2019]. У них формируется чувство принадлежности и взаимопонимания, создаются общий язык и коды. Объединение в научные коллективы также способствует карьерному росту и пониманию специфики работы в академической среде [Bilimoria et al., 2006]. Проводя исследования, ученые могут обращать внимание на то, приносит ли их работа пользу исследовательскому коллективу: обеспечивает финансирование, привлекает новых участников, становится основанием для продолжения работы исследовательского подразделения [Åkerlind, 2008]. Есть и личные цели: обеспечить себя направлениями для дальнейших исследований и довести их до публикаций.

Итак, научные коллективы в этой статье понимаются как малые группы, а под *адаптацией* подразумевается процесс, в ходе которого молодые ученые формируют общее с коллегами представление о коллективной реальности, идентичность, вписывающуюся в эту реальность, выстраивают взаимодействие с коллегами и индивидуальную карьерную траекторию. Мы предполагаем, что ключевым для адаптации будет поиск соответствия индивидуальных целей целям коллектива [Slater, 1955]. Учитывая, что коммуникация на российском академическом рынке труда является сетевой [Соколов и др., 2015], стоит обратить внимание на разные траектории попадания молодых сотрудников в коллективы: те, кто попал в коллектив, первоначально не имея связей с его членами, вероятно, адаптируются иным образом, чем те, кто имел соответствующие связи.

Научным коллективом в рамках исследования считается малая группа, которая осуществляет исследовательскую деятельность; с организационной точки зрения научным коллективом считается институт, кафедра или лаборатория. Также существует понятие *исследовательская группа*, под которым обычно понимаются несколько соавторов. Однако для молодых ученых в силу небольшого опыта и, как следствие, отсутствия публикаций или небольшого их числа, это может быть не столь релевантно. Поэтому исследовательской группой мы будем называть сообщество ученых, работающих совместно над конкретным исследовательским проектом, использующих при этом материальные и/или финансовые ресурсы [García-Sánchez, Díaz-Díaz, De Saá-Pérez, 2019].

Методология

Исследование реализовано в качественном дизайне. Было важно реконструировать логику формирования коллективной реальности и организации работы в исследовательской группе, а также сфокусироваться на аспектах адаптации отдельного молодого ученого в коллективе. Для реализации этой цели мы отдельно интервьюировали троих человек (зиммелевскую «триаду») из каждого коллектива, которые работают или работали ранее в одной исследовательской группе.

Интервью собирались в апреле 2024 г. (как очно, так и онлайн), поиск информантов осуществлялся через рассылки на электронные почты сотрудников, указанных на сайтах подразделений, и с помощью метода «снежного кома». Было проведено 15 полуструктурированных интервью с представителями пяти научных коллективов (по три человека на каждый) продолжительностью от 40 до 70 минут (ключевые характеристики информантов см. в Приложении). Гайд интервью включал следующие блоки вопросов: (1) как молодой ученый попал в коллектив, (2) структура коллектива, (3) организация работы в конкретной исследовательской группе и взаимодействие с коллегами в ней, (4) рефлексия о научном опыте в целом. С согласия информантов интервью записывались на диктофон. Впоследствии с целью обеспечения анонимности из транскриптов были убраны названия подразделений и реализуемых проектов, имена коллег и научных руководителей. Кодирование проводилось в программе ATLAS.ti. Сначала выделялись субстантивные коды при помощи открытого и избирательного кодирования. Далее проводилось теоретическое кодирование, направленное на соотнесение субстантивных кодов между собой.

Мы ориентировались на *критериальную выборку*: искали информантов, чей возраст не превышает 35 лет (то есть молодых ученых). Они также должны были иметь опыт участия в коллективных исследованиях в течение прошлого года или на момент исследования. Часть информантов также имела опыт руководства исследовательскими группами. Помимо этого, мы следили за тем, чтобы информанты соответствовали следующим критериям:

— *Вовлеченность в коллектив до момента официального трудоустройства*. Важно было рассмотреть, каковы механизмы адаптации у тех, кто вовлекался в коллектив, ранее не взаимодействовав с его членами, и тех, у кого был такой опыт, например, в рамках обучения или написания курсовых/дипломных работ. Кроме того, встретились информанты, которые вовлекались в проекты коллективов на волонтерских началах, то есть без трудоустройства и без получения заработной платы за свою работу.

— *Организационная принадлежность*. Сбор интервью начался с молодых ученых Высшей школы экономики, затем были проведены интервью с представителями МГУ им. М. В. Ломоносова. Эти вузы занимают лидирующие позиции в рейтинге высших учебных заведений по научно-исследовательской деятельности⁹. Кроме того, в них представлены исследовательские подразделения, принадлежащие как к социально-гуманитарным, так и техническим и естественным наукам, что было важно для получения более гетерогенных данных.

В процессе поиска информантов получилось выйти на студентов НИУ ВШЭ, работающих в одном из научных коллективов Российской академии наук, с ними также были проведены интервью. По итогу удалось рассмотреть специфику разных организационных структур. Ограничением является то, что мы изначально ориентировались только на исследовательские организации Москвы и полученные результаты отражают специфику столицы.

Область науки. Восприятие академии и организация карьеры в ней определяется дисциплинарной принадлежностью [Becher, Trowler, 2001], исследователи описывают разницу между представителями направлений SSH (Social Sciences and Humanities) и STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) (см., например, [Olmos-Peñuela, Benneworth, Castro-Martinez, 2014]). Принимая во внимание наличие других классификаций областей науки (например, классификатор научных направлений OECD¹⁰), было принято решение остановиться на разделении на STEM и SSH, чтобы получить более наполненные коды и категории по каждой группе.

Результаты

Были проинтервьюированы участники пяти научных коллективов. Все коллективы имеют различную структуру и размеры, однако их объединяет разделение участников на исследовательские группы численностью от двух до десяти человек. Иногда это постоянные группы, иногда — соавторы в рамках единоразово-

⁹ Лучшие вузы по уровню научно-исследовательской деятельности // Сайт рейтинговой группы RAEX. 2025. 3 июня. URL: https://raex-rr.com/education/russian_universities/best_universities_by_scientific_work/2023/ (дата обращения: 16.06.2025).

¹⁰ См. подробнее: https://www.hse.ru/science/scifund/klass_new (дата обращения: 16.06.2025).

го проекта. В коллективах есть и те, кто предпочитает работать самостоятельно. В части коллективов один старший руководитель, а остальные участники — молодые ученые примерно одного возраста. Одна группа на момент сбора данных полностью состояла из исследователей до 30 лет. Мы осознаем, что структурные характеристики коллективов могли повлиять на восприятие молодыми учеными своей работы и адаптации к ней, однако для их добросовестного учета необходимы методы сетевого анализа, применение которых не было запланировано в рамках настоящего исследования.

Социальные связи и поиск ниши

Прежде чем начать адаптироваться в научном коллективе, необходимо в него попасть. Выбирая научный коллектив, молодые ученые обращают внимание на возможность реализовать в нем научные интересы и построить академическую карьеру, изучают проводимые в подразделении мероприятия и пытаются оценить сложившуюся там атмосферу. Один из информантов отметил закрытость научного сообщества: *«В отличие от других сфер профессиональных, мы [ученые в коллективах] никого не зовем за собой, поэтому я думаю, что это [наука] вещь в себе»* (В., м, академический опыт 6 лет, SSH). В связи с этим при попадании в коллектив играют роль собственные усилия молодых ученых: информацию о возможности участия в проектах в качестве волонтеров¹¹ они ищут в открытых источниках либо при помощи социальных связей.

Для некоторых молодых ученых знакомство с научным коллективом началось до момента официального трудоустройства: успешный опыт работы с научным руководителем впоследствии позволил вовлечься в коллектив и продолжить работу по интересующей тематике за финансовое вознаграждение. Некоторые информанты взаимодействовали с сотрудниками коллективов в рамках экспедиций: *«В течение первых двух лет я взаимодействовала с Институтом как волонтер, участвовала во многих проектах, и потом я получила от моей руководительницы предложение стать стажером»* (А1, ж, академический опыт 4 года, SSH). Среди информантов встретились те, у кого в момент официального трудоустройства не было собеседования. Одна из информанток, которая сейчас трудоустроена в коллективе под руководством своего научного руководителя, объяснила это так: *«Я же перед этим с ним [научным руководителем] год работала над дипломом, поэтому собеседования не было. Все, что нужно, он узнал [раньше]»* (Л1, ж, академический опыт 2 года, STEM).

Встретились информанты, которые приходили в коллектив, не имея до этого социальных связей с его членами. Они проходили через формальные этапы отбора: собеседования и мотивационные письма. Описывая опыт попадания в коллектив, один из информантов этой группы отметил, что на момент его трудоустройства в подразделении была нехватка сотрудников, которая, возможно, сыграла роль в успешном прохождении отбора. Некоторым попасть в коллектив помогла демонстрация увлеченности темами исследований, реализуемых в коллективах. Информанты в этой группе также делились неудачным опытом попадания в кол-

¹¹ Имеется в виду участие в проектах коллектива по своему желанию, без трудоустройства и без получения заработной платы.

лективы: «Мне писали: „Мы не сошлись в научных интересах“, „У нас был слишком высокий конкурс“» (Т., ж, академический опыт 1,5 года, SSH). Иногда трудоустройству молодых ученых препятствуют установленные в коллективе правила, от которых руководство не готово отказаться. Одна из информанток делилась неудачной для нее историей попадания в коллектив, когда его руководство обозначило, что не готово принимать бакалавров.

Можно выделить два пути попадания молодых сотрудников в научные коллективы, которые различаются в зависимости от роли социальных связей. В первом случае молодые ученые начинают взаимодействовать с коллективом на волонтерских началах, в такие проекты проще попадать, не имея социальных связей со старшими коллегами. Затем, если всё проходит успешно, социальные связи помогают формально трудоустроиться. Во втором случае молодые ученые идут на определенные риски, пытаясь попасть в коллектив, где их никто не знает. Они сталкиваются с отказами и не всегда при подаче заявки имеют представление, чего от них ждут. Далее тех, кто имел социальные связи в момент формального трудоустройства, будем называть условно «внутренними» участниками, а тех, кто не имел их, — «внешними».

Конструирование коллективной реальности

При попадании в коллектив молодой ученый сталкивается с коллективной реальностью, к которой необходимо адаптироваться. В рамках этой реальности существует коллективная логика, с опорой на которую проводятся исследования. Проведение исследований и их публикация формируют репутацию отдельного участника и всего подразделения: «Есть план на ежегодное финансирование, и только если вы его выполняете, вам выделяют финансирование на следующий год» (И., м, академический опыт 1,5 года, SSH). Информанты отмечали, что принадлежность к коллективу дает им возможность заниматься исследовательской деятельностью в кругу единомышленников. Кроме того, работа в коллективе кажется молодым ученым более продуктивной и качественной в сравнении с индивидуальной. Она порождает чувство ответственности, которое дополнительно мотивирует вкладываться в общее дело. Молодые ученые говорили про сплоченность, связанную с ощущением, что все занимаются исследованиями на схожую тематику: «Если в лаборатории никто не понимает того, чем ты хочешь заниматься, [то возникает] вопрос, зачем ты вообще в ней числишься» (А2, м, академический опыт 3 года, STEM). При этом новички, попадая в коллектив, могут столкнуться с необходимостью подстраивать свои научные интересы под текущие исследовательские проекты. Это один из залогов успешной адаптации к коллективной деятельности.

Еще одно основание коллективной реальности — механизм распределения задач. Информанты рассказывали, что задачи распределяются исходя из личных интересов, есть возможность выбрать из предлагаемого руководителем перечня: «Распределяла обязанности руководитель много, но это всегда было в какой-то беседе про задачи и возможности человека» (М2, ж, академический опыт 5 лет, SSH). В ряде коллективов руководитель, инициировавший исследовательский проект, занимался преимущественно организационными вопросами, в то время как молодые ученые выполняли содержательные задачи. Информанты говорили об этом

так: «У нас есть заметное разделение по сферам ответственности между младшей и старшей частью коллектива» (Е., ж, академический опыт 5 лет, SSH); «Я занимаюсь вот этой всей, так сказать, черной работой. То есть проводить эксперименты, обрабатывать какие-то данные» (Л1, ж, академический опыт 2 года, STEM).

Руководитель выполняет и другие задачи. Молодые ученые, с которыми проводились интервью, говорили о негласных правилах, связанных не столько с содержанием работы, сколько с организационными моментами (например, обязательное посещение мероприятий подразделения или очное появление на рабочем месте). В части коллективов руководитель не принимает непосредственное участие в исследованиях, а занимает роль внешнего наблюдателя, по необходимости консультируя младших коллег по содержательным вопросам. В одном из коллективов руководитель имеет весомое влияние на происходящее, и молодые ученые не могут действовать вопреки. Один из участников этого коллектива описал ситуацию так: «Мой руководитель очень тяжелый человек, который не дает свободу. Если ты что-то начинаешь делать хорошо, это сразу видится как претензия. <...> здесь развиваться не дадут» (М3, м, академический опыт 4 года, STEM).

Таким образом, коллективная реальность формируется за счет общей цели и логики, ощущения коллективной ответственности, организационных аспектов работы и механизмов распределения задач между участниками. Руководитель научного коллектива, не внося содержательного вклада, может задавать не только тематику исследований и механизмы их реализации, но и дисциплину в коллективе и негласные правила, которые можно считать отдельным элементом коллективной реальности. Далее рассмотрим, каким образом молодые ученые встраиваются в эту коллективную реальность и с какими проблемами они могут столкнуться в процессе.

Молодые ученые внутри коллективной реальности

В процессе адаптации молодые ученые стремятся интегрировать академическую деятельность в свою жизненную систему. Размываются границы между академической и учебной занятостью, если таковая имеется. Проводя исследования, молодые ученые отрабатывают на практике то, о чем узнали на занятиях. Работает и в обратную сторону: «Я не просто провожу эксперимент. Чтобы его правильно сделать, мне нужно посмотреть, как это делает научный руководитель, он показывает это все. Поэтому студенты в лаборатории и учатся, и работают» (Л1, ж, академический опыт 2 года, STEM). Для части молодых ученых границы размылись не только между учебой и исследовательской деятельностью, для них наука стала частью жизни: «Я не могу себе представить день в своей жизни, когда я не буду о науке думать» (Л2, м, академический опыт 3 года, STEM). Тем не менее исследовательская деятельность может конфликтовать с учебой, и для успешного совмещения необходимо выстраивать систему приоритетов. В связи с финансовым аспектом академия не всегда оказывается на первом месте: «У меня есть учеба, у меня есть диплом, он мне важнее. <...> Простите, но мне платят четыре тысячи не за то, чтобы я перерабатывала» (Т., ж, академический опыт 1,5 года, SSH).

Принадлежность к коллективу дает молодым ученым возможность заниматься исследовательской деятельностью в кругу единомышленников и получить реле-

вантный для построения академической карьеры опыт: «Публикации в наше время — это важно. Если ты хочешь в аспирантуру идти, тебе они нужны, в этом плане лаборатория отличное место, чтобы их получить» (А2, м, академический опыт 3 года, STEM). При этом академию молодые ученые описывают как сферу с высокой конкуренцией. Попав в коллектив, они продолжают доказывать свое право оставаться в науке, проводя исследования: «Исследовательское поле всегда очень конкурентное. Нужно постоянно всем доказывать, что твое исследование самое интересное и важное» (М2, ж, академический опыт 5 лет, SSH).

Коллектив также выступает для молодых ученых источником поддержки, особую роль играет руководитель: от его поддержки зависят успешность адаптации и ощущение принадлежности к коллективу. Молодым ученым не до конца понятно, насколько руководители на самом деле заинтересованы в конкретном человеке, а не в «лишних руках» для проведения конкретного исследования. Возможно, для руководителя не столь важен успех конкретного человека, сколько сам исследовательский процесс и его результаты: «Он [руководитель] сам очень заинтересован этой областью. То есть он не столько заинтересован был в конкретном человеке, сколько... в самой деятельности» (Ю., ж, академический опыт 2 года, SSH). При этом прослеживается разница между «внутренними» и «внешними» участниками. Один из «внешних» участников отметил недостаточную поддержку со стороны коллектива, в частности своего руководителя. Он ожидал, что коллектив поможет ему преодолеть формальные барьеры для публикации результатов своих исследований: «Журналы, у них у всех своя редакторская политика, надо ждать год, чтобы вся кафедра подписалась под рецензией на мою статью. Это муторно для моего руководителя, он не хочет этим заниматься» (А3, м, академический опыт 3 года, SSH). «Внутренние» участники, наоборот, говорили о достаточной поддержке: «Пока ты только выпустился из магистратуры, ты молодой аспирантик первого года, перед тобой раскрывают все двери, кидаются в тебя деньгами, дополнительной поддержкой» (И., м, академический опыт 1,5 года, SSH)¹². Соответственно, репутация «внешних» молодых ученых в рамках коллективной реальности еще не сформировалась до такой степени, чтобы они могли ощущать и получать поддержку от коллектива. Из-за этого они могут быть недостаточно осведомлены о тех возможностях, которые дает принадлежность к коллективу.

Внутри коллектива молодым ученым также необходимо адаптироваться к стилю управления. Из-за отсутствия достаточной поддержки «внешние» участники могут терять мотивацию: «Я организационно слабый человек, не могу себя заставить сесть и написать без уверенности того, что кто-то на мою работу посмотрит и подскажет, что делать с ней» (А3, м, академический опыт 2 года, SSH). «Внешние» участники также делились историями о том, что их не устраивает стиль управления, и впоследствии это негативно сказалось на их удовлетворенности работой: «Выделяют кусок текста, и говорят: „Это бред, поменять“. Ты обращаешься за наводящими моментами: „А что менять-то?“, а тебе отвечают: „Все“» (И., м, академический опыт 1,5 года, SSH). Однако «внутренний» участник этого же коллектива, пытаясь объяснить причину такого стиля управления, продемонстрировал пони-

¹² Здесь отражено восприятие конкретного информанта, которое в том числе обусловлено тем, что он находится в коллективе, где его поддерживают. Мы понимаем, что не все аспиранты чувствуют себя подобным образом.

мание специфики: этому коллективу необходимо каждый год продлевать финансирование, сдавая большое число отчетов, а поскольку сотрудников не так много, на всех накладывается весомая ответственность за групповой результат.

Кроме того, прослеживаются различия между «внутренними» и «внешними» участниками относительно содержания их работы. Руководитель может поручать задание конкретному человеку, если знает, что у него имеется опыт выполнения аналогичной или похожей задачи. Самая молодая информантка («внутренний» участник) одного из коллективов рассказывала, что однажды руководитель поручил ей написание годового отчета по работе исследовательской группы потому, что тема была напрямую связана с ее научными интересами. В другом коллективе руководитель доверил информанту внесение финальных правок в текст публикации, поскольку тот продемонстрировал погруженность в тему. Как мы видим, возложение ответственной роли на молодого сотрудника произошло с опорой на представление, которое он создал о себе в прошлом. При этом «внешние» участники о случаях возложения на них более серьезной ответственности, чем на коллег одного ранга с ними, не рассказывали. В этом аспекте также прослеживается, что репутация «внешних» молодых ученых в рамках коллективной реальности еще не сформировалась. Вследствие этого они, как правило, выполняют более рутинные задачи, которые могут не соответствовать их первоначальным ожиданиям относительно научной деятельности.

Заключение

Наблюдаемое в последние годы уменьшение числа молодых ученых в России можно объяснить проблемами, с которыми они сталкиваются при адаптации к коллективной деятельности. В этом исследовании мы рассмотрели процесс адаптации молодых сотрудников в научных коллективах. Было показано, что, адаптируясь в научном коллективе, молодые ученые встраиваются в коллективную реальность, основанную на системе смыслов, культуре и отношениях власти [Harrington, Fine, 2000]. На эту коллективную реальность участниками возлагается ответственность за реализацию общих задач и решение индивидуальных проблем [Simmel, 1964]. Молодые ученые видят научный коллектив, к которому присоединяются, как источник мотивации и поддержки при построении академической карьеры. Они ищут соответствие между собственными целями и целями коллектива [Slater, 1955]. Если поддержки для них недостаточно, теряется ощущение принадлежности к коллективу, и адаптация усложняется. Молодые ученые стремятся построить когнитивную карьеру при помощи построения карьеры в сообществе: за счет участия в производстве коллективного знания они формируют свою репутацию и интересы [Gläser, Laudel, 2015]. Если молодые сотрудники чувствуют, что их недостаточно вовлекают в рабочий процесс, они говорят об отсутствии мотивации и поддержки. В предыдущих исследованиях также обсуждалась важность поддержки молодых ученых со стороны старших коллег [Morrison, 2002; Dorenkamp, Süß, 2017].

Мы подразделили молодых ученых на «внутренних» и «внешних». «Внутренние» участники имеют прошлый опыт взаимодействия с коллективом на волонтерских началах и выстроенные социальные связи как минимум с одним из сотрудников, у «внешних» молодых ученых эта система социальных связей лишь начинает формироваться. Попадая в коллектив, первые используют имеющиеся социальные

связи, вторые опираются исключительно на собственные усилия. О роли социальных связей при трудоустройстве ранее упоминалось в исследованиях в рамках сетевого подхода [Грановеттер, 2009]. Рассматривая «внутренних» и «внешних» участников, мы увидели, что недостаток поддержки у вторых может вести к недостаточной мотивации и затруднениям с реализацией карьерных целей. При этом важно отметить, что подразделение на «внутренних» и «внешних» участников нельзя свести строго к количеству лет опыта работы. За этим разделением стоят другие характеристики, которые мы постарались обозначить.

Адаптация молодых сотрудников в научных коллективах заключается в том, что им необходимо осознать и показать, что они могут привнести в деятельность коллектива. При этом важно получить поддержку со стороны коллег. «Внутренние» участники на этапе попадания в коллектив осознают, к кому и зачем идут. «Внешние» не всегда знают, в какой проект они могут вовлечься, им нужно прилагать определенные усилия для поиска своей ниши. В процессе деятельности в научном коллективе «внутренние» участники способны объяснить причины, по которым сформировались те или иные практики и условия, «внешние» не могут этого сделать. Понимание коллективной реальности помогает преодолевать трудности и объяснять их, смиряться с ними, вырабатывать стратегии, позволяющие ослабить влияние этих трудностей на собственную деятельность.

Хотя анализ выстроен на сравнении двух групп, который возможен в рамках качественного исследования без переноса результатов на генеральную совокупность, для дальнейшего подтверждения выявленных результатов требуется количественное исследование. На основании ограничений этого исследования можно выделить дальнейшие направления для изучения. Во-первых, мы не рассматривали преподавательскую деятельность, хотя некоторые информанты, попавшие в выборку, совмещают исследования и преподавание. В предыдущих работах описывались различия в стратегиях карьерного роста между научными сотрудниками, ориентированными на исследования и на преподавание [Åkerlind, 2005]. Во-вторых, во многом социология малых групп и исследования команд связаны с методами сетевого анализа, и в дальнейшем стоит изучить научные коллективы с применением методов сетевого анализа. Это позволит объемнее раскрыть вопрос формирования социальных связей и их структуры. В-третьих, мы фокусировались на восприятии адаптации молодыми учеными. Интервью с руководителями коллективов могли бы расширить представления о коллективной реальности и соотнести их с нарративами молодых ученых. Наконец, стоит обратить внимание на «ошибку выжившего». Хотя среди информантов встретились те, кто адаптирован в большей степени и в меньшей, все из них как минимум на момент проведения исследования были ориентированы оставаться в научной сфере. Соответственно, полученные результаты не отражают тех аспектов, которые становятся ключевыми для прекращения научной деятельности.

Список литературы (References)

1. Бурдые П. Социальное пространство: поля и практики / пер. с франц.; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005.

- Bourdieu P. (2005) Social Space: Fields and Practices. Moscow: Institute of Experimental Sociology; St. Petersburg: Aletheia. (In Russ.)
2. Волков С. К., Акимова О. Е., Симонов А. Б. Отношение студентов к научной карьере: кейс Волгоградского государственного технического университета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 170—193. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2434>. Volkov S. K., Akimova O. E., Simonov A. B. (2024) Student's Attitudes towards Scientific Career: The Case of Volgograd State Technical University. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 170—193. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2434>. (In Russ.)
 3. Грановеттер М. Сила слабых связей // Экономическая социология. 2009. Т. 10. № 4. С. 31—50. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=31 (дата обращения: 17.06.2025). Granovetter M. (2009) The Strength of Weak Ties. *Economic Sociology*. Vol. 10. No. 4. P. 31—50. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208204981/ecsoc_t10_n4.pdf#page=31 (accessed: 17.06.2025). (In Russ.)
 4. Гриффит Б. Ч., Маллинз Н. Ч. Социальные группировки в развитии науки // Коммуникация в современной науке: сборник переводов / сост., общ. ред. и вступ. ст. Э. М. Мирского и В. И. Садовского. М.: Прогресс, 1976. С. 131—155. Griffith B. C., Mullins N. C. (1972) Coherent Social Groups in Scientific Change. In: E. M. Mirsky, V. N. Sadovsky (eds.) *Communication in Modern Science: Collection of Translations*. Moscow: Progress. P. 131—155. (In Russ.)
 5. Гуцу Е. Г., Чилипенюк Ю. Ю. Модель внутрикафедрального управления мотивацией преподавателя вуза // Высшее образование в России. 2018. Т. 27. № 12. С. 69—78. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-69-78>. Gutsu E. G., Chilipenok Yu. Yu. (2018) Model of Intra-Department Management of Motivation of Teachers of Higher Education. *Vysshee Obrazovanie v Rossii / Higher Education in Russia*. Vol. 27. No. 12. P. 69—78. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2018-27-12-69-78>. (In Russ.)
 6. Долженко Р. А., Карпилянский В. А., Хади Р. А., Диденко А. С. Мотивация молодых ученых к научно-исследовательской деятельности в российских региональных вузах // Образование и наука. 2019. Т. 21. № 9. С. 122—153. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-9-122-153>. Dolzhenko R. A., Karpilianskii V. A., Hady R. A., Didenko A. S. (2019) Young Scientists' Motivation for the Research Activity in Russian Regional Universities. *The Education and Science Journal*. Vol. 21. No. 9. P. 122—153. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-9-122-153>. (In Russ.)
 7. Душина С. А., Николаенко Г. А., Евсикова Е. В. Время работать в России? Молодые ученые в условиях институциональных изменений // Социология науки и технологий. 2016. Т. 7. № 3. С. 29—50. URL: <https://sst.nw.ru/архив/snit201673/время-работать-в-россии-молодые-учёны/> (дата обращения: 17.06.2025).

- Dushina S. A., Nikolaenko G. A., Evsikova E. V. (2016) Time to Work in Russia? Young Scientists in Terms of Institutional Changes. *Sociology of Science & Technology*. Vol. 7. No. 3. P. 29—50. URL: <https://sst.nw.ru/архив/snit201673/время-работать-в-россии-молодые-учёны/> (accessed: 17.06.2025). (In Russ.)
8. Крейн Д. (1976). Социальная структура группы ученых: проверка гипотезы о «невидимом колледже» // Коммуникация в современной науке: сборник переводов / сост., общ. ред. и вступ. ст. Э. М. Мирского и В. И. Садовского. М.: Прогресс, 1976. С. 183—219.
Crane D. (1976) Social Structure in a Group of Scientists: A Test of the «Invisible College» Hypothesis. In: Mirsky E. M., Sadovsky V. I. (eds.) *Communication in Modern Science: Collection of Translations*. Moscow: Progress. P. 183—219. (In Russ.)
 9. Миллз Т. М. О социологии малых групп // Парсонс Т. Американская социология. Перспективы, проблемы, методы / общ. ред. и сост. Т. Парсонса (англ.); ред. и вступ. сл. Г. В. Осипова (рус.); пер. с англ. В. В. Воронина и Е. В. Зиньковского. М.: Прогресс, 1968. С. 82—93.
Mills T. M. (1968) About Sociology of Small Groups. In: Parsons T. (ed.) *American Sociology. Perspectives, Problems, Methods*. Moscow: Progress. P. 82—93. (In Russ.)
 10. Плешкевич И. Б., Другова Е. А., Климова Т. В. Привлечь и удержать: особенности кадровой политики ведущих российских университетов (кейс ДВФУ) // Социология науки и технологий. 2021. Т. 12. № 4. С. 150—171. <https://doi.org/10.24412/2079-0910-2021-4-150-171>.
Pleshkevich I. B., Drugova E. A., Klimova T. V. (2021) Attract and Retain: Specifics of Personnel Policy of the Leading Russian Universities (FEFU Case). *Sociology of Science & Technology*. Vol. 12. No. 4. P. 150—171. <https://doi.org/10.24412/2079-0910-2021-4-150-171>. (In Russ.)
 11. Попова И. П. Творческая профессиональная карьера: как возможен профессиональный контроль? // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2019. № 2. С. 91—102. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2019-2-91-102>,
Popova I. P. (2019) Creative Professional Career. How is the Professional Control Possible? *RSUH / RGGU BULLETIN. Series Philosophy. Social Studies. Art Studies*. No. 2. P. 91—102. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2019-2-91-102>. (In Russ.)
 12. Соколов М. М., Губа К. С., Зименкова Т. В., Сафонова М. А., Чуйкина С. А. Как становятся профессорами: академические карьеры, рынки и власть в пяти странах / под науч. ред. Иванова К. В. М.: Новое литературное обозрение, 2015.
Sokolov M. M., Guba K. S., Zimenkova T. V., Safonova M. A., Chuikina S. A. (2015) How to Become Professors: Academic Careers, Markets, and Power in Five Countries. Moscow: New Literary Observer. (In Russ.)
 13. Швецова А. В., Симонова А. А., Давыдова Н. Н. Воспроизводство кадрового потенциала науки в оценке молодых российских ученых: результаты прикладного исследования // Мониторинг общественного мнения: экономические

- и социальные перемены. 2020. № 5. С. 248—268. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.736>.
- Shvetsova A. V., Simonova A. A., Davydova N. N. (2020) Reproduction of Human Resource Potential in Science in the Assessments of Young Russian Scientists: Results of an Applied Study. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 248—268. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.736>. (In Russ.)
14. Åkerlind G. S. (2005) Academic Growth and Development — How Do University Academics Experience It? *Higher Education*. Vol. 50. P. 1—32. <https://doi.org/10.1007/s10734-004-6345-1>.
 15. Åkerlind G. S. (2008) An Academic Perspective on Research and Being a Researcher: An Integration of The Literature. *Studies In Higher Education*. Vol. 33. No. 1. P. 17—31. <https://doi.org/10.1080/03075070701794775>.
 16. Barthauer L. Kaucher P. Spurk D., Kauffeld S. (2020) Burnout and Career (Un)Sustainability: Looking into the Blackbox of Burnout Triggered Career Turnover Intentions. *Journal of Vocational Behavior*. Vol. 117. P. 103334. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103334>.
 17. Becher T., Trowler P. (2001) *Academic Tribes and Territories: Intellectual Enquiry and the Cultures of Disciplines*. Buckingham: Open University Press / SRHE.
 18. Bilimoria D., Perry S. R., Liang X., Stoller E. P., Higgins P., Taylor C. (2006) How Do Female and Male Faculty Members Construct Job Satisfaction? The Roles of Perceived Institutional Leadership and Mentoring and their Mediating Processes. *The Journal of Technology Transfer*. Vol. 31. No. 3. P. 355—365. <https://doi.org/10.1007/s10961-006-7207-z>.
 19. Burris V. (2004) The Academic Caste System: Prestige Hierarchies in PhD Exchange Networks. *American Sociological Review*. Vol. 69. No. 2. P. 239—264. <https://doi.org/10.1177/000312240406900205>.
 20. Courtois A., O'Keefe T. (2024) 'Go Away and Make a Big Thing of Yourself Somewhere Else': Precarious Mobilities and The Uses of International Capital in Irish Academia. *Higher Education*. Vol. 88. No. 5. P. 1871—1887. <https://doi.org/10.1007/s10734-024-01190-5>.
 21. Dany F., Louvel S., Valette A. (2011) Academic Careers: The Limits of the 'Boundaryless Approach' and The Power of Promotion Scripts. *Human Relations*. Vol. 64. No. 7. P. 971—996. <https://doi.org/10.1080/21568235.2017.1304824>
 22. Dorenkamp I., Süß S. (2017) Work-Life Conflict Among Young Academics: Antecedents and Gender Effects. *European Journal of Higher Education*. Vol. 7. No. 4. P. 402—423. <http://dx.doi.org/10.1080/21568235.2017.1304824>.
 23. Dowd K. O., Kaplan D. M. (2005) The Career Life of Academics: Boundaried or Boundaryless? *Human Relations*. Vol. 58. No. 6. P. 699—721. <https://doi.org/10.1177/0018726705057156>.

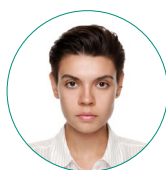
24. García-Sánchez P., Díaz-Díaz N. L., De Saá-Pérez P. (2019) Social Capital and Knowledge Sharing in Academic Research Teams. *International Review of Administrative Sciences*. Vol. 85. No. 1. P. 191—207. <https://doi.org/10.1177/0020852316689140>.
25. Gläser J., Laudel G. (2015) The Three Careers of an Academic. Discussion Paper 35/2015. Berlin: TU Berlin, Center for Technology and Society. URL: https://www.researchgate.net/publication/281716394_The_Three_Careers_of_an_Academic (accessed: 17.06.2025).
26. Gruzdev I., Terentev E., Dzhaferova Z. (2020) Superhero or Hands-Off Supervisor? An Empirical Categorization of PhD Supervision Styles and Student Satisfaction in Russian Universities. *Higher Education*. Vol. 79. No. 5. P. 773—789. <https://doi.org/10.1007/s10734-019-00437-w>.
27. Harrington B., Fine G. A. (2000) Opening the «Black Box»: Small Groups and Twenty-First-Century Sociology. *Social Psychology Quarterly*. Vol. 63. No. 4. P. 312—323. <https://doi.org/10.2307/2695842>.
28. Horta H. (2022) Academic Inbreeding: Academic Oligarchy, Effects, and Barriers to Change. *Minerva*. Vol. 60. No. 4. P. 593—613. <https://doi.org/10.1007/s11024-022-09469-6>.
29. Kiliç Memur H. N., Başer Baykal N. (2025) Problems and Persistence: a Grounded Theory Model of the Coping Process in Academic Profession. *Trends in Psychology*. No. 33. P. 871—884. <https://doi.org/10.1007/s43076-023-00332-5>.
30. Loveday V. (2018) Luck, Chance, and Happenstance? Perceptions of Success and Failure Amongst Fixed-Term Academic Staff in UK Higher Education. *The British Journal of Sociology*. Vol. 69. No. 3. P. 758—775. doi.org/10.1111/1468-4446.12307.
31. McKenzie L. (2021) Unequal Expressions: Emotions and Narratives of Leaving and Remaining in Precarious Academia. *Social Anthropology*. Vol. 29. No. 2. P. 527—542. <https://doi.org/10.1111/1469-8676.13011>.
32. McKeown M. (2022) The View from below: How the Neoliberal Academy is Shaping Contemporary Political Theory. *Society*. Vol. 59. No. 2. P. 99—109. <https://doi.org/10.1007/s12115-022-00705-z>.
33. Morrison E. W. (2002) Newcomers' Relationships: The Role of Social Network Ties During Socialization. *Academy of Management Journal*. Vol. 45. No. 6. P. 1149—1160. <https://doi.org/10.2307/3069430>.
34. Nadolny A., Ryan S. (2015) Mcuniversities Revisited: A Comparison of University and Mcdonald's Casual Employee Experiences in Australia. *Studies in Higher Education*. Vol. 40. No. 1. P. 142—157. <https://doi.org/10.1080/03075079.2013.818642>.
35. Olmos-Peñuela J., Benneworth P., Castro-Martinez E. (2014) Are 'STEM from Mars and SSH from Venus'? Challenging Disciplinary Stereotypes of Research's Social

- Value. *Science and Public Policy*. Vol. 41. No. 3. P. 384—400. <http://dx.doi.org/10.1093/scipol/sct071>.
36. Ortlieb R., Weiss S. (2018) What Makes Academic Careers Less Insecure? The Role of Individual-Level Antecedents. *Higher Education*. Vol. 76. No. 4. P. 571—587. <https://doi.org/10.1007/s10734-017-0226-x>.
 37. Rhoten D., Parker A. (2004) Risks and Rewards of an Interdisciplinary Research Path. *Science*. Vol. 306. No. 5704. P. 2046. <https://doi.org/10.1126/science.1103628>.
 38. Sherif K., Nan N., Brice J. (2020) Career Success in Academia. *Career Development International*. Vol. 25. No. 6. P. 597—616. <https://doi.org/10.1108/CDI-09-2019-0232>.
 39. Simmel G. (1964) The Isolated Individual and the Dyad. In: Kurt H. Wolff (ed.) *The Sociology of Georg Simmel*. NY: The Free Press. P. 182—208.
 40. Slater P.E. (1955) Role Differentiation in Small Groups. *American Sociological Review*. Vol. 20. No. 3. P. 300—310. <https://doi.org/10.2307/2087389>.
 41. Sutherland K.A. (2017) Constructions of Success in Academia: An Early Career Perspective. *Studies in Higher Education*. Vol. 42. No. 4. P. 743—759. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1072150>.
 42. Ta B., Hoang, C., Khong H., Dang T. (2024) Australian PhD Graduates' Agency in Navigating Their Career Pathways: Stories from Social Sciences. *Higher Education*. Vol. 88. P. 1525—1545. <https://doi.org/10.1007/s10734-024-01181-6>.
 43. Wang H., Yang C., Meng M., Zeng Y. (2022) Research on the Initiative Scientific Research and Innovation Behavior of Postgraduates: Based on the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*. Vol. 13. P. 1—14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.839981>.
 44. Wang J., Hicks D. (2015) Scientific Teams: Self-Assembly, Fluidness, and Interdependence. *Journal of Informetrics*. Vol. 9. No. 1. P. 197—207. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2014.12.006>.
 45. Wardak D., Huber E., Zeivots S. (2024) Towards a Conceptual Framework of Professional Development: A Phenomenographic Study of Academics' Mindsets in a Business School. *International Journal for Academic Development*, Vol. 29. No. 3. P. 337—352. <https://doi.org/10.1080/1360144X.2023.2183403>.
 46. Zacher H., Rudolph C.W., Todorovic T., Ammann D. (2019) Academic Career Development: A Review and Research Agenda. *Journal of Vocational Behavior*. Vol. 110. P. 357—373. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.08.006>.

Приложение. Ключевые характеристики информантов

№ триады	Область науки	Организация	№ п/п	Имя (сокращ.)	Пол	Возраст	Опыт научной деятельности	Аналитическая категория	Учебный статус
1	SSH	НИУ ВШЭ	1	Т.	ж	21	1,5 года	Внешний	Бакалавриат 4 курс
			2	И.	м	20	1,5 года	Внутренний	Бакалавриат 3 курс
			3	М1	ж	25	6 лет	Внутренний	Закончена магистратура
2	SSH	НИУ ВШЭ	4	М2	ж	28	5 лет	Внутренний	Аспирантура 3 год
			5	А1	ж	25	4 года	Внутренний	Магистратура 2 курс
			6	Е.	ж	29	5 лет	Внешний	Аспирантура 1 год
3	STEM	РАН	7	Д.	ж	23	3 года	Внутренний	Магистратура 2 курс
			8	Л1	ж	23	2 года	Внутренний	Магистратура 1 курс
			9	А2	м	23	3 года	Внешний	Магистратура 1 курс
4	STEM	МГУ	10	Л2	м	24	3 года	Внутренний	Аспирантура 1 год
			11	М3	м	24	4 года	Внутренний	Аспирантура 1 год
			12	К.	ж	27	6 лет	Внутренний	Кандидат наук
5	SSH	МГУ	13	В.	м	26	6 лет	Внутренний	Кандидат наук
			14	А3	м	24	3 года	Внешний	Магистратура 1 курс
			15	Ю.	ж	25	2 года	Внутренний	Бакалавриат 4 курс

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3155](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3155)



D. S. Chebanova

FROM REGIONS TO METROPOLISES: MODELS OF REGIONAL AND POLITICAL IDENTITIES TRANSPOSITION AMONG RUSSIAN YOUTH

For citation:

Chebanova D. S. (2026) From Regions to Metropolises: Models of Regional and Political Identities Transposition among Russian Youth. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 67–91. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3155>.

Правильная ссылка на статью:

Чебанова Д. С. Из регионов в мегаполисы: модели транспонирования региональной и политической идентичностей российской молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 67—91. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3155>. (In Eng.)

Получено: 05.11.2025. Принято к публикации: 25.02.2026.

FROM REGIONS TO METROPOLISES: MODELS OF REGIONAL AND POLITICAL IDENTITIES TRANSPOSITION AMONG RUSSIAN YOUTH

ИЗ РЕГИОНОВ В МЕГАПОЛИСЫ: МОДЕЛИ ТРАНСПОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

*Daria S. CHEBANOVA*¹ — Lecturer at the School of Politics and Governance; Research Assistant at the Laboratory for Studies in Economic Sociology

E-MAIL: dchebanova@hse.ru

<https://orcid.org/0009-0000-4681-5780>

ЧЕБАНОВА Дарья Сергеевна — преподаватель департамента политики и управления, стажер-исследователь лаборатории экономико-социологического исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: dchebanova@hse.ru

<https://orcid.org/0009-0000-4681-5780>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Abstract. The article examines the transformation of regional and political identities in the context of internal migration in Russia, focusing on their transposition within metropolitan settings. Drawing on Erving Goffman's theory, transposition is conceptualized as a shift in the tone of identity that preserves its internal logic and reflects individual agency during socio-cultural transitions. The study adopts a constructivist perspective, treating identity as a dynamic and reflexive construct shaped through socialization, positioning, and lived experience. The empirical data consists of 50 in-depth interviews with young intraregional migrants from the Kamchatka Krai, the Republic of Karelia, and the Tula and Kaliningrad regions who relocated to Moscow or St. Petersburg. Based on qualitative analysis, the article identifies several models of identity transposition, illustrating different strategies of adaptation, reinterpretation, and preservation of identificational foundations. Transposition models work with significant factors that shape a particular mode of "I" in the context of relocation. The study reveals how regional and political identities may compete, complement each other, or form hybrid configurations under conditions of biographical change and metropolitan integration.

Аннотация. Статья посвящена анализу региональной и политической идентичностей в контексте внутренней миграции в России, с фокусом на модели их транспонирования в новых условиях мегаполиса. Под транспонированием понимается изменение тональности идентичности при сохранении ее внутренней логики, отражающее агентность субъекта в ситуации социокультурного перехода. Исследование основывается на конструктивистской парадигме и рассматривает идентичность как гибкую и подвижную конструкцию, формирующуюся в процессе социализации, позиционирования и рефлексии. Эмпирическая база включает 50 глубинных интервью с молодыми людьми, переехавшими из Камчатского края, Республики Карелия, Тульской и Калининградской областей в Москву и Санкт-Петербург. На основе этих материалов выделяются модели транспонирования идентичностей, каждая из которых демонстрирует различные стратегии адаптации, переосмысления и сохранения идентификационной базы. Модели транспонирования работают со значимыми факторами, формирующими тот или иной модус «Я» в контексте переезда. Работа раскрывает, как региональная и политическая идентичности могут конкурировать, дополнять друг друга или формировать новые гибридные формы, и предлагает ана-

литическую рамку для изучения изменений идентичности в условиях биографических и контекстуальных сдвигов.

Keywords: multiple identities, models of transposition, migration, regional identity, political identity, identity transformations

Ключевые слова: множественная идентичность, модели транспонирования, миграция, региональная идентичность, политическая идентичность, идентитарные трансформации

The question of how identity transformations unfold across different contexts, as well as the triggers that initiate these processes, remains open in both Russian [Lisenkova, 2021] and international [Linchenko, Gartwig, 2023; Stewart, Brown, 2023] social research. A significant strand of the debate on the construction and reconstruction of an individual's multiple identities concerns the role of territory or place [Slobodin, 2019; Aslam et al., 2020: 150]. However, while existing research on identity construction has extensively addressed regional identity as a distinct category, or in relation to other territorial or, less frequently, ethnic-national dimensions, less attention has been paid to the joint analysis of regional and political identities within a single analytical framework [Paasi, 2003; Paasi et al., 2022]. In particular, there is still limited understanding of how multiple identity components are jointly reconfigured within the process of identity formation rather than as its resulting states. This study therefore adopts a process-oriented perspective, focusing on how regional and political identities are co-constituted and transformed from within the lived experience of individuals undergoing migration in Russian context.

The selection of regional and political identities is grounded in the analytical assumption that migration affects spatial and territorial belonging along with political and institutional positioning. While regional identity refers to forms of attachment to specific places and regional contexts, political identity captures the individual's relation to broader structures of statehood, citizenship, and inclusion. Although these dimensions are often analysed separately, their interaction becomes particularly salient in the context of migration. Focusing on these two dimensions allows us to trace how territorial and political modes of identification are jointly reconstituted within a single process of identity formation.

Regional identity is sensitive to internal and external sources of instability and can be destabilized by them. At the same time, a significant body of research suggests that it often demonstrates a degree of resilience and can become particularly salient in contexts of uncertainty or perceived value disruption, sometimes gaining prominence relative to other forms of identification (e.g. [Paasi, 2003]). This duality makes regional identity a particularly productive for studying identity transformations, as it offers insights into the (re)configuration of an individual's multiple identities.

Political identity is another important concept for this study. It is analytically distinguished from other dimensions of the self within the structure of multiple identities and is rarely examined in dynamic terms — especially in the Russian academic

tradition. This derives from the widespread perception of political identity as a stable, sometimes rigid aspect of identity that interacts only weakly with others, except for civil identity, which some scholars treat as one of its manifestations [Ethier, Deaux, 1994; Winterich, Mittal, Aquino, 2016].

The study systematizes possible empirical variations and demonstrates the triggers, characteristics, and trajectories of the processes through which young people's regional and political identities are reshaped when they move from Russian regions to metropolitan centers. The empirical focus of our research lies in problematizing the processes that accompany relocation as part of a broader disruption of multiple life contexts. We investigate how the specific features of relocation influence the reshaping of regional identity and how young people's political identities become integrated into this transformation. Moreover, we explore the typical models through which these two identities undergo simultaneous change in the context of migration to major urban centers.

Regional and Political Identities and the Context of Migration: Theoretical Perspectives

Conceptualizing and operationalizing political identity are complex tasks. Political identity in Russia has certain specific features. It is seen as a static and relatively immutable aspect of a person's identity throughout their life. The focus is on party identity as the most common and understandable manifestation of political identity [Winterich, Mittal, Aquino, 2016]. This approach limits the conceptual framework of political identity, which also includes social movement, civic, and national identities [Semenenko, 2011]. When viewed in this context, political identity becomes so broad that it loses its analytical power. Therefore, this paper will consider political identity within the European academic understanding. It will mean the concept developed by the group and its members about the goals and ideals that should underlie a political system [Winterich, Mittal, Aquino, 2016]. This conceptual framework emphasizes the contextual nature of political identity and its ability to adapt to the discourse emerging in the group.

In this study, political identity will be examined through the subjective experience of its bearers, as we assume that it is only within real-life experience and interactions that political identity becomes most discernible [Callero, 2003]. Political identity, as we conceptualize it, includes political beliefs, attitudes, and explicit or implicit adherence to political ideologies [Block, Block, 2006; Jost et al., 2003]. We also use Alistair Cole's approach to operationalizing political identity [Cole et al., 2021]. This approach includes not only party and ideological aspects of political identity but also forms of political participation and a person's general attitude towards politics and political processes. Given that these approaches generally view political identity as flexible [Winterich, Mittal, Aquino, 2016], we also account for the reflexivity of an individual regarding the experience of changing or maintaining these attitudes over time and in a changing context.

In operationalizing regional identity, scholars agree on the identification of several significant elements [Raagmaa, 2002] that contribute to (re)constructing identity within a specific context. These elements are mainly linked to four dimensions: phys-

ical, social, cognitive and sensory, and memories [Shao, Lange, Thwaites, 2017]. The physical dimension primarily concerns place of residence and the material characteristics that anchor individuals to a location. The social dimension operates at both the individual level, through personal ties and social capital, and the community level, through horizontal and vertical relationships within the region. At the individual level, it also encompasses practices, habits, and lifestyles and their transformation (or continuity) during integration into a new community. The cognitive, or sensory, dimension captures emotional perceptions of regions and their communities, including subjective reflections on personal change that resist rationalization. Finally, memory links regional space, social connections, and affective attachments to specific past times and places in which the individual lived.

A substantial body of literature has addressed educational migration, focusing on patterns of interregional mobility, inequalities between regions, and the role of educational institutions in shaping migration trajectories [e. g., Kurbatova et al., 2022; Gabdrakhmanov, Nikiforova, Leshukov, 2019]. These studies predominantly examine educational migration through structural and institutional lenses, emphasizing factors such as access to educational resources, regional stratification, and labor market outcomes. At the same time, less attention has been paid to the subjective and relational dimensions of mobility, including the ways in which educational migrants negotiate multiple forms of belonging across different localities. The present study builds on this literature while shifting the analytical focus toward translocal configurations of identity and everyday experiences of young educational migrants.

Another important theoretical perspective relevant to the proposed research puzzle is the concept of transnationalism [Vertovec, 2001], along with the related approaches of translocality and transboundary identity [Kapustina, 2017; Abashin, Brednikova, 2021]. While transnationalism primarily focuses on international migration, it can also be applied to the analysis of internal mobility processes and the adaptation of young migrants, as well as to the (re)construction of their multiple identities [Vertovec, 2001]. Furthermore, the perspective of translocality and transboundary identity emphasizes identity as a relational configuration of belongings, which enables forms of multiple embeddedness across different localities [Kapustina, 2017]. From this perspective, identity is understood as processual, multi-sited, and contextually activated rather than as a fixed or territorially bounded category [Abashin, Brednikova, 2021].

The main theoretical premise of the research builds on Erving Goffman's dramaturgical approach [Goffman, 1959] and his concept of keying [Goffman, 1974]. In this article, we use the notion of identity transposition as an analytical extension of Goffman's idea of frame transformation, referring to the reconfiguration of roles, self-presentations, and masks that constitute social identity across different situational contexts and interactional expectations. Identity transposition thus captures processes through which individuals adjust and reorganize their identity elements in response to shifting social and normative environments. These transformations may occur at the micro-level as situational adjustments, but they may also develop into more sustained forms of reconfiguration within new socio-political contexts, which is of particular relevance to the present study.

Importantly, transposition does not imply a complete substitution of one identity for another. Rather, it denotes a selective re-articulation of identity elements, in which certain components of the original identity are retained while being re-expressed within a new contextual frame. In this sense, identity transposition can be understood as a gradual and non-linear process of frame re-keying rather than a rupture between discrete identity states. This interpretation resonates with Jeffrey C. Alexander's theory of cultural performance, which emphasizes how meaning structures are continuously re-coded and re-fused within changing social contexts, without the dissolution of underlying symbolic elements [Alexander, 2004].

Moreover, this means that regional and political identity are seen as elements of a complex, multi-dimensional identity, which is ever-changing and cannot be fixed. This identity is always in a process of transformation and is influenced by various factors [Du Gay, Hall, 1996]. This view is supported by the context in which identities are formed, such as the context of migration, where individuals experience a complete change in their lives, from their physical surroundings to the symbolic spaces around them.

The process of identity transformation occurs when the social context in which an individual builds and maintains their identity changes, and they feel the need to adapt their identity to the expectations and practices of the reference community. This leads to a redefinition of both the physical aspects of identity, such as daily routines, habits, and lifestyle, and the social aspects, including social circle, communication style, self-image within the group, and overall perception of the reference group. As a result, an individual's identity undergoes a transformation.

Methods and Data

This research is conducted within the interpretivist paradigm. We apply textural and structural analysis [Moustakas, 1994] to analyze the experiences of young people following a seven-step phenomenological procedure inspired by Moustakas, of which the most analytically significant stages are outlined below. First, horizontalization was applied to all interview transcripts in order to identify and equalize meaning units related to the experience of relocation. At this stage, statements describing perceived changes, tensions, and continuities were extracted, allowing the delineation of the thematic boundaries of identity transposition as a holistic process. Second, textural analysis was conducted by reading the horizontalized statements sequentially and deconstructing them into concise, descriptive formulations of informants' lived experience. This step resulted in the identification of recurrent experiential factors that later informed the construction of analytical models. Third, structural analysis aimed to reconstruct the subjective and intersubjective causal relations articulated by the informants themselves. The horizontalized material was revisited to situate identitarian transformations within their immediate biographical and social contexts, thereby establishing internal logics and connections between experiential elements. Finally, the synthesized results of textural and structural analyses were integrated into composite descriptions of experience, which served as the basis for distinguishing variations of identity transposition and categorizing informants into analytically derived models.

Table 1. *Regions sampling criteria*

Regional Regime [Gaivoronsky, 2015] / Remoteness and isolation from the Center [Shao, Lange, Thwaites, 2017]	Proximity to major metropolitan centers and low levels of isolation from the core	Significant remoteness and isolation from the Center
Consolidation of the political (media) space	Tula Oblast (Region)	Kamchatka Krai (Territory)
Plurality of the political (media) space	Republic of Karelia	Kaliningrad Oblast (Region)

The data were collected through in-depth interviews. Core topics of the guide included the decision-making process surrounding relocation, emotional and affective responses, transformations of self-perception and regional identity, specifics of social relations, and perceived shifts in political attitudes and practices. All interviews were collected, processed, and analysed by the author herself. Interviews were conducted over a one-year period, from February 2024 to February 2025.

The total sample for this study consists of 50 young people from four different regions of Russia (see Table 1). Regional cases were selected through the combined application of two analytical criteria corresponding to the two identity dimensions examined in this study. The first criterion captures territorial positioning — specifically proximity to or remoteness from major metropolitan centers — as a structural condition shaping regional embeddedness and the formation of regional identity [Shao, Lange, Thwaites, 2017]. The second criterion captures variation in regional political regimes, particularly differences in the degree of political-media consolidation and regional political pluralism [Gaivoronsky, 2015]. The use of these two criteria reflects the theoretical premise of the study: territorial embeddedness constitutes an important basis for regional identification, while the regional political environment provides a key context for the formation of political identity. Importantly, the selected typology is employed not as a description of present-day regional politics, but as a historically grounded framework corresponding to the period of political socialization of the respondents, when regional political differences were more institutionally pronounced.

The sample of participants for the study (see Appendix) was stratified by region, with homogeneous subsamples within each region. We focused on young people aged 18–35. This age range was chosen to ensure respondents' relative autonomy in migration decision-making and their capacity for reflexive interpretation of their migration experience. While acknowledging the internal heterogeneity of this age group in terms of life stage, education, and occupational trajectories, the study does not aim to compare age or generational cohorts, but rather to identify models of regional and political identity transposition in the context of various lived experience.

To ensure comparability of experiences and analysis, we limited our sample to individuals that have been living in a metropolis after moving one to ten years. A minimum threshold of one year ensured that all respondents had completed the initial phase of adaptation, while the upper limit allowed for the inclusion of more stabilized and

retrospectively reflected experiences without capturing cases of long-term secondary socialization. This temporal range makes it possible to analyze identity transposition as a process unfolding across different stages of the migration cycle [Marques, Aleixo, 2021]. Finally, we consider only two metropolises, the main hubs of youth in the European part of Russia — Moscow and St. Petersburg — as recipient regions. The informants who moved from remote and isolated regions, such as Kamchatka Krai and the Kaliningrad Oblast, were recruited both into Moscow and St. Petersburg subsamples. Young people from other regions were selected according to their proximity to the capital cities. This approach was necessary for a better understanding of the effects of the physical distance between regions on young people's experiences.

Youth is an important group for us, as they are still forming their attitudes and identities [Laffan, 1996; Lipsman, 2007]. Young people are more socially mobile and often move around in search of new experiences. These experiences can have a significant impact on their lives [Skok, Kondratieva, 2016]. Therefore, young people are more likely to undergo identity transformations, especially when they relocate.

For the purpose of analysis, we identified several principal analytical categories for classifying respondents' reasons for relocation (see Appendix). The first category encompasses motivations related to education, specifically the pursuit or continuation of an educational trajectory that is available exclusively in a metropolitan context. The second category refers to career-related motives, including access to employment opportunities and long-term career prospects offered by large cities and their labor markets. In cases where respondents did not explicitly frame their relocation in terms of education or career advancement but emphasized the broader range of opportunities for self-realization associated with metropolitan life, their motivations were classified under the category «greater prospects/opportunities». A distinct category captures negatively framed motivations for relocation, namely the desire to leave or escape one's region of origin or its surrounding social environment. Finally, the category «Other» includes informants whose relocation was primarily driven by personal circumstances, such as family-related or emergency reasons, as well as those whose motivations were shaped by specific perceptions of place.

Empirical Foundations of Identity Transposition Models

In this section, we will describe those factors that are particularly evident in our sample and that our informants use as individual explanatory models to describe certain decisions or perceived changes in communication.

The first factor is the proximity of the region of primary socialization to the metropolis, specifically the physical possibility of returning there at any time. In our sample, four regions represented extremes in terms of remoteness. In Kaliningrad and Kamchatka, relocation is emotionally challenging: the distance and limited accessibility amplify social loneliness and make it difficult to stabilize life if needed, leading to abrupt changes in adaptation and social ties. In contrast, for Tulyaks and Karelians, frequent returns to their home region allow them to maintain social and household connections, making the initial move less disruptive. Thus, regional proximity can significantly delay the adaptation process, and identity transposition could be delayed as well (e.g. [Hu, Cheung, 2024]).

The second factor is the presence or absence of a conflict (either latent or explicit) between an individual and the community of their primary socialization region. The presence of conflict, along with the remoteness of the region, can lead to a sharp and drastic change in communication patterns, prompting more active and intense interaction with the metropolitan community and integration into it. In contrast, the absence of conflict with the community of primary socialization can have different effect. In such cases, the community is seen as having certain «sacred» qualities and (initially at least) appears to the young person to be more positive and unique. As a result, young people may strive to maintain their involvement in this «special» community to preserve their positive self-image. These ideas about the regional community create a specific and unrealistic framework for young people's expectations of the metropolis, a framework that is difficult to fully adapt to.

Another factor arises from the peculiarities of how the reference group is represented — the ideas about the image of Muscovites and Petersburgers. A significant number of our informants (mainly outside the Tula region) showed a tendency to believe that the image of a resident of Karelia/Kaliningrad/Kamchatka carries symbolic advantages in interpersonal encounters, shaping how they are perceived by people with whom they establish new social ties or engage in everyday communication, whereas the images of Muscovites and Petersburgers, by contrast, are stigmatized and perceived rather negatively. These respondents mostly do everything they can to avoid outwardly identifying with the stigmatized group of metropolis residents and maintain a more favorable image for themselves.

The most interesting aspect for us, in a qualitative sense, is the unknown factor of the length of stay in a metropolis. It seems clear that the longer a person resides in a new location (city, region, or country), the better they understand the cultural codes of that place and form a stronger place attachment [Marques, Aleixo, 2021: 123]. They will have more opportunities to integrate into the local community and, as a result, begin to identify more with it due to the greater number of experiences and memories formed there [Shao, Lange, Thwaites, 2017].

The required duration for self-identifying with a particular region remains unclear and has not been rigorously studied. Nevertheless, long-term residence in a metropolis — averaging four years in our sample — appears sufficient for young people to consider themselves part of the region. Those who have lived in Moscow or St. Petersburg for an extended period often see their present and future as linked to the metropolis and no longer resist being identified as Muscovites or Petersburgers by their home communities, nor do they resist adopting this identity themselves. Typically, their social circles shift almost entirely to the region, with remaining ties in the region of primary socialization limited to family, usually parents.

The next factor is the sense of stability in the metropolis and the perception of one's future within its framework. When young people anticipate that they will move again in the future or generally seek a more comfortable place to live, they do not strive to adopt the identity of the regional community, as they perceive their presence in the region as temporary and experience living in the metropolis as being “*on borrowed time*” (man, 22 years old, informant No. 37).

The experience of moving and adjusting to new circumstances, as well as integrating into the regional community of a metropolis, differs greatly for those who leave their

home region immediately after graduation (or even earlier) and for those who move at a more mature and conscious age. Young adults who have moved away from their home region experience a disruption in contact with their social circle from their primary socialization region more smoothly and with a greater understanding and have a wider circle of people from their region with whom they interact.

Young people who move immediately after finishing school experience relocation more acutely and emotionally, as it is typically their first significant separation from the parental home. Their social environment primarily consists of situational ties formed at school or other social institutions — not based on shared interests or desires, but on the shared experience of daily life and constant in-person interaction. When such interaction ceases and their lived experiences begin to diverge, communication becomes either very difficult or altogether impossible, and young people lose social contacts in their region of primary socialization. This often leads to frustration and a range of personal emotional experiences.

From the perspective of political identity, another significant aspect can be highlighted — the initial level of engagement with the political agenda and, more broadly, the degree of political ossification of the region of primary socialization. For those who were raised in relatively pluralistic and heterogeneous regional political environments, moving to Moscow or St. Petersburg does not constitute a political revelation but rather serves as a point of transformation in their practices and attitudes toward them. In contrast, for young people originating from politically rigid regions, relocation to a metropolis becomes an eye-opening experience, revealing that «things could be done differently», including the possibility of open political discussion, more emotionally neutral and reflective debate, and a greater focus on the structural causes and mechanisms of political events rather than solely on their immediate consequences. This encounter with a different political-discursive environment activates political identity, making it more salient, reflexive, and explicitly articulated [Gaivoronsky, 2015]. Young people begin to reflect on political processes, which in turn prompts reflexivity regarding their own positions.

Models of Identity Transposition in the Context of Migration

Based on the available empirical data, we have been able to identify six models for how the transposition of regional and political identities can take place, taking into account the factors mentioned above that determine the specifics of each model.

Transposition Model I: «Escape from a region»

This first model is primarily based on the conflict with the regional community. It is a precursor to the process of adaptation and integration into a metropolis, and it predicts the further development of these processes.

Within this model, the main motivation for moving away from the region of primary socialization and the subsequent explanatory model of integration is the desire to escape from that region, regardless of how difficult it may be to adapt to new conditions in the future. Young people voluntarily minimize their visits back home, and if they do return, they tend to limit their interactions to communication with family members. As a result of these infrequent movements between regions, young people ex-

perience a more vivid contrast between the physical and social environments of the two areas. Due to their initial distance from the conflict-ridden community, young individuals more easily abandon the norms and values significant to the community of their primary socialization in favor of the new ones. This happens not only because of the conflict with the regional community, but also because the conflict arising from the young man's initial failure to comply with the region's socialization rules. All this leads to a radical change in habits that is realized by young people when they return to their native region and through conflictual communication with their former social circle.

At the same time, their active and long-awaited integration into the local community fosters close ties and a deep understanding of the metropolis, as well as a significant reorientation of their internal values. Within this model, young people strongly emphasize the loss of a sense of belonging in their region of primary socialization and the relocation to the region, where they could live the life they want and, therefore, self-actualize and develop. This leads to a rapid and contrasting transformation of regional identity.

Karina (here and further, the name has been changed — author's note), aged 21, informant No. 14, notes:

I don't know, I have a good family, everything is fine, and so on. But I needed to break out. And I was glad that I did. I was also in my first relationship back then. And that also created some kind of vibe, since he was here too. And I moved, and the dorm, new people... Overall, it felt more or less normal, but sometimes it was hard. Only now am I starting to really feel that that's it — I've already settled here, because I'm gradually settling in <...> I often have negative emotions about things from the past. And I avoid them... and I haven't returned to my old environment [after the move].

In this model individuals seek to establish their own political positions and better understand political processes, supported by a sense of community solidarity within the megalopolis. This desire for integration leads to adaptation in political practices and habits, with the basis for political identity being the constant immersion in political discourse and ongoing discussion within the community.

Given the protest against the dominant socialization and its norms, young people in this political environment are prone to radicalization within the political spectrum. Thus, we can observe the process of transposition or activation of political identity, depending on the initial level of inclusion in the political agenda (the lower it is, the more likely we can talk about the activation of political identity). Christina (21 years old, informant No. 7) describes the process of her political identity transposition in the context of migration experience:

As for my political position, when I was still living in Kamchatka, I was very much influenced by my family's views. In general, my father is a very political person — very patriotic <...> So I was patriotic too <...> [Later] I started to undergo some changes, little by little. I began to realize that maybe I was thinking about some things the wrong way, or that I simply did not understand the issue well enough. When I moved to St. Petersburg and started getting closer to some acquaintances who later became my friends, it also became nor-

mal for me to question everything that was happening more broadly — not to take the information that entered my field of vision as ultimate truth, but always to look into things myself and search for some kind of provisional truth, if such a thing even exists.

Transposition Model II: «Return and Return Again»

This model is contingent on the proximity of the region of primary socialization to the host metropolis and is typical of migrants from regions such as Tula or Karelia. This situation makes moving easier emotionally in the short term, as young people could return home if necessary and immerse themselves in their familiar environment. However, in the long term, this opportunity can have some negative effects on the regional identity of young people. The contrast between life in their original region and the changes brought about by relocation can be difficult to understand, and it takes time for young people to fully grasp these differences.

Frequent returns to the region of primary socialization, considering the format of pendulum migration, create a situation where a young person lives simultaneously in two regional spaces. Young people adapt to two regional communities by adapting (rather superficially) and trying to build their lives in different ways in two regions.

Within this model, regional identity becomes blurred. Initially, young people may feel largely unchanged, perceiving themselves as locals with only minor differences. Over time, they develop new habits and social connections in the metropolis, albeit partially, resulting in an intermediate identity in which they cannot fully identify with any single region. A second crucial factor is the duration of residence. Even when young people attempt to navigate life between two regional spaces, gradual adaptation to the metropolitan area occurs, leading to partial integration into its community. This process is prolonged and often depends on acquiring certain «attributes of belonging», such as local education, stable employment, or homeownership. Ultimately, it is the long-term, subjective experience of metropolitan life that allows young people to gradually internalize the region as a familiar and meaningful space.

An example of this model is Georgy (28 years old, informant No. 36). The informant moved to Moscow from the Tula region and notes that returning to the region of his primary socialization was a normal part of life for him during the first years after the move:

Every two weeks, I went home. I mean, it's pretty understandable that it takes time before you get used to living without your mom and dad, without your own apartment, your room, without a proper bathroom, at the very least. And while you're... trying to get used to living on your own, there are still some issues that pull you back to your home harbor — at the very least, even just to do your laundry. I remember that it wasn't only to see my mom, but also to do my laundry, or, for example, to bring back some food from there. I remember that every two weeks, so as not to exaggerate, for at least a year I definitely went home <...> Well, of course, it's not only because of our parents that we go back, but also because of our friends, who also, not having found a circle or people close to them in Moscow yet <...>.

In the political aspect, the model does not demonstrate the most positive outcomes for the process of identity formation. Initially, young people are immersed in two conflicting media and information environments simultaneously and begin to compare

their feelings about the more dangerous and politically active space of the metropolis with the more comfortable and less politically engaged environment of their region of primary socialization. Initially, the familiar environment wins, serving as a secure informational buffer. Over time, the pressures of the megalopolis increase, and the lack of integration into the local community leads to attempts at political escape. The political identity, which has become more active in the metropolis, is quickly suppressed and remains only in a passive and tonal form.

As Maksim (21 years old, informant No.20) pronounces it:

When in Moscow, I pushed myself into a bubble, because at some point political issues became unbearable for me — when it started shifting from this vaguely looming global cloud in the form of the media and various other organizations and institutions <...> and when it started spilling over into more everyday things — into conversations between friends, when the topics changed from, I don't know, casual jokes and lighthearted banter about random things to political arguments — that was when I realized I would rather stay in my bubble, shut myself off, and not take part in it.

Transposition Model III: «Growing Up and the City»

This model is based on the age of relocation. Young people are more likely to move after graduation or later in search of work, when the main stages of separation and growth have already passed. In this case, it is easier for them to distinguish the changes associated with moving from those of growing up, although these processes are often intertwined.

Within this model, relocation to a metropolis is experienced as relatively smooth. Social detachment from the region of primary socialization occurs earlier and is accompanied by the formation of more reflexive and stable social ties that do not depend on physical proximity. As a result, moving does not generate pronounced anxiety or loneliness, as young people retain a supportive social buffer.

Moreover, the change of regional space is less disruptive because key life strategies and patterns of independence — such as separation from family and the establishment of everyday routines — are already in place prior to relocation. Unlike student migrants who often face uncertainty related to employment and self-positioning in the megalopolis, individuals within this model encounter fewer structural challenges, which facilitates their adaptation to the metropolitan environment and integration into local communities.

This model of identity transition is marked by duality: while the region of primary socialization remains a familiar and taken-for-granted space of belonging, the metropolis increasingly functions as a personal home. Regional identity does not dissolve through relocation but becomes hybrid, combining continued attachment to the region of origin with the gradual formation of a metropolitan regional identity.

Grigory (25 years old, informant No. 48) notes that for him, the feeling of home after the move gradually became hybrid, taking on a dual character:

[In the Tula region] I feel like I'm 'one of my own' <...>. I understand this sort of social environment, I understand the people there <...>. I more or less understand the setup, I know

these people <...>. Probably, yes, I'm still 'one of my own' there, but already with some caveats <...>. Moscow also already feels like my city. [In the political sphere] there's more thinking, yes. I mean, here it's as if... changes happened in my life that weren't directly connected to the city, but they pull you into this a bit. You start talking to people who are into this, and people say things about it at the university.

In political terms, the mechanics of this model are the opposite of the previous one. Young people engage in two information spaces and compare them, but due to increased stability and awareness, they feel less anxiety and analyze politics more deeply, leading to more active participation in political communication. Katherina (23 years old, informant No. 8) describes it as follows:

Before I moved, I didn't really have any particular political views. I wouldn't say that I have any clear-cut position now either. I just understand, more or less, the pros and cons of what is happening in the political environment overall. Sometimes I try to make sense of what is going on and how things work. And that's about it <...> I've just started following the news more.

Political practices within the regional community change without causing conflict or a sense of danger, instead integrating into a more stable structure through solidarity. Similar to the first model, a dynamic is at play: either the transposition of political identity when moving from a pluralistic region, or its activation when it has initially atrophied.

Transposition Model IV:

The fourth model is based on a sense of instability in the new region, but it has two different variations. The first is related to the experience of being unsettled in a metropolis, primarily through material factors. The second is the voluntary departure from a stable base in Moscow/ St. Petersburg in anticipation of moving to other cities in Russia or, more commonly, abroad.

Transposition Model IV/I: «Existing on Sufferance»

In this model, young people do not feel confident about their embeddedness in the metropolis. For some, a temporary employment contract is an indicator of instability, while for others, it is a limited period allocated for studying. Important indicators of belonging are material and social attributes that are visible to other members of the regional community: a private apartment with a residency permit, a stable job, affiliation with a polyclinic, and other social institutions.

Alina (20 years old, informant No. 3) demonstrates a particular significance for her of physical attributes in connection with regional identity:

You know, the rational part of me definitely says that you need to have some property in this city, just so that you always have the possibility to return to it. To be physically anchored here, at least on some legal level, to exist here and always be here, so to speak, as an owner. And, I guess, living here for more than three years for some reason — that's a sufficient amount of time to really get accustomed to the city. I think I would mention work.

Regional identity within this framework also appears to be somewhat intermediate: young people do not deny their distance from their community of primary socialization, but they also do not feel completely at home in the metropolitan area, where they have transformed their daily habits and routines. As a result, returning to their home region becomes less appealing in the long term.

Material markers of belonging for young people remain largely disconnected from their region of primary socialization, while attachment to it is reduced to a formal status based on birthplace. At the same time, they do not fully internalize the regional identity of the host city or experience it as home. In this context, ongoing turbulence appears more salient than reflexive engagement with changing practices or worldviews. As Urnov and Kasamara [Urnov, Kasamara, 2016] argue, this results in a present-oriented temporal perspective, with young people focused on securing their position in the metropolis rather than imagining a coherent future.

In terms of politics, being immersed in the media of a metropolis also does not provide a sense of stability. For young people, for whom physical environments are already a significant part of life, this can create additional discomfort when they become aware of their physical proximity to political and governmental structures, and the very real possibility of experiencing the consequences of political instability in everyday life. As a result, young people often resort to political escapism as a strategy to minimize this discomfort. This involves immersing themselves in their own information bubble, where they can escape from the realities of politics. Alena (20 years old, informant No.4) provides her point of view:

And here, it seems to me, there is also more control over all of this, and in general it all feels much closer to you in a very literal sense. For example, there was that Wagner Group rebellion march that happened in the summer. I remember being suddenly overwhelmed by the feeling of just how much I was at the epicenter of events. Because, as far as I remember, they were heading toward Moscow. And when, in real time, I was not even following the news but understood that it was literally getting geographically closer to me, I felt scared and confused, and all I wanted was to get away from it.

Transposition Model IV/II: «California dreamin'...»

In another variation of this model, a sense of instability also plays a significant role. Young people consciously choose to be constantly on the move in search of new places and communities to socialize and realize themselves. Here, the physical aspect of regional identity is minimized, while the social aspect is crucial. The transformation of social practices and the accumulation of social capital are essential for life in a metropolis, but they also stimulate further mobility instead of anchoring young people in a particular region.

The feeling of home in this model is rather temporary, as the main parental home remains in the area of primary socialization. Regardless of the context or region of present residence, young people can temporarily return to this place. However, the future, which is not related to the metropolis and its planning, dominates their spatial and temporal development. Regional identity becomes almost elusive and thin, acquiring more instrumental features for certain purposes than situational ones.

In political terms, the sense of turbulence that emerges from the more diverse political landscape of metropolises, and the feeling of physical closeness to events and their consequences, paradoxically becomes another reason for thinking about the future rather than the present, and not being rooted “here and now”. Young people actively seek out new information, deeply analyzing the political agenda and politics in general, trying to understand and embrace politics, while also maximizing the social capital they accumulate. At the same time, their political identity becomes more prominent and is used to find common ground with the local community and integrate with it.

This transposition model can manifest, as in the case of Sima (23 years old, informant No. 50). The young woman notes that instability for her becomes more of a strategy:

So, I just kind of think, I'm only twenty-three for now, and the world is so big, I need to try as many interesting things as possible, live in different places, and figure out what I like the most. Because if I don't try, I won't know <...>. I just understand that at a certain point in life, a person needs one thing, and then time passes, and you need something else. And I sort of understand that, for example, right now this is how I choose to live — not somewhere in a village. And I guess I'm choosing some kind of big city, where there are more opportunities for education, for, I don't know, just — however banal it may sound — but really, where there are more possibilities to somehow realize yourself, I don't know, find a job...

Transposition Model V: «Muscovite! Sounds... Unimpressive»

This model is based on the perception of young people who move to Moscow and St. Petersburg as being stigmatized and having a dubious reputation among other regional groups. However, the explanatory scheme is more complex than simply denying the existence of a new regional identity.

Young people increasingly orient themselves toward the metropolitan environment, integrating into local networks and adapting to urban norms. While differences with the community of primary socialization persist, this process often entails a gradual detachment from their original regional community. As a result, the sense of home becomes associated less with a specific place and more with the metropolis as a social space that structures everyday life and identity.

Over time, this reorientation may produce a contrast with the region of primary socialization: individuals can come to be perceived — and to perceive themselves — as «Muscovites» or «Petersburgers» in their home regions. At the same time, within the metropolis they emphasize their regional origins and develop a situational regional identity marked by a persistent sense of outgroupness. Solidarity is thus primarily formed around peers who share the experience of relocation and adaptation, rather than around a fully internalized metropolitan identity.

This effect is demonstrated by Kira (22 years old, informant No. 25) noting that identifying herself as a Muscovite is not something she can't do for some reason, but rather something she simply doesn't want to:

Well, I tend to consider myself more of a Tula native, for some reason. I just don't feel like identifying as a Muscovite, because there are so many Muscovites, and there don't seem

to be that many Tula natives. And you kind of want to show off a little. And I, well, I'm not really a Muscovite, and not exactly a Tula native either.

Vera (22 years old, informant No. 2), on the other hand, demonstrates a perception of the stigmatization of the Muscovite/Petersburger image, which prevents regional identification with the metropolises:

Even though I absolutely love Moscow, and I feel comfortable here, this identity of 'I'm a Muscovite' — I would say it's a bit tainted. Because there's also a negative myth, which is partly true, and stereotypes about Muscovites...

In political terms, this model varies greatly in terms of the triggers for the transposition of political identity. When a physical factor dominates for a young person, they may develop political escapism in the context of rejecting a new community.

Vera (22 years old, informant No. 2) continues:

But at the same time, besides anxiety and attachment issues, I have a fear of rejection. Because of that, certain things hurt me more deeply — political events, things happening in the world in general <...> That is, political escapism in the form of withdrawing from reality and sleeping for 17 hours a day was a regular occurrence, at least once a week. There was an inability to spend time alone with myself, and difficulty — almost an inability — to be in public places in Moscow.

On the other hand, when the social factor is more important, even if there is a sense of anxiety or insecurity in relation to political events, integration into the community can lead to a transformation of political practices and activation of political identity:

When we were in school, all those kinds of statements just sort of passed us by. But now, yes — when we get together with friends, all these conversations about politicians start coming up. It wasn't like this before <...> Now, on the contrary, I feel the need to form my own opinion, to look into the historical background. (Female, 22 years old, informant No. 25)

Transposition Model VI: «There's No Place Like Home»

The last model could be considered, to some extent, as the opposite of the first one. Here, the formative factor is the sacralization of the region of primary socialization, which results from the cognitive and sensory factors of regional identity and memory. Within this model, young people experience strong feelings about leaving, which lead to a sense of long-lasting nostalgia. This leads to the idea that their native region has unique advantages, and the community in this region also possesses certain characteristics. While earlier research captured such sentiments as recurring emotional reactions among respondents [Chebanova, 2023], the present study demonstrates that this orientation is not universal. Rather, it represents a distinct pattern of identity transposition that characterizes only one specific model among several identified in the empirical material.

Due to this, the new community does not attract many young people, and they do not strive for deep integration. Instead, young people seek to preserve their old selves, with their specific language, customs, and habits.

Young people generally perceive themselves as largely unchanged by relocation, viewing this experience as having provided no substantial basis for identity transformation. A sense of home remains firmly anchored in the region of primary socialization, while the metropolis is approached in an instrumental manner as a means for accumulating financial resources, acquiring education, or achieving career objectives. Temporally, respondents orient themselves predominantly toward the past, associated with life prior to relocation, and toward a distant future, envisioned as a return to the region of primary socialization:

When I want to go home in the emotional sense, like I want to be with close people, it's more like there <...> when I miss exactly... I often feel very nostalgic about school and all that... It's always Kaliningrad, of course. (Young woman, 20 years old, informant No. 1)

At the same time, young people may struggle to sustain strong ties to their region of primary socialization, experiencing both rejection from regional communities and a utopian desire to return to an irretrievable place and time. This impossibility may result in frustration and the formation of an intermediate regional identity.

Politically, this situation is similar to the “IV/I” model, where young people without a buffer against the metropolis community, through which they could adapt to the political environment and feel stability through solidarity, instead choose a strategy of political escape. Since young people initially exhibit a tendency to resist change within this model, this pattern is equally relevant in the political sphere.

Conclusion and Discussion

This study demonstrates that both regional and political identities of young people are dynamic and situational, shaped by physical relocation and social integration in metropolitan contexts. The process of identity transposition reveals a fundamentally translocal logic, whereby individuals remain simultaneously embedded in multiple territorial, social, and symbolic spaces. However, this logic should be understood as characteristic of a substantial share of observed cases rather than as a universal pattern, models of total devotion to a single regional space—or to no space at all—still persist. At the same time, the empirical material also reveals more intermediate configurations in which translocal embedding is less pronounced or operates in a more limited form. The analytical value of the concept, however, lies precisely in capturing this spectrum of variations, including cases where translocality emerges as a dominant but not exclusive organizing principle of identity transposition. Within this framework, regions function not as fixed containers of belonging but as dynamic and situational reference points that are activated depending on social position, life stage, and context of interaction. The identified models of identity transposition suggest that regional identity increasingly resembles a form of internal transborder identity, conceptually close to processes described in the literature on translocalism and transnationalism [Vertovec, 2001; Abashin, Brednikova, 2021] although developed in a rather different context.

Unlike classical transnational migration, the boundaries crossed in this case are not state borders but symbolic and territorial divisions within the nation-state. The metropolis and the region of primary socialization most of the times constitute two coexisting regimes of belonging that generate hybrid, intermediate, and situational identities rather than a complete shift from one identity to another.

A key contribution of this research lies in demonstrating that political identification does not merely follow spatial relocation but is reshaped through the interaction of physical mobility, social embeddedness, and subjective experiences of belonging. Depending on the configuration of these factors, political identity may be intensified, rearticulated, or, conversely, temporarily suspended. More broadly, the study shows that youth mobility in contemporary Russia produces not the erosion of regional and political identities but rather renders their configuration more complex. Translocality emerges as a durable mode of social existence in which belonging, solidarity, and political subjectivity are constructed between regions, communities, and temporal horizons. This perspective opens new avenues for research on identity formation beyond territorially bounded and nationally centered frameworks, highlighting the need to reconceptualize regional and political identities in societies characterized by sustained internal mobility.

This study is subject to several limitations inherent to its phenomenological design. As a qualitative inquiry based on Moustakas' approach, it does not seek generalization; rather, its findings aim at intersubjective validity through the reconstruction of shared experiential meanings. The dialogical nature of in-depth interviews implies that some interpretations may have emerged as performative products of joint reflection between interviewer and participant; however, in most cases, the questions did not pose difficulties for informants and were experienced as meaningful prompts for narration rather than as intrusive or constraining interventions.

In addition, political identity represents a sensitive topic in the contemporary Russian context and, for some informants, it became a point of narrative closure, despite the interviewer's shared socio-demographic background, which facilitated trust. An important limitation of this study is that, for many informants, migration coincided with processes of growing up and separation from the family of origin, which may have intensified or accelerated some of the observed changes. Empirically, the study is limited by challenges in participant recruitment due to specific selection criteria, resulting in a non-exhaustive sample. Future research may expand the proposed framework by including migrants from ethnically defined regions, as ethnic self-identification may play a significant role in processes of identity transposition, and by adopting comparative or longitudinal research designs.

References

1. Abashin S. N., Brednikova O. E. (eds.) (2021) *Living in Two Worlds: Rethinking Transnationalism and Translocality*. Moscow: New Literary Observer. (In Russ.)
«Жить в двух мирах»: переосмысляя транснационализм и транслокальность / под общ. ред. С. Н. Абашина, О. Е. Бредниковой. М.: Новое литературное обозрение, 2021.

2. Alexander J. C. (2004) Cultural Pragmatics: Social Performance Between Ritual and Strategy. *Sociological Theory*. Vol. 22. No. 4. P. 527—573. <https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x>.
3. Aslam W., Wehner L., Koga K., van der Westhuizen J., Thies C. G., de Sá Guimarães F. (2020) Misplaced States and the Politics of Regional Identity: Towards a Theoretical Framework. *Cambridge Review of International Affairs*. Vol. 33. No. 4. P. 505—526. <https://doi.org/10.1080/09557571.2020.1723061>.
4. Block J., Block J. H. (2006) Nursery School Personality and Political Orientation Two Decades Later. *Journal of Research in Personality*. Vol. 40. No. 5. P. 734—749. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2005.09.005>.
5. Callero P. L. (2003) The Political Self: Identity Resources for Radical Democracy. In: P. J. Burke, T. J. Owens, R. T. Serpe, P. A. Thoits (eds.) *Advances in Identity Theory and Research*. Boston, MA: Springer US. P. 57—70.
6. Chebanova D. S. (2023) Transposition of Regional Identity among Youth after Moving to a Metropolis. *Polilog*. Vol. 7. No. 2. (In Russ.) <https://doi.org/10.18254/S258770110026415-8>.
Чебанова Д. С. Транспонирование региональной идентичности молодежи при переезде в мегаполис // Полилог. 2023. Т. 7. No. 2. <https://doi.org/10.18254/S258770110026415-8>.
7. Cole A., Harguindéguy J. B. P., Pasquier R., Stafford I., De Visscher C. (2021) Towards a Territorial Political Capacity Approach for Studying European Regions. *Regional & Federal Studies*. Vol. 31. No. 2. P. 261—284. <https://doi.org/10.1080/13597566.2018.1548440>.
8. Du Gay P., Hall S. (1996) Questions of Cultural Identity. London: SAGE Publications.
9. Ethier K. A., Deaux K. (1994) Negotiating Social Identity when Contexts Change: Maintaining Identification and Responding to Threat. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 67. No. 2. P. 243—251. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.67.2.243>.
10. Gabdrakhmanov N. K., Nikiforova N. Yu., Leshukov O. V. (2019) “From the Volga to the Yenisei...”: Educational Migration of Youth in Russia. Moscow: HSE Publishing House. (In Russ.)
Габдрахманов Н. К., Никифорова Н. Ю., Лешуков О. В. «От Волги до Енисея...»: образовательная миграция молодежи в России. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019.
11. Gaivoronsky Yu. O. (2015) Regional Political Regimes in Russia: Conceptual Innovations and Measurement Opportunities. *Politeia. Analysis. Chronicle. Forecast*. Vol. 2. No. 77. P. 21—37. (In Russ.) <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2015-77-2-21-37>.
Гайворонский Ю. О. Региональные политические режимы в России: концептуальные новации и возможности измерения // Полития. Анализ. Хроника.

- Прогноз. 2015. Т. 2. № 77. С. 21—37. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2015-77-2-21-37>.
12. Hu J., Cheung C. K. J. (2024) Social Identity and Social Integration: a Meta-Analysis Exploring the Relationship Between Social Identity and Social Integration. *Frontiers in Psychology*. Vol. 15. Art. 1361163. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1361163>.
 13. Lisenkova A. A. (2021) Transformation of Sociocultural Identity in the Digital Space. Perm: Perm State Institute of Culture. (In Russ.)
Лисенкова А. А. Трансформация социокультурной идентичности в цифровом пространстве. Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2021.
 14. Goffman E. (1959) The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City, NY: Doubleday.
 15. Goffman E. (1974) Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. Cambridge, MA: Harvard University Press.
 16. Jost J. T., Glaser J., Kruglanski A. W., Sulloway F. J. (2003) Exceptions That Prove the Rule: Using a Theory of Motivated Social Cognition to Account for Ideological Incongruities and Political Anomalies: Reply to Greenberg and Jonas. *Psychological Bulletin*. Vol. 129. No. 3. P. 383—393.
 17. Kapustina E. L. (2017) Between the North and the Homeland: The Route from Western Siberia to Dagestan as an Element of the Translocal Migrant's Social Space. *Sociological Studies*. No. 5. P. 26—34. (In Russ.)
Капустина Е. Л. Между Севером и землей: дорога из Западной Сибири в Дагестан как элемент социального пространства транслокального мигранта // Социологические исследования. 2017. № 5. С. 26—34.
 18. Kurbatova M. V., Donova I. V., Kranzeeva E. A., Leukhova M. G. (2022) Educational Migration in Resource-Type Regions. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*. Vol. 31. No. 1. P. 91—112. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-1-91-112>.
Курбатова М. В., Донова И. В., Кранзеева Е. А., Леухова М. Г. Образовательная миграция в регионах ресурсного типа // Мир России. Социология. Этнология. 2022. Т. 31. № 1. С. 91—112. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-1-91-112>.
 19. Laffan B. (1996) The Politics of Identity and Political Order in Europe. *JCMS: Journal of Common Market Studies*. Vol. 34. No. 1. P. 81—102. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5965.1996.tb00561.x>.
 20. Linchenko A. A., Gartwig B. V. (2023) Rediscovering Identity: Autobiographical Memory and Media Discourses of Russian-Germans in Germany and Russia. *Changing Societies & Personalities*. Vol. 7. No. 2. P. 34—54. <https://doi.org/10.15826/csp.2023.7.2.230>.
 21. Lipsman R. (2007) Liberal Hearts and Conservative Brains: The Correlation Between Age and Political Philosophy. New York, NY: Ron Lipsman.

22. Marques J. F., Aleixo F. (2021) Contributing and Disruptive Factors to Place Attachment: The Inhabitants of Fuzeta (The Algarve, Portugal) and Their Connection to the Ria Formosa Lagoon. *Cidades. Comunidades e Territórios*. No. 43. P. 121—138. <https://doi.org/10.15847/cct.24933>.
23. Moustakas C. E. (1994) Methods and Procedures for Conducting Human Science Research. In: C. Moustakas (ed.) *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks; London; New Delhi: SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412995658.d8>.
24. Paasi A. (2003) Region and Place: Regional Identity in Question. *Progress in Human Geography*. Vol. 27. No. 4. P. 475—485. <https://doi.org/10.1191/0309132503ph439pr>.
25. Paasi A., Ferdoush M. A., Jones R., Murphy A. B., Agnew J., Espejo P. O., Fall J. J., Peterle G. (2022) Locating the Territoriality of Territory in Border Studies. *Political Geography*. Vol. 95. Art. 102584. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2021.102584>.
26. Raagmaa G. (2002) Regional Identity in Regional Development and Planning. *European Planning Studies*. Vol. 10. No. 1. P. 55—76. <https://doi.org/10.1080/09654310120099263>.
27. Semenenko I. S. (2011) Political Identity in the Context of Identity Politics. *Political Expertise: POLITEX*. Vol. 7. No. 2. P. 5—24. (In Russ.)
Семенов И. С. Политическая идентичность в контексте политики идентичности // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2011. Т. 7. № 2. С. 5—24.
28. Shao Y., Lange E., Thwaites K. (2017) Defining Local Identity. *Landscape Architecture Frontiers*. Vol. 5. No. 2. P. 24—41. <https://doi.org/10.15302/J-LAF-20170203>.
29. Skok N. I., Kondratieva A. D. (2016) Social Mobility of Russian Youth. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. No. 4. P. 10—13. (In Russ.)
Скок Н. И., Кондратьева А. Д. Социальная мобильность российской молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. 2016. № 4. С. 10—13.
30. Slobodin O. (2019). “Out of time”: A Temporal View on Identity Change in Trailing Spouses. *Time & Society*. Vol. 28. No. 4. P. 1489—1508. <https://doi.org/10.1177/0961463X17752283>.
31. Stewart D. L., Brown S. (2023) Social Construction of Identities. In: E. S. Abes, S. R. Jones, D-L. Stewart (eds.) *Rethinking College Student Development Theory Using Critical Frameworks*. Routledge. P. 110—125. <https://doi.org/10.4324/9781003446835-12>.
32. Urnov M. Yu., Kasamara V. A. (2016) National Identity of Students in Russia and the USA (Comparative Analysis). Article 1. Normative Representations of Their Country. *Social Sciences and Contemporary World*. No. 5. P. 75—103. (In Russ.)
Урнов М. Ю., Касамара В. А. Национальная идентичность студентов России и США (Сравнительный анализ). Статья 1. Нормативные представления о своей стране // Общественные науки и современность. 2016. № 5. С. 75—103.

33. Vertovec S. (2001) Transnationalism and Identity. *Journal of Ethnic and Migration Studies*. Vol. 27. No. 4. P. 573—582. <https://doi.org/10.1080/13691830120090386>.
34. Winterich K. P., Mittal V., Aquino K. (2016) Moral and Political Identity. In: Michael I. Norton, Derek D. Rucker, Cait Lamberton (eds.) *Cambridge Handbook of Consumer Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press. P. 589—618. <https://doi.org/10.1017/CB09781107706552.022>.

Appendix. Socio-demographic Characteristics of Informants

No.	Gender	Age	Education level	Occupation	Main motivation for migration	Region of origin	Metropolis	Duration (years)
1	F	20	Incomplete Higher Education	Education (teaching)	Education	Kaliningrad Oblast	Moscow	2,5
2	F	22	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Education	Kamchatka Krai	Moscow	2,5
3	F	20	Secondary School	Industrial production	Career and career prospects	Kaliningrad Oblast	Saint Petersburg	2,5
4	F	20	Incomplete Higher Education	Service sector	Education	Kaliningrad Oblast	Moscow	1,5
5	F	20	Incomplete Higher Education	Medicine	Education	Kaliningrad Oblast	Saint Petersburg	2,5
6	F	21	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Career and career prospects	Kaliningrad Oblast	Moscow	2,5
7	F	21	Secondary School	Service sector	Negative reason for migration	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	4
8	F	23	Specialist Degree	Medicine	Education	Kamchatka Krai	Moscow	5
9	M	20	Incomplete Higher Education	Analytics / Consulting	More opportunities	Kaliningrad Oblast	Moscow	3
10	F	23	Bachelor's Degree	Corporate services	Education	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	4,5
11	F	30	Secondary vocational education	Temporary / Casual work	Negative reason for migration	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	2,5
12	M	21	Secondary School	Industrial production	More opportunities	Kaliningrad Oblast	Moscow	2,5
13	F	20	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Education	Kamchatka Krai	Moscow	2,5
14	F	21	Secondary vocational education	Service sector	Negative reason for migration	Kaliningrad Oblast	Saint Petersburg	3

No.	Gender	Age	Education level	Occupation	Main motivation for migration	Region of origin	Metropolis	Duration (years)
15	M	22	Bachelor's Degree	Analytics / Consulting	Education	Kamchatka Krai	Moscow	5
16	F	20	Secondary vocational education	Civil service	More opportunities	Kamchatka Krai	Moscow	5
17	F	20	Basic General Education	Unemployed	Other	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	3
18	M	20	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Career and career prospects	Kaliningrad Oblast	Moscow	3
19	F	20	Secondary School	Temporary / Casual work	Other	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	3,5
20	M	21	Incomplete Higher Education	Academy	Education	Kaliningrad Oblast	Moscow	3
21	M	23	Master's Degree	Retail	Career and career prospects	Kaliningrad Oblast	Moscow	1,5
22	M	25	Secondary vocational education	Service sector	Career and career prospects	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	6
23	F	21	Basic General Education	Service sector	Negative reason for migration	Kamchatka Krai	Saint Petersburg	3
24	M	27	Master's Degree	IT	More opportunities	Kaliningrad Oblast	Saint Petersburg	5
25	F	22	Secondary School	Service sector	More opportunities	Tula Oblast	Moscow	4
26	F	22	Bachelor's Degree	Analytics / Consulting	Education	Tula Oblast	Moscow	4,5
27	F	23	Bachelor's Degree	Marketing	Career and career prospects	Tula Oblast	Moscow	6
28	F	23	Bachelor's Degree	Education (teaching)	More opportunities	Karelia	Saint Petersburg	5,5
29	M	23	Secondary vocational education	Service sector	Negative reason for migration	Karelia	Saint Petersburg	6
30	F	23	Secondary School	Temporary / Casual work	Other	Karelia	Saint Petersburg	5
31	F	24	Bachelor's Degree	Not employed	Other	Karelia	Saint Petersburg	6,5
32	M	26	Secondary vocational education	Industrial production	Other	Karelia	Saint Petersburg	8
33	M	22	Master's Degree	Creative industries	Education	Tula Oblast	Moscow	6

No.	Gender	Age	Education level	Occupation	Main motivation for migration	Region of origin	Metropolis	Duration (years)
34	M	29	Specialist Degree	Marketing	Negative reason for migration	Tula Oblast	Moscow	10
35	M	24	Bachelor's Degree	Service sector	More opportunities	Karelia	Saint Petersburg	7
36	M	28	Master's Degree	Civil service	Education	Tula Oblast	Moscow	10
37	M	22	Incomplete Higher Education	Legal services	Education	Tula Oblast	Moscow	4,5
38	F	18	Secondary School	Not employed	Other	Tula Oblast	Moscow	3
39	M	24	Master's Degree	Corporate services	Negative reason for migration	Tula Oblast	Moscow	6,5
40	M	22	Incomplete Higher Education	IT	Education	Tula Oblast	Moscow	4
41	F	29	Bachelor's Degree	Education	More opportunities	Karelia	Saint Petersburg	4
42	F	23	Bachelor's Degree	Corporate services	Negative reason for migration	Karelia	Saint Petersburg	6
43	M	29	Secondary School	Service sector	Negative reason for migration	Karelia	Saint Petersburg	1
44	F	22	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Education	Tula Oblast	Moscow	3,5
45	F	19	Secondary School	Not employed	Other	Tula Oblast	Moscow	1,5
46	F	20	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	More opportunities	Karelia	Saint Petersburg	1,5
47	M	28	Secondary vocational education	Service sector	More opportunities	Karelia	Saint Petersburg	5,5
48	M	25	Specialist Degree	Medicine	Education	Tula Oblast	Moscow	1,5
49	F	19	Incomplete Higher Education	Student (not employed)	Other	Karelia	Saint Petersburg	1,5
50	F	23	Bachelor's Degree	Service sector	Negative reason for migration	Karelia	Saint Petersburg	4,5

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.2885](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2885)



К. А. Галкин

СЦЕНАРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ С МЕСТОМ У ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Правильная ссылка на статью:

Галкин К. А. Сценарии формирования идентичности с местом у пожилых людей в сельской местности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 92—109. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2885>.

For citation:

Galkin K. A. (2026) Scenarios of Identity Formation with a Place among the Older in Rural Areas. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 92–109. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2885>. (In Russ.)

Получено: 08.01.2025. Принято к публикации: 23.01.2026.

СЦЕНАРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ С МЕСТОМ У ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

ГАЛКИН Константин Александрович — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия

E-MAIL: Kgalkin1989@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-6403-6083>

Аннотация. Современная научная литература демонстрирует широкое разнообразие теоретических подходов и эмпирических исследований, посвященных феномену идентичности и ее специфике. Однако концепт идентичности, связанной с местом, по-прежнему нередко рассматривается преимущественно в контексте привязанности к пространству и сопутствующих ощущений принадлежности либо как самостоятельный конструкт, формируемый самим местом и интегрированный в его границы. В исследовании предлагается авторская интерпретация концепта идентичности с местом, основанная на анализе интервью с представителями старшего поколения, проживающими в сельских районах Ленинградской области и Республики Карелия Российской Федерации. Идентичность с местом рассматривается как компонент Я-концепции личности, который может иметь различную степень значимости — от центральной до периферийной, в зависимости от личной рефлексии, жизненного опыта и эмоционального отношения человека к конкретной территории. Анализ эмпирических данных позволил выделить три сценария, демонстрирующих различную степень интеграции идентичности с местом в структуру Я-концепции сельских жителей старшего возраста. Новизна исследования заключается в применении оригинального методологического подхода, основанного на принципах этнографи-

SCENARIOS OF IDENTITY FORMATION WITH A PLACE AMONG THE OLDER IN RURAL AREAS

Konstantin A. GALKIN¹ — Cand. Sci. (Soc.), Senior Researcher

E-MAIL: Kgalkin1989@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0002-6403-6083>

¹ Sociological Institute, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences, St. Petersburg, Russian Federation

Abstract. Modern scientific literature demonstrates a wide variety of theoretical approaches and empirical research on the phenomenon of identity and its specifics. However, the concept of identity associated with a place is still often viewed primarily in the context of attachment to space and the accompanying feelings of belonging, or as an independent construct formed by the place itself and integrated into its boundaries. This study offers the author's interpretation of the concept of identity with place, based on the analysis of interviews with representatives of the older generation living in rural areas in the Leningrad region and the Republic of Karelia of the Russian Federation. Identity with a place is considered a component of the Self-concept of personality, which can have varying degrees of significance, from central to peripheral, depending on personal reflection, life experience, and emotional attitude of a person to a particular territory. The analysis of empirical data allowed us to identify three scenarios demonstrating a different degree of integration of identity with place into the structure of the Self-concept of older rural residents. The novelty of the research lies in the application of an original methodological approach based on the principles of ethnographic theory. This approach made it possible to analyze the interview texts in their contextual dimension and allowed us to consider the process of forming identity with a place through the prism of specific territories, emo-

ческого подхода к анализу интервью. Этот подход обеспечил возможность проанализировать тексты интервью в их контекстуальном измерении и позволил рассмотреть процесс формирования идентичности с местом через призму конкретных территорий, эмоциональных связей и личностных само-описаний. Это дало возможность углубленно охарактеризовать процесс становления пространственной идентичности и выявить ее значимость в структуре самовосприятия индивида.

Ключевые слова: старение, пожилые люди, формирование идентичности пожилых людей, сельская местность, идентичность, идентичность с местом

tional connections, and personal self-descriptions. Such an examination made it possible to characterize the process of spatial identity formation in more depth and to identify its significance in the structure of an individual's self-perception.

Keywords: aging, elderly people, formation of the identity of the elderly, rural area, identity, place identity

Введение

Идентичность с местом понимается как совокупность субъективных представлений, переживаний и оценок, через которые личность осмысливает собственное существование в конкретном пространстве. Наравне с другими формами самоидентификации идентичность с конкретной территорией формирует целостную структуру личности [Goffman, 1963: 105; Gilleard, 2022; Wnuk, 2021]. Анализируя субъективные описания значения для человека конкретных территорий, можно проследить особенности формирования его идентичности, особенно у представителей старшего поколения. Данная идентичность рассматривается как элемент самопредставления, тесно связанный с возрастом, социальными контактами и принадлежностью к локальному сообществу. В отличие от привязанности к месту, носящей чаще эпизодический характер и зависящей от отдельных событий, идентичность, изучаемая в данной работе, отличается устойчивостью и выражается в длительной связи индивида с территорией. При этом она формируется под влиянием разнородных событий как случайного, так и закономерного характера. Поэтому целесообразно говорить не о фиксированных и структурно однородных типах или стратегиях идентичности, соотносенной с пространством, а о сценариях. Такие сценарии позволяют рассматривать включение различных интерпретаций пространственной идентичности в зависимости от множественности значений, которые конкретные места приобретают для людей.

Особый интерес представляет изучение представителей старшего поколения. Проведенные ранее исследования свидетельствуют, что в зрелом возрасте восприятие собственной идентичности тесно связано с пространственными, материальными и временными рамками. На протяжении жизненного пути человека данные рамки во многом определяют особенности формирования сценариев идентичности [Weiss, Lang, 2012; Weiss, 2014]. Существенный вклад в развитие

данной тематики внесла М. Э. Елютина, анализирувшая эмоциональную привязанность пожилых людей к личным вещам. Ученая продемонстрировала, что значимые предметы играют важную роль в развитии чувства стабильности и самотождественности [Елютина, 2009]. Еще один аргумент в пользу изучения идентичности с местом у представителей старшего поколения — изменчивость и динамичность их самоидентификации. В этом контексте важно выяснить, сохраняет ли пространственная идентичность устойчивость или претерпевает трансформации в зависимости от жизненных обстоятельств [Kotter-Grühn, Kornadt, Stephan, 2015]. В рамках настоящего исследования ставится вопрос о том, какие обстоятельства, последовательности событий и условия способствуют развитию различных сценариев идентичности с местом у представителей старшей возрастной группы, проживающих в сельской местности.

Обзор исследований

Проблематика изучения идентичности занимает одно из центральных мест в современной социологии, психологии и социальной психологии. Особенно активно она разрабатывается в рамках социальной психологии, где были сформулированы ключевые теоретические подходы, оказавшие значительное влияние на смежные дисциплины. Среди них выделяются две базовые теории идентичности, широко применяемые также в социологических исследованиях: теория социальной идентичности (Social Identity Theory), разработанная А. Тэшфелом, и теория самокатегоризации (Self-Categorization Theory), предложенная Дж. Тернером [Tajfel, 1981; Turner, Reynolds, 2012]. Согласно теории социальной идентичности, идентичность понимается как часть внутреннего образа личности, связанная с осознанием своего членства в определенной социальной группе или сообществе. Этот подход позволил рассматривать идентичность как многогранный конструкт, включающий ряд составляющих элементов самоидентификации, объединенных в целостную структуру. Примером может служить организационная идентичность, становящаяся элементом структуры самовосприятия личности и, следовательно, частью общей идентичности индивида [Ashforth, Mael, 1989]. Принадлежность к социальным группам, например к профессиональным или трудовым коллективам, способствует формированию личностной идентичности и структурированию восприятия себя в социальной системе [ibid.].

В теории самокатегоризации процесс построения идентичности понимается как результат категоризации человеком себя и окружающих в зависимости от принадлежности к различным группам [Turner, Reynolds, 2012]. Социальный мир в рамках этой теории делится на «ингруппы» и «аутгруппы». Подобное разделение формируется под влиянием социального контекста и основывается на наборе поведенческих и ценностных атрибутов, характеризующих конкретную группу и отличающих ее от других. Идентификация с группой осуществляется на основании соответствия ожиданиям индивида, а также восприятия схожести между собой и членами этой группы. Аутгруппы, напротив, воспринимаются как противоположные, что делает невозможным включение свойственных им признаков в собственную идентичность [Hogg, 2001]. Важным аспектом здесь выступает процесс поиска индивидом тех групп, с которыми он может соотнести себя и через которые формируется его личностная идентичность.

В настоящем исследовании для анализа идентичности, связанной с местом, используются обе теории — социальной идентичности и самокатегоризации. Это позволяет рассматривать идентичность как совокупность различных составляющих, среди которых важное место занимает не только групповая, но и пространственная идентичность.

Особое внимание в работе уделено концепту идентичности с местом (*place identity*). Одно из ключевых определений идентичности с местом, широко используемых в психологических, социологических и философских исследованиях, трактует данный тип идентичности как принадлежность к единому территориальному, социальному и культурному пространству, очерченному пространственными границами [Qazimi, 2014; Nauge, 2007]. В рамках такого подхода идентичность нередко рассматривается как автономный конструкт, тогда как сами индивиды и их субъективный опыт оказываются выведенными за пределы аналитического фокуса. В современных исследованиях, преимущественно опирающихся на качественную методологию, идентичность с местом определяется как осознание индивидами собственной принадлежности к месту через переживание чувства привязанности к определенному пространству, району, населяющим его людям, а также к предметам и объектам, находящимся в его пределах [Ваньке, Полухина, 2018]. В настоящем исследовании идентичность рассматривается именно в контексте ее субъективного понимания — через способы, которыми индивиды описывают и интерпретируют собственную идентичность в рамках конкретных пространств в нарративах интервью.

Описание идентичности, связанной с конкретным местом, представляет собой сложную и многомерную исследовательскую задачу. Анализ данного феномена предполагает учет совокупности факторов и характеристик, которые затруднительно полноценно зафиксировать и интерпретировать в рамках общепринятых исследовательских процедур, особенно в контексте количественных социологических исследований. Дополнительные методологические трудности обусловлены необходимостью выявления специфики формирования идентичности, соотношенной с местом, а также поиском универсальных критериев, позволяющих определить степень территориальной привязанности [Peng, Strijker, Wu, 2020; Myers, 2006]. Существенным препятствием остается и интерпретация эмпирических данных, связанная с описанием субъективных способов восприятия и осмысления пространства. Аспекты идентичности с местом нередко оказываются скрытыми в глубинных слоях индивидуальных и коллективных нарративов, что обуславливает потребность в постоянном развитии и уточнении аналитического инструментария. В этом контексте особую значимость приобретает анализ траекторий личностного и социального развития, а также способов самоопределения индивида через его связь с конкретным местом или локальным сообществом [Twigger-Ross, Uzzell, 1996].

В процессе формирования идентичности место приобретает субъективные и объективные характеристики: оно включает в себя не только физическую среду, но и эмоциональные, символические и культурные элементы. Среда в этом контексте выступает как совокупность физических и социальных факторов, формирующих чувство принадлежности к определенной территории. Ландшафт, за-

пахи, звуки, визуальные образы и ассоциации с конкретным сообществом создают целостное восприятие места и способствуют возникновению устойчивой пространственной идентичности [Devine-Wright, Lyons, 1997; Hay, 1998]. Эмоциональные нарративы, содержащиеся в интервью, позволяют выявить роль места в повседневной жизни людей и показать, как оно интегрируется в их структуру самовосприятия. В итоге идентичность с местом определяется как субъективное восприятие и отношение личности к конкретной физической локации и сообществам, существующим в ее границах. На основании этого формируются физические и социальные аспекты пространства, воспринимаемого как «ингруппа», то есть как часть собственной идентичности. В рамках эмпирического анализа, проведенного среди представителей старшего поколения, особое внимание уделяется эмоциональным и символическим значениям места, а также влиянию различных обстоятельств и событий на формирование пространственной идентичности.

Для представителей старшего поколения идентичность с местом обладает рядом специфических особенностей. По мере прохождения жизненного пути люди в зрелом возрасте нередко переосмысливают свое отношение к старению, а также пересматривают восприятие собственной привязанности к пространству, в котором они родились или прожили значительную часть жизни [Парфенова, Петухова, 2025]. Этот процесс позволяет рассматривать многослойность и динамичность роли конкретного места в структуре самовосприятия личности и в контексте формирования ее внутреннего образа.

В настоящем исследовании основное внимание уделяется выявлению значения, которое придается идентичности с местом в рамках общей системы самоопределения представителей старшего возраста. Анализ направлен на понимание роли пространства в процессе формирования личностной идентичности, связанной с возрастом и сопровождающими его трансформациями.

Корреляция между возрастом и идентичностью с местом фиксируется в большинстве исследований, посвященных пространственным аспектам старения. Отмечается, что по мере увеличения возраста значимость для индивидов пространства возрастает, а сам возраст оказывается вписанным в определенные пространства и неразрывно связанным с ними [Smith, Levine, Smith, Dumas, Prinz, 2009; Meijering, Lager, 2019]. В подобных условиях идентичность представителей старших возрастных групп формируется вокруг общей культурной среды, коллективных воспоминаний, пережитых событий и практик повседневной коммуникации внутри локальных сообществ [Othman, Nishimura, Kubota, 2013]. Несмотря на устойчивое представление о наличии выраженной связи с местом у представителей старших возрастных групп, существенной лакуной исследований остается недостаточное внимание к факторам, оказывающим как позитивное, так и негативное влияние на формирование идентичности с местом. В частности, работы, анализирующие связь территориальной идентичности с социальным статусом, демонстрируют, что социально-экономическое положение и уровень развития конкретных территорий оказывают значительное влияние на характер идентичности с местом, которая может трансформироваться в зависимости от условий [Ujang, Zakariya, 2018]. Даже при наличии объединяющего фактора социальных связей, положительно влияющих на формирование идентичности, значимыми остаются

уровень развития инфраструктуры, возможности мобильности и формирование комфортной среды проживания, что подчеркивается в ряде психологических исследований [Gillespie et al., 2022; Gifford et al., 2009]. В настоящем исследовании — в дискуссии с преимущественно психологическими подходами — акцент делается на анализе цепочек событий, формирующих сценарии идентичности, и рассматривается широкий спектр проявлений идентичности с местом, от устойчивой привязанности до ее отсутствия.

Концепция анализа сценариев, предложенная Х. Каном и Дж. Винером, позволяет рассматривать сценарии формирования идентичности с местом как последовательные цепочки событий [Kahn, Wiener, 1967]. Эти цепочки выступают аналитической основой для выявления как случайных, так и закономерных событий, а также для их систематизации с целью понимания направлений дальнейшего развития каждого сценария формирования идентичности. В данном контексте анализируются различные вариации значений территории для индивидов, которые впоследствии складываются в целостные сценарии формирования индивидуальной идентичности, связанной с конкретными местами.

Выбор сельской местности как исследовательского контекста обусловлен тем, что ряд авторов отмечает: формирование сельской идентичности не всегда напрямую связано с идентичностью с местом [Oser, 2022; Cain, Willis, 2022]. Поэтому особую важность приобретает анализ чувства привязанности к сельскому пространству и понимание, каким образом сельская идентичность может рассматриваться не изолированно, а как элемент целостной системы самоидентификации личности [Tigger-Ross, Uzzell, 1996].

Методологические основы исследования и эмпирическая база

С точки зрения качественных методов в социологии исследование идентичности представляет собой сложную задачу, прежде всего из-за трудностей в разработке критериев ее измерения. Идентичность, связанная с местом, становится одним из наиболее сложных объектов анализа, поскольку она тесно переплетена с другими формами идентичности и часто рассматривается информантами в качестве фона, сопровождающего их жизненные описания.

При описании сценариев идентичности, представленных в настоящем исследовании, применялся этнографический подход к анализу текстов интервью, предложенный Джеймсом Спрэдди. В рамках этого подхода исследователь рассматривал не только отдельные коды, но и так называемые домены — совокупности событий, действий и объектов, объединенных семантическими связями. Эти отношения, по Спрэдди, представляют собой эмпирические элементы, непосредственно отражающие социальную реальность [Gold, 1997].

Важным элементом анализа выступало осмысление как самой описываемой реальности, так и представлений о ней в повседневном сознании информантов. Работа с данными включала постоянную проверку соответствия анализа содержанию высказываний участников интервью. Коды формировались непосредственно из эмпирического материала и отражали реальные элементы повествования [Spradley, 1979]. Такой подход позволил создать эмерджентные коды, провести рефлексивный анализ и добиться буквального описания процессов самоиден-

тификации. Согласно этнографическому подходу Джеймса Спрэдли, важными элементами анализа социальной ситуации выступают три ключевых составляющих — место, акторы и действия [Spradley, 1980]. Такой метод позволяет детально рассматривать процессы формирования идентичности, выявлять взаимодействие между физическим пространством и социальными отношениями, а также анализировать включенность пространственной идентичности в структуру личностного самоопределения. В настоящем исследовании подобный подход способствовал рассмотрению множественности форм самовосприятия и позволил интерпретировать идентичность как динамичную и контекстуально обусловленную структуру. Идентичность в рамках исследования описывалась через прямую интерпретацию нарративов. Маркеры идентичности с местом, характерные для выделенных сценариев, определялись на основе эмпирических данных. При определении маркеров идентичности автор опирался на следующие домены:

- **идентичность, самость, возраст:** восприятие себя, самооценка, трансформация идентичности, образы других, восприятие пространств, ландшафтные и социальные особенности, роль места в контексте старения;
- **место:** локальные акторы, виды деятельности, объекты и ситуации;
- **восприятие мест:** стратегии и тактики повседневной жизни, способы адаптации и преодоления инфраструктурного дефицита;
- **привязанность к месту:** значение территории в жизни человека, старение в контексте конкретного пространства, социальные взаимодействия, описание и интерпретация мест, восприятие собственной жизни через призму локальной среды.

Исследование было проведено в двух сельских поселениях Ленинградской области и двух поселениях Республики Карелия. При выборе поселений учитывались следующие параметры:

- удаленность от центра (города федерального значения Санкт-Петербург и крупного города регионального значения Петрозаводск) на расстояние более 100 км;
- наличие в населенном пункте постоянно проживающего населения не менее 300 человек;
- наличие в населенном пункте пожилых людей, нуждающихся в медицинской помощи;
- проблемы с инфраструктурой, включая перебои с подачей электроэнергии, отсутствие централизованного водоснабжения и газоснабжения.

Всего было собрано 50 интервью с пожилыми людьми в возрасте от 75 до 85 лет. В каждой из исследовательских локаций было проведено по 25 интервью, что обеспечило равномерное распределение данных и позволило учесть особенности каждой исследуемой местности. Во время полевой работы исследователи проживали в изучаемых селах, что дало возможность глубже понять контекст жизни пожилых людей.

Сценарий объединения

В рамках данного сценария формирования внутреннего образа личности у представителей старшего поколения идентичность с местом не просто интегрируется

в возрастную идентичность, но и становится ее неотъемлемым структурным элементом. Это сплетение личных воспоминаний, бытового опыта, символических ассоциаций и эмоциональных связей с конкретной территорией формирует уникальный тип самовосприятия, где пространство выступает своеобразным зеркалом, отражающим процесс старения. Встречающиеся в интервью описания родного поселения как дряхлого, проблемного, старого, но при этом уютного, не только характеризуют физическую среду, но и метафорически передают восприятие собственного возраста, жизненной усталости и одновременно внутреннего спокойствия, возникающего из устойчивости и привычности среды. В рамках данного сценария решающую роль в формировании идентичности с местом играют устойчивые и позитивные социальные связи. Идентичность формируется преимущественно вокруг соседских отношений, практик взаимной поддержки и длительных форм социальной включенности в жизнь локального сообщества.

Для участников данного сценария место проживания является символом их жизненного пути и своеобразным пространством памяти. Самоопределение этих людей неразрывно связано с конкретной территорией, в пределах которой они прожили значительную часть своей жизни. Они воспринимают окружающее пространство как естественное продолжение самих себя, как часть внутреннего мира. Это пространство не только определяет бытовые практики, но и задает рамки эмоциональной стабильности. Привычный ландшафт, знакомые улицы, неизменные природные контуры, повторяющиеся сезонные циклы становятся маркерами жизненного постоянства. Именно поэтому идея перемены, например переезда, воспринимается ими не просто как трудность, а как угроза целостности собственного «Я». Подобное восприятие можно проиллюстрировать цитатой из рассказа Андрея Платонова «Никита», где мальчик думает, что бабушка не умерла, а «притворилась старой избушкой»: «она нарочно баня, а по правде тоже человек»¹. Эта метафора выражает глубинное слияние человека с местом, когда границы между физическим пространством и личностью стираются. Для участников данного сценария дом, деревня, сад или дорога становятся не просто декорацией, а живыми участниками их жизненной истории, хранящими память и подтверждающими их существование.

Большинство информантов, отнесенных к этому сценарию, не рассматривали возможность переезда из родного места. Они признавали инфраструктурные проблемы, ограниченные возможности, но эти обстоятельства воспринимались как неизбежные и естественные элементы повседневности. В их нарративах часто звучали интонации примирения, спокойного согласия с судьбой, где трудности не воспринимаются как нечто чуждое, а становятся органичной частью уклада жизни:

Ну да, туалетов здесь как не было, так и нет, да, газ теперь есть, но все равно автобусы очень нечасто в город ходят. Но это мое. Я здесь выросла, здесь родилась, здесь прожила очень долго. М это то самое чувство, как в народе говорят: когда каждый куст родной — вот это именно про это. Поэтому нет, я не могу для себя представить переезд в город, да и зачем он нужен мне? Что я там буду делать — здесь хоть знаешь и людей, и все три дорожки тебе знакомы. (Ж., 85 лет, Республика Карелия)

¹ Платонов А. П. Никита. М.: ФТМ, 2013. С. 80.

Такие истории особенно характерны для информантов старше 80 лет. Их рассказы наполнены ностальгическими воспоминаниями, которые не только описывают прошлое, но и создают устойчивую систему смыслов, удерживающую их личную идентичность в рамках конкретного места. Место становится осью, вокруг которой организуется повествование о собственной жизни. В нем сосредоточены и детские впечатления, и трудовые достижения, и утраты, и радости. Все это формирует сложную сеть ассоциаций, которая делает невозможным восприятие себя вне данного пространства.

В этом сценарии поддерживают идентичность социальные связи, устойчивые формы повседневного взаимодействия и укорененность в местных сообществах. Люди описывали соседей, друзей детства, привычные маршруты и локальные события как важные части своей жизненной истории. Они отмечали, что именно благодаря этим социальным контактам и чувству принадлежности к сообществу жизнь сохраняет смысл, даже несмотря на ухудшение условий или сокращение населения в деревнях.

Там был клуб, здесь вот я помню — бегали еще с ребятами, сейчас уже половины из них нет. Да вот дорога развалилась уже, и вообще здесь, конечно, все развалилось: и постройки, и ферма, что была, — все пришло в негодность. Но все равно я по-другому и не мыслю свою жизнь, не могу представить, что мог бы уехать в город, где одни машины и шум. (М., 79 лет, Ленинградская область)

В этих высказываниях отчетливо проявляется не только ностальгия, но и глубокая привязанность к месту как источнику личной устойчивости. Даже разрушенные объекты инфраструктуры сохраняют символическое значение, становясь напоминанием о прошлом, частью индивидуальной и коллективной памяти. Таким образом, ландшафт выступает своеобразным посредником между личной биографией и историей сообщества.

В рамках сценария объединения идентичность с местом выступает не только эмоциональной, но и экзистенциальной категорией. Место превращается в точку опоры, через которую человек осмысляет прожитую жизнь, оценивает свое настоящее и формирует отношение к старению. Проблемы сельской инфраструктуры, ограниченность медицинских услуг, транспортные трудности и социальная изоляция не разрушают эту связь, а, напротив, делают ее более прочной, поскольку усиливают чувство собственной принадлежности и уникальности опыта. В этом смысле пространство становится не только средой обитания, но и основным элементом самопознания.

Следовательно, сценарий объединения можно рассматривать как пример устойчивой интеграции пространственной и возрастной идентичности. Для людей этого поколения место — не просто фон, а живое воплощение памяти, отражение прожитого пути и символ непрерывности жизни, где каждое дерево, дорога и дом становятся частью их внутреннего мира и подтверждением их личной истории.

Сценарий дополнения

Сценарий дополнения, как правило, характерен для возрастной группы от 69 до 75 лет. Для них идентичность с местом дополняет самовосприятие, а не слу-

жит его основой. Эта идентичность проявляется через осознание роли текущего места проживания, его ценности и влияния на качество жизни. Место в данном случае воспринимается как ресурс, обогащающий существующую Я-концепцию и усиливающий чувство внутреннего равновесия и благополучия.

Идентичность с местом участники исследования часто объясняли с точки зрения пользы для здоровья и эмоционального состояния. Пространство описывалось как среда, способствующая восстановлению сил, отдыха и психологическому комфорту. Пожилые люди отмечали значимость природных факторов — свежего воздуха, близости леса, поля, воды — как элементов, формирующих ощущение гармонии и покоя:

Мне ничего больше и не надо, а что еще нужно вообще для счастья — здесь все есть в принципе: воздух свежий, лес, поле и речка. И вот ты здесь живешь, пусть как ди-карь или первобытный человек, но живешь. Или приезжаешь — и просто душа отдыхает, отдыхает от этого города, от проблем, от вообще всего. Просто душа дышит здесь этими просторами. (М., 64 года, Ленинградская область)

Данный сценарий чаще проявлялся у тех пожилых людей, кто проживает в сельской местности сезонно, используя ее как пространство для отдыха и восстановления. Идентичность с местом здесь формировалась не как ключевая составляющая личности, а как временная, но значимая часть Я-концепции, актуализирующаяся в определенные периоды жизни. Подобная идентичность играла роль своеобразного «острова спокойствия», компенсируя последствия городской усталости и усиливая субъективное чувство контроля над собственным благополучием. Для этого сценария ключевым фактором выступает инфраструктурный комфорт, который рассматривается как структурообразующий элемент формирования идентичности с пространством. Развитая инфраструктура дополняет социальные связи и усиливает чувство принадлежности к месту.

Особенность сценария заключается в том, что идентичность с местом формируется не столько через социальные связи, сколько через телесные и сенсорные ощущения, взаимодействие с природной средой и личные эмоции. Многие информанты говорили о сельской жизни как о терапевтическом опыте, где тишина, чистый воздух и замедленный ритм существования помогают ощутить себя моложе, свободнее и спокойнее. Пространство воспринимается не только как место пребывания, но и как форма психологического ресурса, способная поддерживать эмоциональное равновесие и укреплять ощущение жизненной полноты.

Ключевым элементом здесь становится осознание пользы и уникальности сельской среды. Ландшафт, климатические условия, ритм жизни — все это рассматривается как источник восстановления сил и духовного обновления. Идентичность с местом в этом контексте не доминирует, но играет поддерживающую роль, создавая баланс между личной автономией и принадлежностью к определенной территории.

Таким образом, сценарий дополнения демонстрирует, как место становится инструментом личного равновесия и своеобразным дополнением к внутреннему об-

разу человека, формируя эпизодическую, но значимую пространственную идентичность, которая укрепляет позитивное восприятие жизни в старшем возрасте.

Сценарий отсутствия

Сценарий отсутствия характеризуется тем, что идентичность с местом не интегрируется в личностную структуру и не становится частью самовосприятия. Представители этого типа, как правило, не связывают себя с конкретной территорией проживания, демонстрируя дистанцированное отношение к сельскому пространству. Для пожилых людей, представителей данного сценария, характерно отсутствие устойчивой пространственной идентичности, что проявляется в их нарративах через нейтральные или отчужденные описания мест, где они живут.

Причины подобного отстранения могут различаться. Во-первых, оно может быть связано с объективными трудностями — инфраструктурным дефицитом, низким качеством жизни, ограниченными социальными и бытовыми возможностями, что делает место проживания скорее вынужденным, чем осознанно выбранным. Во-вторых, отсутствие идентичности с конкретным местом может объясняться недавним переездом, при котором сохраняется связь с прежними, значимыми территориями. В таких случаях личная история и эмоциональные воспоминания оказываются «привязаны» к прежним пространствам, а новые ландшафты остаются внешними и функциональными:

Я здесь недавно, и что сказать — ну, село как село. Я переехал из другого села, и это тот случай, когда ты живешь в каком-то месте с детства, и все родное для тебя становится там. Здесь этого нет, и все в целом по-другому. Поэтому я и не считаю себя местным — ну да, житель этого места зарегистрированный, но не более того. (М., 75 лет, Республика Карелия)

Для представителей этого сценария характерна ориентация на прошлое место жительства, где сохранились эмоциональные и символические связи. Возрастная идентичность в таких случаях может быть полностью автономной, не связанной с конкретными пространствами. Само место проживания рассматривается как инструментальное, то есть выполняющее утилитарную функцию, но не обладающее значимостью для самоидентификации. Ландшафт в нарративах таких информантов нередко описывается без привязки к чувствам, воспоминаниям или сообществам и потому воспринимается как «фон», не включенный в личную историю.

Понимаете, мне сложно вообще сказать, есть ли что-то особенное в этом месте, где я живу. Даже трудно определить, чем оно меня привлекает или что значит. Если говорить просто, то место как место. Когда у тебя нет газа, а свет могут отключать на несколько дней зимой — какие позитивные ассоциации тут могут возникнуть? Скорее всего, никаких. Ты просто живешь здесь и терпишь это все, ведь других вариантов сменить место жительства у тебя, в принципе, нет. (Ж., 81 год, Республика Карелия)

Подобные свидетельства показывают, что пространственная составляющая идентичности может быть ослабленной или вовсе отсутствовать. В рамках это-

го сценария Я-концепция формируется на основании других факторов, например, социальных ролей, воспоминаний, семейных связей или личных достижений, но не через осмысление места проживания. Территория, сообщество и природная среда воспринимаются как второстепенные и не имеющие значения для формирования идентичности. Данный сценарий иллюстрирует ситуацию, при которой идентичность с местом может носить нейтральный либо негативный характер. В этом случае неблагоприятные факторы среды оказывают существенное влияние на формирование идентичности и могут приводить к ослаблению или отсутствию устойчивой связи с конкретной территорией.

Следовательно, сценарий отсутствия демонстрирует, что идентичность человека в старшем возрасте не всегда сопряжена с пространственными характеристиками. В некоторых случаях она может существовать независимо от места, что подтверждает точку зрения исследователей, рассматривающих пространственную идентичность как не значимую для формирования самовосприятия человека. Этот сценарий подчеркивает важность контекста, обстоятельств жизни и личного опыта, формирующих самовосприятие, но не требующих пространственного укоренения.

Подробно характеристики каждого из сценариев, проанализированные по четырем доменам в контексте которых выделялись маркеры идентичности с местом, представлены в таблице 1.

Таблица 1. **Сводная таблица сценариев формирования идентичности с местом у пожилых людей**

Маркеры идентичности	Сценарий объединения	Сценарий дополнения	Сценарий отсутствия
Идентичность, самость, возраст	Старение и ощущение неизбежности старости; значимость прошлого опыта, прожитого в конкретных местах; воспоминания, встроенные в структуру личной идентичности; восприятие места как части внутреннего образа личности	Сохранение городских тенденций идентичности; восприятие места через призму полезных ресурсов (природа, воздух, вода); значимость личной собственности и дачного участка; улучшение физического и эмоционального состояния при жизни в сельской местности	Отсутствие осознания роли места в личной идентичности; восприятие территории как фона, не влияющего на самоопределение; отсутствие формирования внутреннего образа личности вокруг нового места (особенно после переезда)
Место	Место напрямую связано с возрастом и жизненным опытом; высокая значимость соседской поддержки и локальной коммуникации; восприятие сообщества как основы бытия	Важность природных ресурсов и чистого воздуха; использование территории для самореализации (огород, рыбалка, охота, заготовки); восприятие места как фактора укрепления здоровья и эмоционального равновесия	Место воспринимается исключительно как пространство для жизни; отсутствие интереса к природным или социальным ресурсам; низкий уровень социальной поддержки и вовлеченности

Маркеры идентичности	Сценарий объединения	Сценарий дополнения	Сценарий отсутствия
Восприятие мест	Инфраструктурные проблемы воспринимаются как естественная часть повседневности; жизнь принимается «как есть», без ожиданий изменений	Позитивное восприятие природы и ландшафта; ценность нетронутости мест, их открытости и комфорта; сельская среда как источник восстановления и умиротворения	Акцент на инфраструктурных трудностях, удаленности, ограниченности коммуникации; отсутствие эмоциональной или символической связи с местом
Привязанность к месту	Глубокая связь с пространством; место воспринимается как символ старения и личной истории; высокая символическая ценность	Место как способ познания себя; пространство для отдыха и восстановления; возможность ухода от городской суеты; восприятие инфраструктурных ограничений как естественной части сельской жизни	Место не имеет личной значимости; создает бытовые сложности и дискомфорт; ассоциируется с трудностями и ограничениями; отсутствие эмоциональной или символической привязанности

Заключение

Применяя этнографический подход к анализу интервью и выявлению ключевых маркеров идентичности с местом, удалось установить, что пространственная идентичность у представителей старшего поколения представляет собой сложный, многослойный конструкт. В ряде случаев она выступает неотъемлемой частью внутреннего образа личности и формирует ядро самовосприятия и влияет на общее понимание собственного «Я».

Анализ нарративов интервью, позволил выделить три сценария соотношения идентичности с местом и общей структуры самовосприятия: сценарий объединения, сценарий дополнения и сценарий отсутствия. Они демонстрируют различные степени интеграции пространственной идентичности в личностную структуру. Основанием для интерпретации послужили теории социальной идентичности и самокатегоризации, позволившие рассматривать идентичность как систему взаимосвязанных социальных и пространственных компонентов.

Результаты исследования подтвердили, что, несмотря на значимость социальных факторов и локальных сообществ, физический ландшафт и эмоциональное восприятие пространства играют важную роль в формировании идентичности у людей старшего возраста. Эмоциональные и когнитивные оценки места варьируются от максимально значимых — как в сценарии объединения, где идентичность с местом становится частью общей Я-концепции, — до почти нейтральных, характерных для сценария отсутствия, в котором место утрачивает личностный смысл. При этом такие факторы, как инфраструктурные особенности, природная среда, жизненные события и социальные взаимодействия, оказываются определяющими для понимания роли места в структуре самовосприятия [Patterson, Williams, 2005; Gustafson, 2001].

В работе обозначены три ключевых фактора формирования идентичности с местом — события, обстоятельства и условия жизни, которые в совокупности опреде-

ляют степень интегрированности пространственной идентичности в Я-концепцию человека. Показано, что идентичность с местом может как играть доминирующую роль в формировании личностной целостности, так и оставаться второстепенным, незначительным элементом.

Исследования идентичности с местом представителей старших возрастных групп — одно из наиболее развивающихся направлений междисциплинарных исследований на стыке социологии, психологии и пространственных исследований. Использование сценарного подхода в рамках настоящего исследования позволило проанализировать различные цепочки событий, приводящие к формированию как позитивной, так и негативной идентичности с местом, а также рассмотреть идентичность как флюидный и изменчивый конструкт. В рамках выделенных сценариев продемонстрирована вариативность идентичности с местом у представителей старших возрастных групп — от выраженной привязанности к конкретной территории до отсутствия устойчивой идентичности с местом. Полученные результаты показывают, что идентичность с местом способна трансформироваться под влиянием совокупности социальных, инфраструктурных и биографических факторов. В этом контексте работа расширяет существующие социологические подходы к изучению идентичности с местом и вносит вклад в междисциплинарную дискуссию о пространственных аспектах старения.

Предложенная в рамках работы методологическая модель изучения идентичности с местом, основанная на этнографическом подходе и детальном анализе интервью, включала рассмотрение четырех ключевых доменов: идентичность и самость, место, восприятие мест и привязанность к месту. Такая структура позволила комплексно описать, как именно представители старшего поколения выстраивают свою пространственную идентичность и как она соотносится с общими контекстами их самоопределения. Преимущества выбранного подхода заключаются в том, что идентичность с местом рассматривается не изолированно и не сводится к понятию «привязанности к территории», а понимается как элемент целостной системы самовосприятия личности. Этнографический подход позволяет исследовать идентичность в естественном контексте — как часть живого нарратива, где личный опыт, язык и повседневные практики становятся источниками формирования смыслов. В сочетании с теориями социальной идентичности и самокатегоризации этнографический подход обеспечивает целостное понимание того, как в естественной речи и личных рассказах конструируется идентичность. Такой метод отвечает принципам естественности, контекстуальности и ясности, что делает его особенно перспективным для дальнейшей работы. Перспективы будущих исследований заключаются в расширении применения данного подхода для анализа других типов идентичности.

Список литературы (References)

1. Ваньке А., Полухина Е. Территориальная идентичность в индустриальных районах: культурные практики заводских рабочих и деятелей современного искусства // *Laboratorium: Журнал социальных исследований*. 2018. Т. 10. № 3. С. 4—34. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>.

- Vanke A., Polukhina E. (2018) Territorial Identity in Industrial Areas: Cultural Practices of Factory Workers and Contemporary Artists. *Laboratorium: Journal of Social Research*. Vol. 10. No. 3. P. 4—34. <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>. (In Russ.)
2. Елютина М. Э. Пожилые люди и старые вещи в повседневной жизни // Социологические исследования. 2009. № 7. С. 101—108.
Yelutina M. E. (2009) Elderly People and Old Things in Everyday Life. *Sociological Studies*. No. 7. P. 101—108. (In Russ.)
 3. Парфенова О. А., Петухова И. С. Что значит стареть и быть старым/пожилым? Самоидентификация россиян после 60 лет // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 3—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2945>.
Parfenova O. A., Petukhova I. S. What Does it Mean to Grow Old and Be Old/Elderly? Self-Identification of Russians after 60 Years. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2025. No. 4. P. 3—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2945>. (In Russ.)
 4. Ashforth B. E., Mael F. (1989) Social Identity Theory and the Organization. *Academy of Management Review*. Vol. 14. No. 1. P. 20—39. <https://doi.org/10.2307/258189>.
 5. Cain E. J., Willis J. F. E. (2022) “Does It Identify Me?”: The Multiple Identities of College Students from Rural Areas. *Rural Educator*. Vol. 43. No. 1. P. 74—87. <https://doi.org/10.35608/ruraled.v43i1.1199>.
 6. Devine-Wright P., Lyons E. (1997) Remembering Pasts and Representing Places: The Construction of National Identities in Ireland. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 17. No. 1. P. 33—45. <https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0037>.
 7. Gifford R., Scannell L., Kormos C., Smolova L., Biel A., Boncu S., Corral V., Güntherf H., Hanyu K., Hine D., Kaiser F., Korpela K., Lima L. M., Mertig A., Mira R., Moser G., Passafaro P., Pinheiro J., Saini S., Sako T., Uzzell D. (2009) Temporal Pessimism and Spatial Optimism in Environmental Assessment: An 18-Nation Study. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 29. No. 1. P. 1—12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.06.001>.
 8. Gilleard C. (2022) Philosophical Approaches to Dementia: Some Further Reflections on Agency and Identity. In: M. Goldman, K. de Medeiros, T. Cole (eds.) *Critical Humanities and Ageing: Forging Interdisciplinary Dialogues*. New York, NY: Routledge.
 9. Gillespie J., Cosgrave C., Malatzky C., Carden C. (2022) Sense of Place, Place Attachment, and Belonging-in-Place in Empirical Research: A Scoping Review for Rural Health Workforce Research. *Health & Place*. Vol. 74. Art. 102756. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2022.102756>.
 10. Goffman E. (1963) *Embarrassment and Social Organization*. New York, NY: Springer.
 11. Gold R. L. (1997) The Ethnographic Method in Sociology. *Qualitative Inquiry*. Vol. 3. No. 4. P. 388—402.

12. Gustafson P. (2001) Meanings of Place: Everyday Experience and Theoretical Conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 21. No. 1. P. 5—16. <https://doi.org/10.1006/jevp.2000.0185>.
13. Hauge Å. L. (2007) Identity and Place: A Critical Comparison of Three Identity Theories. *Architectural Science Review*. Vol. 50. No. 1. P. 44—51. <https://doi.org/10.3763/asre.2007.5007>.
14. Hay R. (1998) Croatia: Community, Conflict and Culture: The Role of Soccer Clubs in Migrant Identity. *Immigrants & Minorities*. Vol. 17. No. 1. P. 49—66. <https://doi.org/10.1080/02619288.1998.9974928>.
15. Hogg M. A. (2001) A Social Identity Theory of Leadership. *Personality and Social Psychology Review*. Vol 5. No. 3. P. 184—200. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0503_1.
16. Kahn H., Wiener A. J. (1967) The Next Thirty-Three Years: A Framework for Speculation. *Daedalus*. Vol. 96. No. 3 P. 705—732.
17. Kotter-Grühn D., Kornadt A. E., Stephan Y. (2015) Looking beyond Chronological Age: Current Knowledge and Future Directions in the Study of Subjective Age. *Gerontology*. Vol. 62. No. 1. P. 86—93. <https://doi.org/10.1159/000438671>.
18. Meijering L., Lager D. (2014) Home-Making of Older Antillean Migrants in the Netherlands. *Ageing & Society*. Vol. 34. No. 5. P. 859—875. <https://doi.org/10.1017/S0144686X12001377>.
19. Myers G. (2006) “Where Are You From?": Identifying Place. *Journal of Sociolinguistics*. Vol. 10. No. 3. P. 320—343. <https://doi.org/10.1111/j.1360-6441.2006.00330.x>.
20. Oser C. B. (2022) The Rural Identity Scale: Development and Validation. *The Journal of Rural Health*. Vol. 38. No. 1. P. 303—310. <https://doi.org/10.1111/jrh.12563>.
21. Othman S., Nishimura Y., Kubota A. (2013) Memory Association in Place Making: A Review. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. Vol. 85. P. 554—563. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.384>.
22. Patterson M. E., Williams D. R. (2005) Maintaining Research Traditions on Place: Diversity of Thought and Scientific Progress. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 25. No. 4. P. 361—380. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.10.001>.
23. Peng J., Strijker D., Wu Q. (2020) Place Identity: How Far Have We Come in Exploring its Meanings? *Frontiers in Psychology*. Vol. 11. Art. 294. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>.
24. Qazimi S. (2014) Sense of Place and Place Identity. *European Journal of Social Sciences Education and Research*. Vol. 1. No. 1. Art. 306.
25. Smith C., Levine D., Smith E., Dumas J., Prinz R. (2009) A Developmental Perspective of the Relationship of Racial–Ethnic Identity to Self-Construct, Achievement,

- and Behavior in African American Children. *Cultural Diversity & Ethnic Minority Psychology*. Vol. 15. No. 2. P. 145.
26. Spradley J. (1980) Participant Observation. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
27. Spradley J. P. (1979) The Ethnographic Interview. New York, NY: Holt, Rhinehart & Winston.
28. Tajfel H. (1981) Human Groups and Social Categories. Cambridge: Cambridge University Press.
29. Turner J. C., Reynolds K. J. (2012) Self-Categorization Theory. In: Paul A. M. Van Lange, Arie W. Kruglanski, E. Tory Higgins (eds.) London: Sage. P. 399—417.
30. Twigger-Ross C. L., Uzzell D. L. (1996) Place and Identity Processes. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 16. No. 3. P. 205—220. <https://doi.org/10.1006/jevp.1996.0017>.
31. Ujang N., Zakariya K. (2018) Place Attachment as Indicator for Place Significance and Value. *Asian Journal of Behavioural Studies*. Vol. 3. No. 10. P. 95—103. <https://doi.org/10.21834/ajbes.v3i10.84>.
32. Weiss D., Lang F. R. (2012) “They” Are Old but “I” Feel Younger: Age-Group Dissociation as a Self-Protective Strategy in Old Age. *Psychology and Aging*. Vol. 27. No. 1. P. 153—163. <https://doi.org/10.1037/a0024887>.
33. Weiss J. C. (2014) The Feeling Great! Wellness Program for Older Adults. Oxfordshire: Routledge.
34. Wnuk A. (2021) The Way We Perceive a Place Implies Who Can Live There: Essentialisation of Place and Attitudes towards Diversity. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 75. Art. 101600. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101600>.

Правильная ссылка на статью:

Мониторинг мнений (ВЦИОМ): март — апрель 2026 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 110—121.

For citation:

Public Opinion Poll (VCIOM): March — April 2026. (2026) *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 110–121.

МОНИТОРИНГ МНЕНИЙ: МАРТ — АПРЕЛЬ 2026

Результаты ежедневных опросов «ВЦИОМ—Спутник». Методы опроса: (1) телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров объемом 1 600 респондентов в возрасте от 18 лет (выборка построена на основе полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ); (2) интернет-опрос по формализованной анкете на базе вероятностной панели «ВЦИОМ-онлайн» (участники панели рекрутируются в ходе ежедневного всероссийского телефонного (CATI) опроса «Спутник», который проводится по случайной (RDD) выборке мобильных номеров из полного списка телефонных номеров, задействованных на территории РФ). Данные взвешены на вероятность отбора и по социально-демографическим параметрам. Максимальный размер ошибки с вероятностью 95 % не превышает 2,5—3,1 %. Помимо ошибки выборки, смещение в данные опросов могут вносить формулировки вопросов и различные обстоятельства, возникающие в ходе полевых работ.

СОДЕРЖАНИЕ ДАЙДЖЕСТА

ПОЛИТИКА

АМЕРИКАНО-ИРАНСКАЯ ВОЙНА: ОЦЕНКИ РОССИЯН 111

БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ И КАК МЫ ЕГО ВИДИМ 113

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ГОТОВАЯ ЕДА: ЕСТЬ ИЛИ НЕ ЕСТЬ? 114

ОДИН ДОМА ПО-РУССКИ.....116

ОБРАЗ ЖИЗНИ

КНИГИ — И КАК МЫ ИХ ЧИТАЕМ.....118

ДНК-ТЕСТЫ НА ОТЦОВСТВО В РОДДОМЕ: ЗА И ПРОТИВ.....120

Авторы аналитических обзоров: Татьяна Смак, Илона Гезалян, Мария Атаева и Людмила Карпова
Составитель дайджеста: Ольга Якимова

ПОЛИТИКА

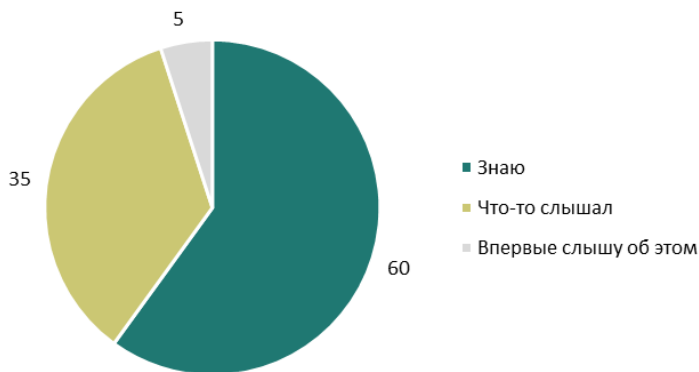
АМЕРИКАНО-ИРАНСКАЯ ВОЙНА: ОЦЕНКИ РОССИЯН	111
БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ И КАК МЫ ЕГО ВИДИМ	113

АМЕРИКАНО-ИРАНСКАЯ ВОЙНА: ОЦЕНКИ РОССИЯН

20 марта 2026 г.

Абсолютное большинство наших сограждан осведомлены о военном конфликте США и Израиля против Ирана хотя бы понаслышке. Особенно хорошо о нем знают те, кто получает информацию сразу из двух источников: и ТВ, и интернета. Однако даже среди тех, кто не пользуется ни тем, ни другим, большинство также в курсе военных действий. Следовательно, ситуация не только транслируется в СМИ, но и активно обсуждается людьми.

Рис. 1. 28-го февраля 2026 г. начался вооруженный конфликт между США и Израилем против Ирана. Скажите, Вы знаете об этом, что-то слышали или слышите сейчас впервые?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Военный конфликт на Востоке вызывает заметную тревогу у россиян, семь из десяти прямо говорят об этом. Беспокойство из-за конфликта сконцентрировано вокруг трех основных страхов. Во-первых, риск масштабной эскалации вплоть до Третьей мировой войны и применения ядерного оружия. Во-вторых, это гуманитарные последствия, сопряженные с ужасами войны: гибель людей, разрушения, беженцы. В-третьих, угрозы для России, как прямые, то есть втягивание в конфликт, так и косвенные — рост цен, экономическая нестабильность. В отношении текущего военного конфликта США и Израиля против Ирана в общественном мнении явно доминирует запрос на нейтральную позицию России. Большинство россиян считают, что страна должна дистанцироваться, сохранять нейтралитет и либо выступать посредником, либо просто не вмешиваться. Позиция невмешательства особенно популярна у молодежи. Стратегию поддержки Ирана выбирает каждый пятый, ее сторонники преимущественно старшего возраста. А идея поддержать США и Израиль вовсе не находит отклика у россиян. Иран —

дружественная нам страна и традиционно воспринимается как страна-партнер России, тогда как к действиям США и их союзникам многие относятся критически вследствие длительного политического противостояния, обострившегося в последние годы на фоне СВО.

Рис. 2. Какую позицию, по Вашему мнению, должна занимать Россия в этой ситуации?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ И КАК МЫ ЕГО ВИДИМ

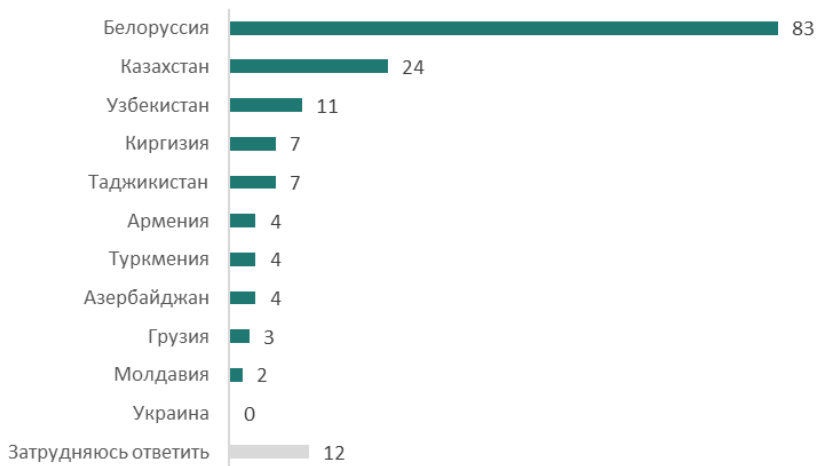
20 апреля 2026 г.

Белоруссия сохраняет статус абсолютного лидера по критериям успешности и надежности партнерства. Три четверти россиян (75 %) считают ее наиболее успешной страной региона, а 83 % называют надежным партнером на международной арене. По этим показателям за десять лет отмечается уверенный рост (на 7 и 17 п. п. соответственно). Казахстан держит вторую позицию по двум измеряемым показателям. Однако при сохраняющейся высокой оценке успешности и стабильности (47 %) наблюдается серьезный разрыв между признанием экономических достижений и оценкой предсказуемости: как надежного партнера сегодня страну воспринимают лишь 24 % опрошенных (снижение доли более чем вдвое по сравнению с 2016 г.). Узбекистан закрепился в тройке лидеров и показывает постепенный рост. Оценки успешности за последнее время существенно выросли (с 10 % в 2018 г. до 17 % в текущем замере). Восприятие надежности партнерства при этом сохраняется на стабильном уровне (8—11 % на протяжении десятилетия).

Страны Кавказа (Армения, Азербайджан, Грузия) формируют группу с наиболее подвижными и неоднозначными показателями. Общественное восприятие надежности партнерства с 2018 г. снизилось два раза и более до 3—4 % при высоких, хотя и волатильных показателях успешности и стабильности (10—13 %). Киргизия, Таджикистан и Туркмения находятся в «серой зоне» общественного восприятия, показатели успешности и надежности колеблются в диапазоне 4—8 %, без существенной динамики за последние десять лет.

Украина и Молдавия замыкают рейтинг, демонстрируя наиболее низкие показатели по ключевым вопросам: оценки успешности и надежности колеблются в диапазоне 0—3 %. Фиксация этих стран на периферии рейтинга обусловлена размыванием общего социально-экономического фундамента и разрывом институциональных связей.

Рис. 3. Какие из перечисленных стран Вы бы назвали самым надежным партнером России на международной арене? (закрытый вопрос, не более 3 ответов, %)



СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

ГОТОВАЯ ЕДА: ЕСТЬ ИЛИ НЕ ЕСТЬ?	114
ОДИН ДОМА ПО-РУССКИ	116

ГОТОВАЯ ЕДА: ЕСТЬ ИЛИ НЕ ЕСТЬ?

7 апреля 2026 г.

Согласно данным АЦ ВЦИОМ, каждый второй россиянин с разной периодичностью заказывает готовую еду и/или покупает ее офлайн, однако пока данная практика носит эпизодический характер. Типичного потребителя этой категории отличают молодой возраст, хорошие потребительские возможности, проживание в городах с населением не менее 100 тыс. человек. Размер домохозяйства также имеет значение. Однако, вопреки ожиданиям, одиночное проживание само по себе не гарантирует высокого интереса к готовым блюдам, поскольку значительную долю одиночных домохозяйств составляют пенсионеры, для которых характерны устойчивые потребительские привычки и высокая чувствительность к цене продукции. Готовая еда востребована в более узком сегменте — среди работающих представителей одиночных домохозяйств. Платежеспособность в сочетании с дефицитом времени и невозможностью делегировать приготовление пищи домохозяцам делает их выбор в пользу готовой еды вполне оправданным.

Рис. 1. Потребление готовой еды: распространенность практики
(Рассчитано на основе вопросов «Скажите, пожалуйста, Вы пользуетесь следующими услугами? Если пользуетесь, то как часто? Заказываю доставку готовых блюд/напитков на дом, на работу/учебу и Покупаю домой/на работу/учебу готовые блюда»)



Главный драйвер спроса на готовую еду — желание потребителей сэкономить время и силы. Следом идет гедонистический мотив — желание порадовать себя и близких, — опережающий по популярности вполне прагматичный запрос на утоление голода «здесь и сейчас». Несколько реже готовая еда воспринимается как

освобождение от кухонной рутины и получение нового гастрономического опыта. Несмотря на обилие сервисов доставки здоровых сбалансированных рационов, контроль объема порций и калорийности блюд — чуть ли не последнее, за что российские потребители любят готовую еду. То есть она служит скорее источником удовольствия, а не самоограничений. То же касается и ценового фактора: покупка готовой еды продиктована желанием минимизировать время и трудозатраты, а не сэкономить деньги.

Восприятие покупных блюд обусловлено отношением к готовке. Среди потребителей, которых тяготит кухонная рутина, с более чем двукратным отрывом лидирует такой мотив покупки, как желание сэкономить время и силы. Те, кто сам не прочь постоять у плиты, немногим чаще воспринимают готовую еду как способ порадовать себя и домочадцев, хотя доминирующим мотивом также остается минимизация времени и трудозатрат.

ОДИН ДОМА ПО-РУССКИ

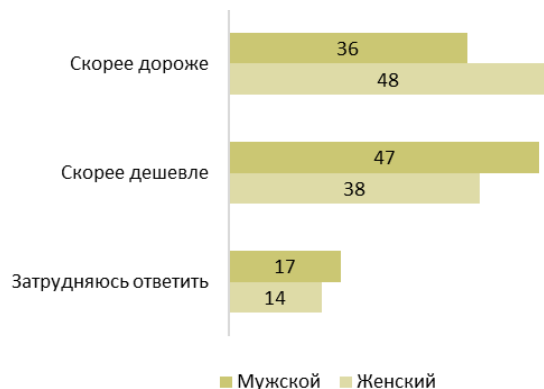
14 апреля 2026 г.

Среди трендов современного мира — рост числа одиночных домохозяйств. И в России этот процесс идет довольно быстро. Максимальные значения одиночных домохозяйств концентрируются в столицах и экономически активных регионах — Москве, Санкт-Петербурге, на северо-западе, в части Урала и Дальнего Востока. Несмотря на распространенное представление о том, что чаще одни проживают люди старшего возраста, одиночные домохозяйства в нашей стране в большей степени представлены людьми активного трудоспособного возраста. Иными словами, жизнь в одиночку довольно «молода» и не становится результатом потери партнера, взросления детей и старения. В целом в России сосуществуют два типа одиночества: традиционное (по возрасту) и новое (экономически активное).

Рис. 2. Как Вы считаете, одного человека, который живет отдельно и самостоятельно ведет хозяйство, можно или нельзя считать семьей? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Рис. 3. Как Вы думаете, в наше время жить одному скорее дороже или дешевле, чем жить с кем-то? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Несмотря на то что одиночный образ жизни становится массовым, сказать, что он стал нормой или желаемым стилем жизни в российском обществе, нельзя. Жизнь в одиночку чаще интерпретируется как вынужденная ситуация (так сложились обстоятельства). Пока россияне не видят за одиноким проживанием личного выбора, автономии или свободы. В целом общество по-прежнему мыслит в логике, где семья — это «семья», признать одного человека семьей скорее нельзя. И хотя реальность меняется, нормативное представление о семье остается устойчивым. Признание одного человека как «семьи» чуть чаще встречается среди женщин, старших поколений и тех, кто сам живет один. То есть чем ближе собственный опыт человека к этой модели, тем легче он ее принимает.

ОБРАЗ ЖИЗНИ

КНИГИ — И КАК МЫ ИХ ЧИТАЕМ.....118

ДНК-ТЕСТЫ НА ОТЦОВСТВО В РОДДОМЕ: ЗА И ПРОТИВ.....120

КНИГИ — И КАК МЫ ИХ ЧИТАЕМ

15 апреля 2026 г.

Чтение книг — привычная практика для каждого второго опрошенного (52 % отметили, что обычно читают книги). Обращаются к ним ежедневно или несколько раз в неделю около 71 % среди тех, кто читает книги. Эпизодически их читают 28 % опрошенных (из них 22 % — несколько раз в месяц, 6 % — несколько раз в год).

Больше половины российских читателей заявили, что читают книги для отдыха, удовольствия и развлечения (57 %), на втором месте — узнавание нового и развитие (43 %). Менее значимыми факторами стали необходимость для работы или учебы (23 %), возможность отвлечься от проблем (19 %), заполнить свободное время (14 %) или иметь возможность поддержать диалог (9 %), поиск решения конкретной задачи (8 %) средство быстрее уснуть (6 %).

Ключевые декларируемые барьеры — не отсутствие интереса к практике или недостаточное тематическое предложение, а дефицит времени (58 %), высокие цены на книги (18 %) и конкуренция с другими медиаформатами: аудио- и видео-контентом (15 %). Часть российских читателей упоминает сложности с концентрацией: кого-то отвлекают другие люди, кому-то сложно сосредоточиться (по 14 % соответственно). Среди жанров художественной литературы лидирующие места в рейтинге занимают исторические романы (44 %), детективы (41 %), фантастика (28 %), фэнтези (25 %), приключения (20 %), любовные романы (18 %) и т. д. Интересный факт: основной аудиторией любовных романов в нашей стране является молодежь 18—24 лет (29 % выбирают их для чтения).

Рис. 1. Что из перечисленного Вы обычно читаете?
(в % от опрошенных, закрытый вопрос, любое число ответов)



Чтение постепенно становится разделяемым, а не личным опытом. Хотя выбор произведения определяется в первую очередь индивидуальными запросами, люди обсуждают прочитанное, делятся рекомендациями, организуют онлайн- и офлайн-обсуждения. Доля тех, кто обсуждает прочитанное с близкими, составляет 66 %, с коллегами — 23 %, с участниками книжного клуба — 4 %. Чтение становится одним из инструментов поддержания связи, формирования круга «своих». Чтение вслух для другого человека в нашей стране сохраняется как практика, но связано с жизненными циклами — оно активно в периоды родительства (причем более зрелого возраста, от 35 лет и старше) и прародительства (от появления первого внука). А также частично в молодом возрасте как форма близости. Отличительная черта российской аудитории — минимальная распространенность культуры чтения как заботы о пожилых людях (1 %), которая более популярна в других странах.

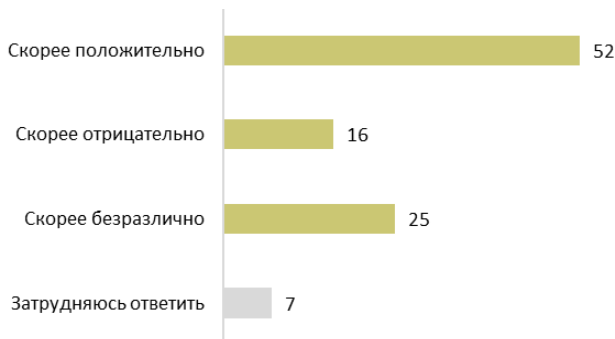
ДНК-ТЕСТЫ НА ОТЦОВСТВО В РОДДОМЕ: ЗА И ПРОТИВ

17 апреля 2026 г.

Хотя тема ДНК-тестов довольно щепетильная и тесно связана с вопросом доверия в паре, половина россиян поддерживает идею подтверждения отцовства сразу после рождения ребенка. Каждый четвертый занял нейтральную позицию, а группа противников и вовсе невелика.

Чем дальше человек от реального родительства (моложе, нет детей), тем легче он поддерживает ДНК-тестирование. Личный опыт родительства и жизненный опыт, напротив, делают людей более осторожными в оценках. Предсказуемо чаще поддерживают тестирование мужчины, однако женщины не уходят в противников идеи, они чаще говорят, что им это безразлично. Благими намерениями авторов инициативы о защите прав ребенка фактически выстилается дорога к узаконенному выяснению отношений в паре. Среди сторонников инициативы ДНК-тест оказывается не столько инструментом поддержки ребенка, сколько механизмом проверки матери. В первую очередь здесь говорят о необходимости избежать обмана и снять подозрения, и лишь затем о юридической защите ребенка. И здесь женщина попадает в морально уязвимое положение, вместо правовых гарантий она получает статус ненадежного партнера. В итоге инициатива, задуманная как защитная, по сути, легитимирует недоверие и проверки.

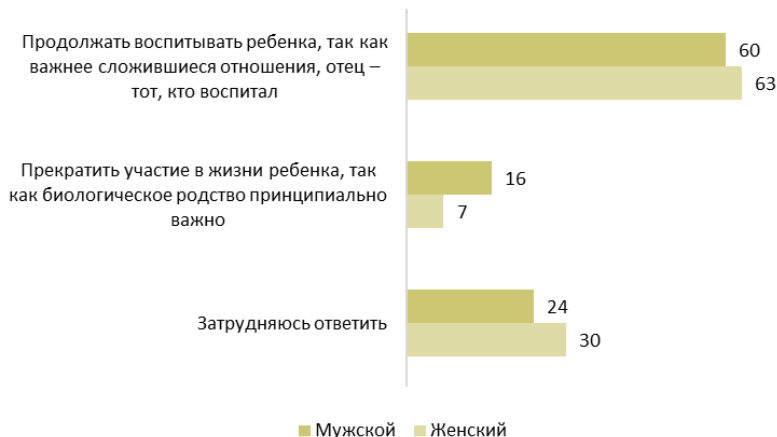
Рис. 2. Скажите, как в целом Вы относитесь к идее проводить ДНК-тест на отцовство в роддомах сразу после рождения ребенка?
(закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



Противники инициативы аргументируют свою позицию защитой границы частного, семейного, по их мнению, государству не стоит вмешиваться в столь приватные вопросы. Здесь звучат опасения, что сама возможность тестирования будет провоцировать людей на выяснение отношений и увеличит количество разводов. Дополнительно накладывается общее недоверие системе: опасения контроля, использования данных и неэффективного расходования бюджетных средств. Но несмотря на всю неоднозначность вопроса, семь из десяти россиян декларируют готовность к ДНК-тестированию при рождении ребенка и показатель одинаково высок среди мужчин и женщин. Согласие оказывается выше среди более молодых россиян и тех, кто еще не имеет детей, то есть для тех, кто воспринимает

это довольно абстрактно. Но по мере приближения к реальному родительскому опыту и в старших поколениях готовность снижается. Сохранение сложившихся родительских связей для россиян гораздо важнее биологической правды. Если вдруг мужчина узнает, что годами воспитывал чужого ребенка, по мнению общества, ему стоит продолжать воспитание, лишь каждый девятый выступает за прекращение отношений с ребенком.

Рис. 3. Представьте, что мужчина узнает, что ребенок, которого он воспитывал, не является его биологическим. Как, по Вашему мнению, ему следует поступить? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)



DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3197](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3197)



Н. С. Воронина

ВОСПРИЯТИЕ ЗАТРАТ ВРЕМЕНИ НА ДОМАШНЮЮ РАБОТУ СРЕДИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В РОССИИ

Правильная ссылка на статью:

Воронина Н. С. Восприятие затрат времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 122—145. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3197>.

For citation:

Voronina N. S. (2026) Perceptions of Time Spent on Housework Among Men and Women in Russia. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 122–145. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3197>. (In Russ.)

Получено: 24.11.2025. Принято к публикации: 19.02.2026.

ВОСПРИЯТИЕ ЗАТРАТ ВРЕМЕНИ НА ДОМАШНЮЮ РАБОТУ СРЕДИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В РОССИИ

ВОРОНИНА Наталья Сергеевна — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт социологии Федерально-го социологического центра РАН, Москва, Россия

E-MAIL: navor@bk.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8859-6803>

PERCEPTIONS OF TIME SPENT ON HOUSEWORK AMONG MEN AND WOMEN IN RUSSIA

Natalia S. VORONINA¹ — Cand. Sci. (Soc.), Leading Researcher

E-MAIL: navor@bk.ru

<https://orcid.org/0000-0001-8859-6803>

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена анализу восприятия затрат времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин в современной России с учетом социально-демографических характеристик и гендерных установок. Эмпирическую базу составили данные всероссийского опроса RUSSET (Лонгитюдное исследование уровня и качества жизни в России в 1990-х), проведенного Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) в конце 2024 — начале 2025 г. по случайной вероятностной выборке населения России 18 лет и старше. Используются не лонгитюдные данные, а данные новой волны, реализованной по новой независимой выборке спустя 30 лет после последней волны лонгитюда. Анализ показал, что женщины в целом оценивают свой вклад в домашнюю работу как более значительный по сравнению с мужчинами, однако женщины без детей воспринимают себя как менее занятые в домашней сфере, их воспринимаемые затраты времени сопоставимы с затратами мужчин, имеющих детей. Женщины берут на себя большую часть рутинных домашних задач (приготовление еды, мытье посуды, уборка, стирка, глажение, уход за детьми, пожилыми и больными), тогда как мужчины преимущественно занимаются ремонтными работами. Наименьшая гендерная разница в восприятии затрат времени наблюдается при совершении покупок для дома; по возрастным

Abstract. This article analyzes the perception of time spent on housework among men and women in contemporary Russia, considering socio-demographic characteristics and gender attitudes. The empirical base is data from the all-Russian survey “RUSSET,” conducted by CESSI in late 2024 — early 2025 based on a random probability sample of the Russian population aged 18 and older. The author uses data from a new wave, conducted on a new independent sample 30 years after the last wave of the longitudinal study. The analysis revealed that women generally assess their contribution to housework as more significant than men. However, women without children perceive themselves as less involved in the household, and their perceived time expenditure is comparable to that of men with children. Women take on most routine household tasks (cooking, washing dishes, cleaning, laundry, ironing, caring for children, the elderly, and the sick), while men primarily engage in repairs. The smallest gender difference in the perception of time expenditure is observed when shopping for household items. By age group, the largest gap is observed among 30–39-year-olds, the smallest difference is typical for respondents 60 years and older. Regression analysis revealed that for both genders, significant predictors included age, presence of children, settlement size, employment, and agreement with the statement “a woman should have children to live a full life.” Self-rated health and income

группам наибольший разрыв зафиксирован среди 30—39-летних, наименьшая разница характерна для респондентов 60 лет и старше. Регрессионный анализ выявил, что для обоих полов значимыми предикторами являются возраст, наличие детей, размер населенного пункта, занятость и согласие с утверждением «женщина должна иметь детей для полноценной жизни». Самооценка здоровья и доход статистически значимо связаны с воспринимаемыми затратами времени только у мужчин, тогда как у женщин прослеживается связь с семейным положением и уровнем образования.

Ключевые слова: домашняя работа, гендерное неравенство, гендерные роли, распределение домашних обязанностей, социальные нормы, восприятие затрат времени на домашнюю работу

Благодарность. Автор выражает благодарность А. В. Андреевской за возможность использования данных RUSSET, а также анонимным рецензентам за ценные рекомендации при доработке статьи.

were statistically significantly associated with perceived time expenditure only for men, while for women, a correlation was found with marital status and education level.

Keywords: housework, gender inequality, gender roles, distribution of household responsibilities, social norms, perception of time spent on housework

Acknowledgments. The author expresses gratitude to Anna V. Andreenkova for the opportunity to use RUSSET data, as well as to the anonymous reviewers for valuable recommendations in finalizing the article.

Введение

Распределение домашних обязанностей между партнерами выступает одним из факторов, определяющих репродуктивное поведение современных семей и качество жизни их членов. В России на фоне устойчивых тенденций превышения смертности над рождаемостью¹ и демографических прогнозов о сокращении численности населения к 2046 г. более чем на 5 %² актуализируется проблема распределения домашних обязанностей, которая, согласно современным исследованиям, оказывает значимое влияние на принятие решения о рождении ребенка [Калабихина, Шайкенова, 2019: 263]. Проблема старения населения³ (которая актуальна для многих стран, в том числе и для России), наряду с измене-

¹ Оперативные демографические показатели за январь 2025 г. // Росстат. 2025. Январь. URL: https://76.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/operativnye_demograficheskie_pokazateli_zh_yanvar_2025_g.pdf (дата обращения: 18.04.2026).

² Росстат опубликовал демографический прогноз до 2046 года // Росстат. 2023. Октябрь. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/220709> (дата обращения: 18.04.2026).

³ Старение населения и его влияние на экономику: вызовы и пути решения // Росстат. 2023. Октябрь. URL: <https://64.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%A2%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%90.%D0%92.,%20%D0%95%D1%80%D1%88%D0%BE%D0%B2%20%D0%AE.%D0%9E.,%20%D0%91%D0%B0%D1%88%D0%B8%D1%80%D0%B7%D0%B0%D0%B4%D0%B5%20%D0%A0.%D0%A0..pdf> (дата обращения: 18.04.2026).

нием структуры занятости, дефицитом рабочей силы и другими факторами, увеличивает нагрузку на трудоспособное население, подчеркивая необходимость активного участия женщин в рынке труда. В контексте этих проблем традиционная гендерная роль женщины как преимущественно домашней хозяйки все меньше соответствует современным социально-экономическим реалиям. Как показывают исследования, посвященные трансформации гендерных ролей в современной России, закрепление женщин за домашней работой без занятости на рынке труда все меньше отражает фактическое распределение семейных и трудовых ролей, а также нормативные представления об этих ролях [Тартаковская, 2015: 92; Лежнина, 2013: 175]. Актуализируется вопрос о создании условий, позволяющих сочетать рождение и воспитание детей с продолжением профессиональной занятости женщин. Эта проблема рассматривается в контексте демографической политики как один из механизмов снижения противоречий между семейными и трудовыми ролями [Ирсетская, 2023].

Если женщина вынуждена единолично выполнять все домашние обязанности и сочетать их с полной занятостью, это приводит к нарушению баланса работы и жизни, вызывая дефицит времени на отдых, негативно сказывается на здоровье [Ребрей, 2022] и на доходе [Craig, 2006]. Рассматриваемые проблемы ставят вопрос о более справедливом распределении временных затрат на домашнюю работу⁴, предполагающем, что данная работа не должна полностью лечь на плечи женщин в качестве «двойной нагрузки» после основной работы.

Неравное распределение времени на домашний труд между мужчинами и женщинами — глубоко укорененная характеристика большинства современных обществ [Robinson, Andreenkov, Patrushev, 1988; Патрушев 1997; Ridgeway, Correll, 2004; Гурко, 2025]. Несмотря на то что исследования демонстрируют тренд увеличения объема домашней работы, выполняемой мужчинами, в среднем в европейских странах, на женщин по-прежнему приходится наибольшая часть домашней работы, и эта разница в объеме труда сохраняется, даже если женщина работает больше часов и получает зарплату больше, чем мужчина в паре [Cooke, Baxter, 2010].

Р. Инглхарт и П. Норрис предположили, что по мере долгосрочного процесса модернизации обществ трансформируются гендерные роли — постепенно уменьшается распространенность традиционных ролей за счет эгалитарных. Это «приводит к равенству гендерных ролей в распределении домашнего труда, а также к росту числа женщин (особенно замужних), имеющих постоянную оплачиваемую работу» [Inglehart, Norris, 2003: 13]. Исходя из предположений Р. Инглхарта и П. Норрис, неравенство в распределении затрат времени на домашнюю работу должно постепенно сглаживаться. При этом важна не только объективная картина временных затрат, но и то, как эти затраты воспринимаются мужчинами и женщинами.

Происходит ли сглаживание неравенства в пропорциях выполнения домашней работы, а также в восприятии этой работы среди мужчин и женщин в современ-

⁴ В данном исследовании вслед за М. А. Малковой и Я. М. Рощиной домашняя работа определяется как форма деятельности членов домохозяйств внутри домашней экономики, нацеленная «на производство товаров и услуг исключительно для потребления внутри домохозяйства» [Макина, Рощина, 2011]. Данная деятельность может быть замещена рыночной деятельностью (например, наем няни для ребенка).

ной России? Ответ на данный вопрос важен для формирования семейных ролей, установления норм поведения, которые, в свою очередь, могут либо препятствовать, либо способствовать движению к более справедливому распределению обязанностей среди мужчин и женщин [Макаренцева, Бирюкова, Третьякова, 2017].

В данной статье мы изучаем не фактические затраты времени на домашнюю работу (которые измеряются дневниковым методом), а то, как мужчины и женщины воспринимают свой вклад в домашние обязанности. Под восприятием мы понимаем субъективную оценку респондентом собственного участия в домашней работе — в противовес объективному количеству затраченного времени. Мы осознаем, что оценки, полученные через прямые вопросы о воспринимаемом домашнем труде, могут расходиться с данными дневниковых исследований. Тем не менее изучение восприятия домашней работы важно, поскольку оно влияет на удовлетворенность жизнью и общий климат отношений в семье [Brooks, Fu, Maire, 2024]. Кроме того, искаженное восприятие вклада в домашнюю работу может поддерживать гендерные стереотипы, что в долгосрочной перспективе сказывается на участии женщин в рынке труда и репродуктивном поведении.

Мы поставили следующие исследовательские вопросы: 1) какова воспринимаемая оценка затрат времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин в современной России? 2) Как дифференцируется оценка восприятия затрат времени на домашнюю работу у мужчин и женщин в различных социально-демографических группах? 3) С какими факторами связана оценка восприятия домашней работы у мужчин и женщин?

Восприятие затрат времени на домашнюю работу: обзор современных эмпирических исследований и гипотезы

Большая часть исследований, посвященных затратам времени на домашнюю работу, выполнена с помощью дневникового метода, реже встречаются работы о восприятии данных затрат, выполненные с помощью ретроспективных прямых вопросов. Среди подобных отечественных исследований восприятия затрат времени отметим работу А. О. Макаренцевой, С. С. Бирюковой, Е. А. Третьяковой. Авторы выявили, «что мужчины дают более высокие оценки затрат времени на работу по дому как в отношении себя, так и в отношении супруги по сравнению с оценками женщин» [Макаренцева, Бирюкова, Третьякова, 2017: 97]. Исследование показало связь представлений о затратах времени мужчин и женщин с таким показателем, как удовлетворенность жизнью, и влиянием социальных норм и ценностей, разделяемых в обществе. При этом в отечественной литературе мы встретили единичные работы, посвященные анализу факторов, влияющих на восприятие затрат времени на домашнюю работу, а не на фактические затраты. Мы предполагаем, что факторы, связанные с восприятием этих затрат, могут различаться по сравнению с факторами, связанными с объективными затратами, поскольку, например, социальные ожидания и гендерные стереотипы могут оказывать влияние на субъективное ощущение затраченного времени. Анализ результатов исследований (например, [Bloemen, Stanca, 2008; Калабихина, Шайкенова, 2019; Pepin, Sayer, Casper, 2018; Dunatchik, 2023; Hertog, Yee Kan, 2019; Matud, et al, 2024; Rubiano-Matulevich, Viollaz, 2019; Малкова, Рощина, 2011; Cerrato,

Cifre, 2018 и др.]) позволил сформулировать гипотезы и проверить, различаются ли факторы объективных затрат на домашнюю работу и факторы восприятия этих затрат. Уточним, что все гипотезы касаются не общих временных затрат домохозяйства (таких данных у нас нет в доступе), а личной самооценки временных затрат на домашнюю работу отдельно среди женщин и среди мужчин.

H_1 : повышение личного дохода отрицательно связано с восприятием затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.

H_2 : с увеличением возраста восприятие затрат времени на домашнюю работу возрастает у мужчин и уменьшается у женщин.

H_3 : семейное положение «в браке» и наличие детей увеличивает восприятие затрат времени на домашнюю работу у женщин и уменьшает у мужчин.

H_4 : чем больше населенный пункт, в котором проживает респондент, тем меньше воспринимаемые затраты времени на домашнюю работу.

H_5 : принадлежность к группе неработающих увеличивает восприятие затрат на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.

H_6 : согласие с утверждениями, отражающими традиционные представления о гендерных ролях, положительно связаны с восприятием затрат времени и у мужчин, и у женщин.

H_7 : чем хуже самооценка здоровья, тем выше воспринимаемые затраты времени у женщин и ниже у мужчин.

H_8 : с увеличением уровня образования у мужчин увеличивается воспринимаемое время на домашнюю работу, а у женщин уменьшается.

H_9 : чем больше общая площадь жилья, чем больше воспринимаемые затраты времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.

H_{10} : удовлетворенность жизнью отрицательно связана с воспринимаемым объемом затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.

Подходы к измерению затрат времени на домашнюю работу

Существует ряд подходов для измерения распределения времени на домашний труд, каждый из которых имеет свои сильные и слабые стороны. Чаще всего используются анализ дневников и опросный метод самооценки затрат времени. Дневниковый метод считается наиболее точным, он позволяет фиксировать различные виды деятельности в течение дня, тем не менее этот метод не лишен недостатков. Начиная от высоких затрат времени на проведение и немалых финансовых затрат, а также необходимости высокой мотивации и дисциплинированности респондентов [Груздев, Терентьев, 2016: 33], заканчивая трудностями, которые могут быть связаны с проблемой сезонности для каждого участника исследования⁵ и репрезентативности выбранных дней дневника для анализа [Robinson, 1985].

Преимущества и недостатки дневникового метода и метода прямого опроса уже были описаны в научной литературе [Михайлова, 2025], тем не менее считаем важным коротко обозначить их. Среди преимуществ опросного метода отметим более короткие сроки сбора данных, возможность охватить большую вы-

⁵ Например, если респондент не работает по стандартному графику или его месяц «дедлайнов» может не совпадать с общепринятым (декабрь), а выпасть на месяц проведения исследования. В этом случае может получаться нетипичная картина его затрат времени.

борку при относительно более скромных финансовых затратах на исследование, сокращение нагрузки на респондента, что снижает вероятность отказа от участия в исследовании. К недостаткам данного метода относится высокая вероятность ошибок: стандартизованные вопросы обычно не позволяют различать основные и второстепенные виды деятельности, что может приводить к тому, что некоторые виды деятельности могут быть зафиксированы дважды или быть незафиксированными вовсе [Marini, Shelton, 1993]. Еще один недостаток заключается в том, что исследователь должен объяснить респонденту, что именно имеется в виду под термином «домашняя работа», так как не все понимают его одинаково [Schulz, Grunow, 2012: 622].

Как и в случае дневникового метода, в методе прямого опроса есть риск социально желательных ответов. Дж. Э. Пресс и Э. Таунсли пришли к выводу, что мужчины и женщины склонны воспроизводить социальные роли в ответах о бюджетах времени, чтобы сформировать единообразное представление о себе [Press, Townsley, 1998].

Методология и эмпирическая база исследования

В нашем исследовании используются данные опроса «RUSSET»⁶. Изначально «RUSSET» представлял собой лонгитюдное исследование влияния социально-экономических и политических преобразований в жизни страны на субъективные и объективные показатели уровня и качества жизни населения. Исследование проводилось ежегодно с 1993 по 1999 г., но не включало в себя вопросов о затратах времени, которые было решено включить в волну 2024 г. Предпринятая попытка продолжить лонгитюд спустя 30 лет дала возможность собрать данные по 114 респондентам, что не позволяет проводить статистический анализ. Было принято решение провести опрос населения РФ по новой независимой выборке с применением анкеты исследования «RUSSET», которая полностью повторяла анкету для лонгитюда и дополнительно включала блок вопросов о затратах времени на домашнюю работу⁷. Опрос был проведен Институтом сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ) методом личных интервью по месту жительства в конце 2024 — начале 2025 г. по случайной вероятностной выборке населения РФ 18 лет и старше. Всего опрошено 1544 респондента (см. табл. 1). Структура выборки близка к генеральной совокупности по основным социально-демографическим и географическим параметрам. За основу расчетов приняты данные Росстата по численности населения, проживающего в городах на 1 января 2023 г. Дополнительно построен демографический вес для корректировки смещений внутри географических зон.

Для оценки восприятия затрат времени на домашнюю работу мы использовали два показателя: виды домашних работ, которые выполняет респондент, и воспринимаемые им времязатраты на эту работу в неделю. Для первого показателя респондентам задавался следующий вопрос: «Какую часть домашних работ, которые я Вам перечислю, выполняете в Вашей семье лично Вы?» 1) приготовле-

⁶ Подробнее об исследовании «RUSSET»: РУСЦЕТ // ЦЕССИ. 2016. Январь. <https://www.cessi.ru/usloviya-zhizni-v-rossii> (дата обращения: 18.04.2026).

⁷ Затраты на другие виды деятельности (сон, отдых и др.) не были включены в исследование.

ние еды, 2) мытье посуды, 3) уборка дома, 4) стирка, глажка и починка одежды и белья, 5) покупки для дома, 6) ремонтные работы в доме, 7) уход за маленькими детьми, 8) уход за старыми и больными людьми. По каждому из видов работ предлагалось дать ответ по пятибалльной шкале (1 — делаю все или почти все, 2 — делаю три четверти, 3 — делаю половину, 4 — делаю четверть, 5 — почти никогда не делаю). Второй показатель измерялся через вопрос: «Примерно сколько часов в неделю Вы тратите на домашнюю работу (приготовление еды; мытье посуды; уборку дома; стирку, глажку и починку одежды и белья, покупки для дома, ремонтные работы в доме, уход за маленькими детьми, уход за старыми и больными людьми)?», в ответе предлагалось указать конкретное время, затрачиваемое респондентом на домашнюю работу, в часах в неделю.

Таблица 1. Доля мужчин и женщин в выборке в зависимости от возрастной группы

Пол / Возрастные группы	До 20 лет	20—29	30—39	40—49	50—59	60 лет и старше
Мужской	53 % 20	45 % 90	52 % 166	48 % 137	46 % 113	37 % 167
Женский	47 % 38	55 % 111	48 % 153	52 % 148	54 % 131	63 % 279

Дифференциация восприятия домашней работы среди мужчин и женщин среди различных социально-демографических групп

В целом оценка восприятия затрат времени на все виды домашней работы, которые были представлены в исследовании, у женщин выше, чем у мужчин, кроме ремонта, за который традиционно отвечают мужчины (см. табл. 2). Данный результат по субъективным оценкам восприятия затрат времени согласуется с оценками затрат времени, представленными в работе П. М. Козыревой, А. Э. Низамовой, А. И. Смирнова за 2021 г. на данных RLMS [Козырева, Низамова, Смирнов, 2024: 163]. Это соотношение важно, так как их исследование было выполнено на выборке только из брачных пар, а наше — на всей совокупности мужчин и женщин, что косвенно свидетельствует об однородности восприятия среди этих совокупностей.

Таблица 2. Восприятие затрат времени на различные виды домашней работы среди мужчин и женщин, %

Пол	Женщины			Мужчины		
	Все	Есть дети	Без детей	Все	Есть дети	Без детей
Приготовление еды						
Делаю все или почти все	60	65	35	11	8	15
Делаю 3/4	13	13	17	5	7	7
Делаю 1/2	19	17	27	31	36	27
Делаю 1/4	4	3	10	25	25	21
Почти никогда не делаю	4	2	11	28	24	30

Пол	Женщины			Мужчины		
	Все	Есть дети	Без детей	Все	Есть дети	Без детей
<i>Мытье посуды</i>						
Делаю все или почти все	54	56	36	12	8	17
Делаю 3/4	11	12	15	7	7	7
Делаю 1/2	26	23	33	36	40	33
Делаю 1/4	4	3	10	20	20	15
Почти никогда не делаю	5	6	6	25	26	26
<i>Уборка дома</i>						
Делаю все или почти все	54	57	37	10	7	17
Делаю 3/4	12	11	18	5	6	7
Делаю 1/2	27	26	33	35	38	31
Делаю 1/4	5	4	8	24	21	26
Почти никогда не делаю	3	2	4	26	28	19
<i>Стирка, глажение белья</i>						
Делаю все или почти все	62	65	43	7	6	8
Делаю 3/4	9	9	14	3	3	4
Делаю 1/2	16	16	23	20	20	17
Делаю 1/4	5	3	10	17	14	24
Почти никогда не делаю	8	7	10	53	57	47
<i>Покупки для дома</i>						
Делаю все или почти все	37	43	27	20	22	20
Делаю 3/4	9	9	15	11	11	15
Делаю 1/2	42	41	35	53	57	40
Делаю 1/4	7	3	14	8	7	11
Почти никогда не делаю	5	4	9	8	3	15
<i>Ремонтные работы в доме</i>						
Делаю все или почти все	16	21	9	62	69	48
Делаю 3/4	3	4	3	6	7	5
Делаю 1/2	14	14	11	11	9	14
Делаю 1/4	8	7	12	3	1	8
Почти никогда не делаю	59	54	65	18	13	25
<i>Уход за маленькими детьми</i>						
Делаю все или почти все	24	39	3	5	8	2
Делаю 3/4	4	5	2	3	5	0
Делаю 1/2	9	14	0	14	32	1
Делаю 1/4	1	1	0	6	10	4
Почти никогда не делаю	62	41	95	72	45	93
<i>Уход за старыми и больными людьми</i>						
Делаю все или почти все	10	10	7	4	4	2
Делаю 3/4	2	2	3	0	0	1
Делаю 1/2	3	3	3	2	4	2
Делаю 1/4	1	1	3	3	2	4
Почти никогда не делаю	84	84	84	91	91	91

Примечание. Везде, где $p < 0,005$ (тест χ^2 Пирсона), ячейки выделены цветом.

Источник: рассчитано автором.

По рутинной домашней работе (приготовлению еды, мытью посуды, уборке дома, стирке и глаженью белья) мы наблюдаем единую тенденцию: самооценка вклада в эти виды домашнего труда у женщин в целом выше, чем у мужчин. Самая высокая оценка по описанным видам домашней работы у женщин с детьми. Если сравнить данные по строкам «делаю почти все», то получается, что наибольшая числовая разница фиксируется между группами женщин с детьми и мужчин с детьми (например, на приготовление еды у женщин с детьми — 65 %, а у мужчин с детьми — 8 %). Наименьшая разница в процентах — среди групп мужчин и женщин, не имеющих детей, которые ответили, что делают все или почти все.

Доля респондентов, которые оценивают, что делают половину домашней работы по вышеперечисленным видам домашнего труда, почти одинакова среди мужчин и женщин без детей. Корректно сопоставить этот результат с данными статистик других исследований не представляется возможным⁸, но можно сопоставить общие тенденции, принимая во внимание такие ограничения, как различия в методологии сбора данных, разные годы проведения исследований и др. Если все же сопоставлять тенденции, выявленные на данных «RUSSET», с данными RLMS за 2021 г. [Козырева, Низамова, Смирнов, 2024], то в целом можно предположить, что мужчины склонны преувеличивать свой вклад в домашнюю работу, а женщины — преуменьшать. Это может объясняться эффектом Зейгарник: редкие задачи, выполняемые нерегулярно, оставляют более яркие воспоминания и воспринимаются как более трудоемкие и времязатратные, чем были на самом деле.

По ремонтным работам мы наблюдаем, что в восприятии мужчин их вклад гораздо больше (более 60 % среди всех мужчин в целом и мужчин, у которых есть дети, среди тех, кто ответил, что делают все или почти все), чем вклад женщин. Наименьший разрыв в оценках среди тех, кто ответил, что делает все или почти все ремонтные работы, наблюдается среди мужчин и женщин, имеющих детей (69 % среди мужчин с детьми и 21 % среди женщин с детьми).

По покупкам для дома мы видим, что женщины чаще, чем мужчины, говорят, что делают почти все. По данному виду домашнего труда наблюдаются наименьшие различия в восприятии временных затрат на домашний труд между мужчинами и женщинами. Возможно, это связано с тем, что в отличие от уборки, глаженья, приготовления еды данный вид домашней работы считается менее стереотипно «женской» обязанностью. Кроме того, покупки часто встроены в повседневную реальность: мужчины, которые работают вне дома, могут совмещать их с возвращением с работы.

Доля респондентов, жизненная ситуация которых предполагает уход за маленькими детьми или за старыми и больными людьми, невелика, но среди них все равно оценка вклада в эту домашнюю работу (уход за маленькими детьми, старыми или больными людьми) выше среди женщин.

Восприятие мужчинами и женщинами затрат времени на домашнюю работу

Для оценки восприятия времени на домашнюю работу респондентов спрашивали, сколько часов в неделю они тратят на данный вид труда. Дополнительно

⁸ На момент написания текста данные Росстата за 2024 г. по различным видам затрат времени на домашнюю работу не находятся в общем доступе.

была рассчитана переменная, отражающая среднее время на домашнюю работу в день по самооценкам опрошенных⁹. Результаты представлены в виде средних значений в таблице 3. Для оценки статистически значимой разницы между средними для групп мужчин и женщин был применен t-критерий для независимых выборок¹⁰. Анализ выполнялся попарно: например, между группами мужчин и женщин в целом; между группами мужчин и женщин, имеющих детей¹¹, которые проживают с респондентами совместно; между группами мужчин и женщин, которые не имеют детей, и т. д.

Таблица 3. Восприятие затрат времени на домашнюю работу мужчинами и женщинами в среднем за неделю/день, часы и минуты, данные «RUSSET»

Сколько часов Вы тратите на домашнюю работу?	Женщины			Мужчины		
	Все	Есть дети	Без детей	Все	Есть дети	Без детей
Затраты в неделю	17,58* (12,63)	22,87* (23,94)	10,88* (9,11)	10,85* (9,84)	10,72* (7,87)	8,66* (7,10)
Затраты в день	2,51* (1,66)	3,26* (2,42)	1,55* (1,03)	1,55* (1,03)	1,53* (1,02)	1,24* (1,01)
В браке (затраты в день)	2,95* (2,04)	2,95* (2,04)	1,66 (1,30)	1,65* (1,07)	1,65* (1,07)	1,65 (1,01)
Не в браке (затраты в день)	1,55* (1, 07)	3,04* (2,00)	1,52* (1,05)	1,24* (1,03)	1,15* (1,02)	1,15* (1,00)
Работает ¹² (затраты в день)	2,12* (1,80)	2,65* (2,03)	1,32 (0,97)	1,42* (1,07)	1,52* (1,12)	1,16 (0,98)
Не работает (затраты в день)	2,96* (2,15)	4,26* (3,52)	2,15* (1,98)	1,85* (1,05)	1,59* (1,13)	1,45* (1,08)

Источник: рассчитано автором.

Примечание. Указаны средние значения, в скобках стандартное отклонение, значение p означает статистическую значимость при расчете t-теста для независимых выборок (рассчитывались попарно между одинаково называемыми колонками: например, все женщины и мужчины, состоящие в браке, — 2,95* и 1,65*), дополнительно для удобства просмотра данных знаком * отмечены статистически значимо различающиеся средние значения.

Результаты анализа показывают, что женщины в среднем оценивают время, затрачиваемое на домашнюю работу, как большее по сравнению с мужчинами: на 7 часов 13 минут в неделю и на 56 минут в день. Наименьшее значение самооценки затрат в день на домашнюю работу наблюдается у женщин, не имеющих детей (1 час 55 минут), что на 31 минуту больше, чем у не имеющих детей мужчин (1 час 24 минуты). Сопоставляя этот результат с данными Росстата за 2019 г. (см. табл. 4), где использовали дневниковый метод сбора данных (3 часа 26 минут у женщин

⁹ Количество часов в неделю на домашний труд было разделено на 7 (дней), далее были высчитаны средние значения с использованием фильтра по полу.

¹⁰ Что обосновывается нормальным распределением данных (проверка по тесту Колмогорова — Смирнова).

¹¹ К сожалению, дизайн исследования не позволяет определить возраст ребенка. Для выявления группы мужчин и женщин, имеющих детей, мы использовали два фильтра: 1) есть ли у вас дети, 2) как часто вы видите с детьми — вариант ответа «живу вместе со своими несовершеннолетними детьми».

¹² Формулировка вопроса в анкете: «В настоящее время вы: 1 — работаете — полный рабочий день или подрабатываете, 2 — не работаете».

и 1 час 41 минут у мужчин), мы видим, что в реальности затраты женщин, не имеющих детей, по сравнению с мужчинами, не имеющими детей, составляли 1 час 45 минут в 2019 г. Сопоставление объективных и субъективных данных показывает, что мужчины и женщины без детей воспринимают свой домашний труд как сравнительно небольшой, тогда как объективные замеры фиксируют более значительные затраты. Особенно недооцененными оказываются затраты у женщин без детей (3 часа 26 минут — объективные данные против 1 часа 55 минут — воспринимаемые) по сравнению с мужчинами без детей (1 час 41 минут — объективные данные против 1 час 24 минуты — воспринимаемые). Это свидетельствует, что часть домашнего труда может оставаться невидимой (например, планирование, контроль запасов, мелкие повседневные дела).

Таблица 4. Затраты времени на домашнюю работу в среднем за день, часы и минуты, данные Росстата (выборочное наблюдение использования суточного фонда времени населением, 2019)

	Женщины			Мужчины		
	Все	Есть дети	Без детей	Все	Есть дети	Без детей
Оказание неоплачиваемых бытовых услуг членами домохозяйства и семьи (в день)	3,26	3,25	3,26	1,33	1,11	1,41
Работает (в день)	2,47	—	—	1,19	—	—
Не работает (в день)	4,09	—	—	2,04	—	—

Источник: данные Росстата.

Среди женщин в целом затраты на домашний труд оцениваются в день в 2 часа 51 минуту, в то время как Росстат показывает в 2019 г. 3 часа 26 минут. Среди мужчин расхождение меньше: самооценка затрат времени на домашнюю работу в день у мужчин составляет 1 час 55 минут, а по данным Росстата — 1 час 33 минуты. Эти результаты говорят о расхождении между объективными и субъективными оценками затрат времени на домашнюю работу, причем расхождение между ними неодинаково у мужчин и женщин. У мужчин затраты времени воспринимаются выше, чем показывают данные Росстата, что может отражать склонность переоценивать вклад в домашнюю работу, в то время как женщины, наоборот, недооценивают затраты. Возможно, это связано с тем, что мужчины и женщины по-разному конструируют представление о домашнем труде: для женщин она может оцениваться как более рутинная, незаметная, а для мужчин, наоборот, как редкая и потому значимая. Тем не менее к сопоставлению нужно относиться с осторожностью, так как разрыв между данными составляет шесть лет (2025 и 2019 гг.).

Женщины, не имеющие детей, оценивают затраты времени на домашнюю работу ниже, чем те, кто их имеет, на 1 час 31 минуту¹³. В то время как у мужчин,

¹³ Т-тест для сравнения средних между группами имеющих и не имеющих детей по переменной затрат времени с применением фильтра (пол — женский: $p=0,000$, пол — мужской: $p=0,001$).

имеющих и не имеющих детей, восприятие затрат времени на домашнюю работу статистически значимо различается, но оценка разницы во времени невелика — всего 29 минут. Такой результат показывает, что материнство теснее связано с расширением воспринимаемой домашней нагрузки, чем отцовство.

Интересным представляется результат о том, что женщины без детей оценивают свою домашнюю работу в день на 31 минуту больше, чем мужчины без детей, но при этом среднее значение оценки затрат на домашнюю работу у женщин без детей (1 час 55 минут) такое же, как у мужчин с детьми (1 час 53 минуты) и как у мужчин в целом (1 час 55 минут), — статистически значимых различий нет¹⁴. Этот результат соотносится с данными, полученными В. М. Карповой, С. В. Ляликовой и А. И. Антоновым о том, что «треть мужчин и 56 % женщин заявили, что большую часть отцов в нашей стране нельзя охарактеризовать как активно включенных в воспитательный процесс» [Карпова, Ляликова, Антонов, 2024: 186]. То, что женщины без детей оценивают домашнюю нагрузку выше, чем мужчины без детей, показывает, что гендерное неравенство в восприятии домашнего труда существует еще на этапе бездетности. Получается, что материнство в значительной степени увеличивает нагрузку на женщин, но отцовство не приводит к сопоставимому росту воспринимаемых затрат времени у мужчин.

Результаты сравнения средних восприятия затрат времени на домашнюю работу в день среди мужчин и женщин в разных возрастных группах показывают, что во всех возрастных группах, где различия статистически значимы (то есть во всех, кроме группы до 20 лет), женщины в среднем оценивают свой вклад в домашнюю работу больше, чем мужчины (см. табл. 5). Причем наименьшая разница в средних между оценками мужчинами и женщинами наблюдается в возрастной группе 60 лет и старше (26 минут в день), что соответствует изменению распорядка дня после выхода на пенсию и сглаживанию между полами неравенства во времени, уделяемом домашней работе, а наибольшая — в группе 30—39-летних (1 час 10 минут в день), что сочетается с жизненным этапом, для которого характерно наличие детей, требующих от женщин дополнительных затрат времени на домашний труд.

Сравнение восприятия затрат времени на домашнюю работу между женщинами разных возрастных групп показало, что наибольшие различия наблюдаются между самыми молодыми женщинами (до 20 лет) и женщинами в возрасте активного материнства (30—39 лет). Результаты показали, что статистически значимые различия наблюдаются между группами до 20 лет с группой 30—39 лет, с группой 40—49 лет ($p=0,01$), с группой 50—59 лет ($p=0,01$), но нет статистически значимых различий с группой 20—29 лет ($p=0,45$). Группы 30—39-летних статистически значимо различаются только с группой до 20 лет¹⁵, это же относится

¹⁴ Для теста сравнения средних для независимых выборок (t-test) были дополнительно рассчитаны переменные: на первом шаге 2 переменные — 1) женщины без детей, 2) мужчины с детьми, на втором шаге рассчитана объединенная переменная, содержащая 2 значения (1 — женщины без детей, 2 — мужчины с детьми) с помощью команды преобразовать, вычислить переменную. Новая полученная переменная была использована для расчета t-теста, который показал отсутствие статистической значимости $p=0,563$. Подобная процедура далее была проведена для сравнения групп женщин без детей и мужчин в целом ($p=601$).

¹⁵ Статистически незначимые различия для группы 30—39-летних женщин (20—29 лет ($p=0,15$), 40—49 лет ($p=0,91$), 60 и старше ($p=0,34$)).

к группам 40—49-летних¹⁶ и 50—59-летних¹⁷, а также группы 60 лет и старше¹⁸. Получается, что наибольшая разница в оценке затрат времени фиксируется между группами до 20 лет и 30—39-летних (разница составляет 1 час 58 минут). Данный результат также может быть объяснен этапом жизненного цикла: женщины 30—39 лет, в отличие от группы до 20 лет, чаще имеют собственное жилье, им необходимо заботиться о собственных детях, что увеличивает их домашние заботы.

Аналогичный анализ был проведен для мужчин. Статистически значимые различия обнаружились только между группами 20—29-летних и группой 60 лет и старше ($p=0,00$) — на 49 минут больше восприятие затрат в группе 60 лет и старше, по остальным группам статистически значимых различий не было выявлено¹⁹. Можно предположить, что в группе 20—29 лет мужчины активно вовлечены в учебу и работу, при этом их роль в домашней работе невелика из-за традиционных гендерных ролей, поэтому их среднее значение восприятия затрат самое маленькое из всех значений, имеющих статистически значимые различия среди мужчин.

Таблица 5. Средние значения восприятия затрат времени на домашнюю работу в день среди мужчин и женщин различных возрастных групп

Возрастные группы	Мужчины	Женщины
До 20 лет	1,21 (1,02) $p=0,89$	1,15 (1,05) $p=0,89$
20—29 лет	1,12* (0,98) $p=0,01$	2,06* (1,26) $p=0,01$
30—39 лет	1,63* (1,03) $p=0,00$	3,13* (2,24) $p=0,00$
40—49 лет	1,43* (1,03) $p=0,00$	2,58* (2,02) $p=0,00$
50—59 лет	1,36* (1,20) $p=0,00$	2,35* (2,00) $p=0,00$
60 и старше	2,01* (1,24) $p=0,03$	2,27* (1,93) $p=0,03$

Источник: рассчитано автором.

Примечание. Указаны средние значения, в скобках стандартное отклонение, значение p означает статистическую значимость при расчете t-теста для независимых выборок (рассчитывались с использованием опции файла разбиения по переменной возрастных групп), дополнительно знаком * отмечены статистически значимо различающиеся средние значения между группами мужчин и женщин для удобства просмотра данных.

¹⁶ Статистически незначимые различия для группы 40—49-летних женщин (20—29 лет ($p=0,97$), 30—39 лет ($p=0,91$), 50—59 лет ($p=0,99$), 60 лет ($p=0,99$)).

¹⁷ Статистически незначимые различия для группы 50—59-летних женщин (20—29 лет ($p=0,99$), 30—39 лет ($p=0,28$), 40—49 лет ($p=0,99$), 60 лет ($p=0,99$)).

¹⁸ Статистически незначимые различия для группы 60 лет и старше женщин (20—29 лет ($p=0,98$), 30—39 лет ($p=0,34$), 40—49 лет ($p=0,99$), 50—59 лет ($p=0,99$)).

¹⁹ Статистически незначимые различия для мужчин (для группы до 20 лет: 20—29 лет ($p=0,99$), 30—39 лет ($p=0,95$), 40—49 лет ($p=0,99$), 50—59 лет ($p=0,99$), 60 лет и старше ($p=0,15$); для группы 20—29 лет: 30—39 ($p=0,33$), 40—49 ($p=0,51$), 50—59 ($p=0,92$); для группы 30—39-летних: до 20 лет ($p=0,95$), 40—49 ($p=0,99$), 60 и старше ($p=0,93$); для группы 40—49 лет: 50—59 лет ($p=0,99$), 60 и старше ($p=0,12$)).

Факторы восприятия домашней работы у мужчин и женщин

Для выявления факторов, связанных с затратами времени на домашнюю работу у мужчин и женщин, был проведен линейный регрессионный анализ отдельно для каждого пола. Зависимой переменной выступала самооценка количества часов в день, затрачиваемых на домашнюю работу. В качестве независимых переменных использовались показатели, отражающие ранее сформулированные гипотезы. Переменные включались в модель постепенно. Общие результаты представлены в таблице 6.

Таблица 6. *Результаты проверки гипотез в регрессионных моделях*

Гипотезы	Результат	
	Мужчины	Женщины
H ₁ : повышение личного дохода отрицательно связано с восприятием затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.	Не подтвердилась	Не подтвердилась
H ₂ : с увеличением возраста восприятие затрат времени на домашнюю работу возрастает у мужчин и уменьшается у женщин.	Подтвердилась	Не подтвердилась
H ₃ : семейное положение «в браке» и наличие детей увеличивает восприятие затрат времени на домашнюю работу у женщин и уменьшает у мужчин.	Подтвердилась частично	Подтвердилась
H ₄ : чем больше населенный пункт, в котором проживает респондент, тем меньше воспринимаемые затраты времени на домашнюю работу.	Подтвердилась	Подтвердилась
H ₅ : принадлежность к группе неработающих увеличивает восприятие затрат на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.	Подтвердилась	Подтвердилась
H ₆ : согласие с утверждениями, отражающими традиционные представления о гендерных ролях, положительно связаны с восприятием затрат времени и у мужчин, и у женщин.	Подтвердилась	Подтвердилась
H ₇ : чем хуже самооценка здоровья, тем выше воспринимаемые затраты времени у женщин и ниже у мужчин.	Подтвердилась	Не подтвердилась
H ₈ : с увеличением уровня образования у мужчин увеличивается воспринимаемое время на домашнюю работу, а у женщин уменьшается.	Не подтвердилась	Подтвердилась
H ₉ : чем больше общая площадь жилья, чем больше воспринимаемые затраты времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.	Не подтвердилась	Не подтвердилась
H ₁₀ : удовлетворенность жизнью отрицательно связана с воспринимаемым объемом затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин.	Не подтвердилась	Не подтвердилась

Источник: составлено автором.

В итоговой таблице приведены только статистически значимые коэффициенты (см. табл. 7). Все независимые переменные были проверены на мультиколлинеарность с помощью корреляционного анализа, который показал ее отсутствие (коэффициент Пирсона, $r < 0,6$). Коэффициент детерминации для итоговой модели для женщин составил 0,37, для мужчин — 0,28.

Таблица 7. Результаты линейного регрессионного анализа, зависимая переменная — количество затрачиваемых на домашний труд часов в день в восприятии мужчин и женщин

Независимые переменные	Мужчины				Женщины			
	Бета, (значимость)	Ст. Бета (ст. ошибка)	Ниж. гр. дов. интерв.	Верх. гр. дов. интерв.	Бета, (Значимость)	Ст. бета (ст. ошибка)	Ниж. гр. дов. интерв.	Верх. гр. дов. интерв.
Доход в прошлом месяце: менее 30 тыс. руб.	4,57* (0,03)	0,16 (1,15)	1,54	7,61	-1,38 (0,47)	-0,03 (1,91)	-5,13	2,37
51—70 тыс. руб.	1,03 (0,56)	0,03 (1,77)	-2,45	4,51	-0,74 (0,77)	-0,01 (2,51)	-5,67	4,19
71—100 тыс. руб.	0,490 (0,84)	0,01 (2,15)	-3,77	4,66	-1,29 (0,67)	-0,02 (3,02)	-7,22	4,64
101—150 тыс. руб.	-0,78 (0,07)	-0,02 (2,46)	-5,61	4,06	-7,28 (0,21)	-0,05 (5,82)	-18,71	4,15
Более 150 тыс. руб.	-2,04 (0,42)	-0,04 (2,50)	-6,96	2,88	-5,74 (0,29)	-0,04 (5,43)	-16,40	4,93
Возраст	0,01* (0,00)	0,12 (0,01)	0,02	0,04	0,01* (0,00)	0,01 (0,00)	-0,10	0,01
Есть дети	0,50* (0,00)	0,13 (0,15)	0,20	0,80	1,56* (0,00)	0,22 (0,06)	0,81	1,69
Размер населенного пункта	-0,69* (0,00)	-0,14 (0,05)	-1,17	-0,22	-0,60* (0,03)	0,10 (0,06)	-1,16	-0,42
Не работают	0,43* (0,01)	0,11 (0,16)	0,12	0,75	1,15* (0,00)	0,20 (0,02)	0,64	1,56
Самооценка здоровья	-0,26* (0,00)	-0,10 (0,09)	-2,91	0,09	0,04 (0,78)	0,01 (0,12)	-0,21	0,28
Женщина должна иметь детей для полноценной жизни	0,39* (0,03)	0,10 (0,07)	0,14	0,73	0,55* (0,01)	0,10 (0,08)	0,14	0,97
Семейное положение: в браке	0,21 (0,16)	0,06 (0,14)	-0,08	0,50	0,79* (0,00)	0,15 (0,09)	0,42	1,16
Уровень образования	-0,04 (0,41)	-0,03 (0,04)	-0,12	0,05	-0,19* (0,00)	-0,12 (0,06)	-0,31	-0,07
Скорректированный R ²	0,28				0,37			

Источник: рассчитано автором.

Примечание. Знаком * в таблице выделены статистически значимые коэффициенты для удобства просмотра данных.

Результаты анализа демонстрируют, что есть как общие предикторы, связанные с оценкой затрат времени на домашнюю работу у мужчин и женщин, так и различающиеся. Например, у мужчин наблюдается связь зависимой переменной и принадлежности к доходной группе — менее 30 тыс. руб., а у женщин подобной связи не наблюдается (H_1 не подтвердилась). Исходя из результатов, мы видим, что принадлежность мужчин к доходной группе «менее 30 тыс. руб. в месяц» увеличивает воспринимаемое ими время на домашнюю работу. Данный вывод согласуется с исследованием, проведенным в США и Европе на объективных данных, которое показало, что время на домашнюю работу увеличивается при низком доходе, так как нет средств на наемных работников (уборщика, садовника и т. д.) и покупку технических устройств [Killewald, Gough, 2010]. В работе выявлено, что данный эффект сильнее проявляется среди женщин, чем у мужчин, однако в нашем исследовании не наблюдается статистически значимой связи зависимой переменной и доходных групп у женщин [ibid.].

Гипотеза H_2 подтвердилась частично: у обоих полов наблюдается прямая связь с возрастом, однако у женщин этот эффект слабый, а у мужчин — выраженный. С увеличением возраста мужчины оценивают свой вклад в домашнюю работу как более значительный. Т. Леопольд и Дж. Скопек объясняют эту тенденцию тем, что с возрастом (особенно после 60 лет) мужчины чаще берут на себя часть домашних обязанностей из-за изменения структуры времени и семейных ролей после выхода на пенсию [Leopold, Skopek, 2018].

В рамках гипотезы H_3 мы предполагали, что наличие детей увеличивает восприятие затрат времени на домашнюю работу у женщин и уменьшает у мужчин. Однако наше исследование показало, что наличие детей связано с увеличением оценки затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин, однако среди женщин эффект выражен сильнее²⁰. Данный результат согласуется с традиционной гендерной ролью в семьях, предполагающей для женщин более высокую интенсивность домашней работы, связанной с заботой о детях [Bianchi et al., 2000].

Переменная «размер населенного пункта» отрицательно связана с оценкой затрат времени и у мужчин, и у женщин. Получается, что чем меньше населенный пункт, тем выше оценка воспринимаемых затрат времени на домашнюю работу у обоих полов (H_4 подтвердилась). Если принять во внимание действие традиционных гендерных ролей, то можно было бы ожидать, что женщины будут оценивать затраты на домашнюю работу как большие по сравнению с мужчинами, но этого не происходит. Полученные результаты можно интерпретировать как то, что размер населенного пункта задает общий уровень воспринимаемой включенности в домашнюю работу из-за структурных ограничений бытовой инфраструктуры, которые влияют на то, что домашняя работа становится более трудоемкой в восприятии как женщин, так и мужчин.

²⁰ В данном исследовании для оценки различий в эффектах независимых переменных на оценку затрат времени на домашний труд у мужчин и женщин были построены отдельные множественные регрессионные модели для каждой группы. Для проверки статистической значимости различий бета-коэффициентов между мужчинами и женщинами применялся Z-тест, который позволяет сравнивать коэффициенты из независимых выборок. Z-статистика сравнивалась с критическим значением для нормального распределения $z_{0,975} = 1,96$ при уровне значимости 0,05. Таким образом, применение Z-теста обеспечило корректное сравнение величин эффектов бета-коэффициентов между мужчинами и женщинами.

Согласно результатам анализа, принадлежность к группе неработающих увеличивает самооценку затрат времени на домашнюю работу (H_5 подтвердилась). У неработающих людей больше времени, которое они могут посвятить домашней работе: в отличие от занятых, у них нет обязательств и ограничений в виде рабочих задач.

Еще одной переменной, с которой наблюдается связь оценки затрат времени на домашнюю работу и у мужчин, и у женщин, — это утверждение «женщина должна иметь детей для полноценной жизни». Чем большее согласие данным утверждением выражают респонденты, тем выше их самооценка затрат времени на домашнюю работу (H_6 подтвердилась), причем у женщин эффект выражен больше, чем у мужчин. В исследованиях Е. Б. Мезенцевой, С. М. Бьянки и соавторов, а также Л. Крэйга показано, что представления о традиционной роли женщины как хранительнице очага, как матери, усиливает доминирование женщин в затратах времени на домашнюю работу [Мезенцева, 2003; Bianchi et al., 2000; Craig, 2006].

Среди предикторов, которые различаются для мужчин и женщин (помимо вышеупомянутого дохода H_{11}), анализ позволил выявить следующие закономерности: только для мужчин наблюдается связь самооценки затрат времени на домашнюю работу с самооценкой здоровья, причем чем хуже самооценка здоровья, тем больше воспринимаются затраты времени на домашнюю работу (H_7 не подтвердилась).

Можно предположить, что при ухудшении здоровья мужчины острее начинают ощущать домашнюю работу как более продолжительную и утомительную, тогда как у женщин, для которых домашний труд более прочно встроен в повседневную рутину, подобная зависимость не проявляется. Кроме того, при такой самооценке здоровья мужчины могут воспринимать необходимость затрат времени на домашнюю работу как дополнительное, необязательное дело и, соответственно, преувеличивать свои затраты на выполнение домашней работы. Если сопоставить данный результат с полученными нами особенностями восприятия затрат в зависимости от возраста (где было выявлено большее воспринимаемое вовлечение мужчин в домашнюю работу в возрасте после 60 лет), то, возможно, может наблюдаться эффект взаимодействия: не самооценка здоровья сама по себе обуславливает воспринимаемые затраты времени, а во взаимодействии с возрастом²¹.

Для женщин предикторами самооценки затрат на домашнюю работу, в отличие от мужчин, являются переменные «семейное положение: в браке» и «уровень образования». Принадлежность женщин к категории замужних увеличивает самооценку затрат времени на домашнюю работу (H_3 подтвердилась), что также может быть проинтерпретировано через призму социальных и культурных ожиданий. Замужество часто связывается с усилением представлений о женщине как хранительнице очага, основного члена домохозяйства, ответственного за домашнюю работу [Ka-Lok Cheung, 2024]. Таким образом, замужние женщины могут воспринимать свои затраты времени на домашнюю работу как более значимые, необходимые, чем незамужние. Кроме того, данный результат может быть объяснен

²¹ Дополнительно построенная регрессионная модель, рассчитанная с фильтром для мужского пола, подтвердила данное предположение. Переменная взаимодействия самооценки здоровья, перемноженная на группу в возрасте 60 лет и старше связана с переменной восприятия затрат времени на домашнюю работу (Бета = 0,10, ст. ошибка = 0,02, ст. бета = 0,14, $p = 0,00$).

организационными характеристиками совместного домохозяйства, где объем и регулярность бытовых обязанностей, как правило, возрастает.

С увеличением уровня образования у женщин уменьшается оценка затрат на домашнюю работу (H_8 подтвердилась частично — связь у мужчин не наблюдается). Образованные женщины могут иметь более высокую ценность собственной карьеры и занятости вне дома и менее склонны воспринимать домашнюю работу как женскую обязанность вследствие развития более эгалитарных представлений о гендерных ролях [Inglehart, Norris, 2003]. Кроме того, с ростом образования можно ожидать и рост дохода, который может повлиять на снижение затрат на домашнюю работу за счет делегирования специальным сервисам или электронным устройствам.

Воспринимаемые затраты времени на домашнюю работу не связаны с площадью жилья и удовлетворенностью жизнью (H_9 и H_{10} не подтвердились).

Анализ показал, что главным предиктором у мужчин является переменная, отражающая принадлежность к доходной группе «менее 30 тыс. руб. в месяц», а у женщин — наличие детей²². Восприятие затрат времени на домашнюю работу гендерно-дифференцировано. Для мужчин, которые, как показало исследование, не так сильно включены в домашнюю работу по сравнению с женщинами, главный фактор — материальные возможности, которые заставляют их сильнее ощущать уязвимость ресурсных ограничений. Для женщин же даже в ситуации отсутствия высокого дохода это не является фактором, который бы увеличивал их воспринимаемые затраты на домашнюю работу. Главное для них — это родительский статус. Дети резко увеличивают объем повседневных дел, что делает домашний труд более времязатратным в восприятии женщин.

Заключение и обсуждение результатов

Первый вопрос, который был поставлен в данной статье: каково восприятие затрат времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин? Наши данные за 2024 г. показывают, что в целом женщины воспринимают затраты времени на домашнюю работу выше, чем мужчины (на 56 минут больше). Аналогичный результат — превышение воспринимаемых часов на затраты времени на домашнюю работу среди женщин над мужчинами — была продемонстрирована, например, в работе А. О. Макаренцевой, С. С. Бирюковой, Е. А. Третьяковой по общероссийской выборке разница между воспринимаемыми затратами на домашнюю работу между мужчинами и женщинами составляла 1 час 46 минут на данных за 2015 г. [Макаренцева, Бирюкова, Третьякова, 2017: 103]. Сопоставляя наш результат с данными, полученными дневниковым методом (данные Росстата за 2019 г.), можно сказать, что в целом женщины действительно затрачивают больше времени на домашнюю работу. По данным Росстата, разница в затратах времени в день между мужчинами и женщинами составляет 1 час 53 минуты. Сравнивать конкретные числа в разных исследованиях не представляется корректным из-за

²² Мы делаем вывод на основе ст. бета-коэффициентов, однако следует принять во внимание, что, например, для уравнения женщин у переменной «наличие детей» и переменных «не работает», «женщина должна иметь детей для полноценной жизни», «в браке» наблюдается пересечение доверительных интервалов, что указывает на возможную несущественность большего значения ст. бета-коэффициента переменной «наличия детей». Поэтому данный результат о наибольшем вкладе переменных у мужчин и женщин нуждается в уточнении в будущих исследованиях.

различия в формулировках и методологиях, но в целом можно сказать, что значительный разрыв в воспринимаемых затратах времени на домашнюю работу среди мужчин и женщин сохраняется и отражают фактически больший объем затрачиваемого времени среди женщин.

Второй вопрос, поставленный в статье, касался дифференциации восприятия домашнего труда мужчинами и женщинами среди различных социально-демографических групп. Эта дифференциация проявляется в том, что наименее обремененными домашними обязанностями ощущают себя мужчины без детей. Женщины, не имеющие детей, менее вовлечены в быт, на фоне женщин с детьми и всей совокупности женщин по выборке в целом они воспринимают затраты времени на домашнюю работу точно так же, как мужчины. При сравнении групп женщин с детьми и без детей наши данные показывают, что у группы «без детей» в среднем выше личный доход²³, выше уровень образования и они не так обременены домашней работой.

Результаты анализа позволили выявить ряд переменных, связанных с восприятием затрат времени у мужчин и женщин. Сравнивая наши результаты с результатами, полученными И. Е. Калабихиной и Ж. К. Шайкеновой на основе дневникового метода [Калабихина, Шайкенова, 2019], можно отметить, что факторы воспринимаемых и объективных затрат времени на домашнюю работу имеют как сходства, так и различия. В нашем исследовании также прослеживается связь с наличием детей, возрастом, занятостью, самооценкой здоровья, размером населенного пункта, но, например, такой показатель, как количество комнат в основном жилье, не связан с восприятием затрат времени на домашнюю работу в нашем исследовании.

Анализ выявил принципиальные различия в факторах, определяющих восприятие домашней работы у мужчин и женщин: для мужчин ключевым предиктором выступает экономическое положение (принадлежность к низкодоходной группе), что указывает на вынужденный или добровольный характер их участия в домашних делах, тогда как для женщин главным фактором является наличие детей, отражая закрепленную социальными нормами роль основного ответственного за заботу о семье и ведение хозяйства.

Результаты показали, что традиционные гендерные установки остаются значимым фактором восприятия домашней работы в России. Несмотря на общественные трансформации современных обществ, описанные Р. Инглхарт и П. Норрис, наши данные, в частности, зафиксировали значимый вклад переменной, отражающей согласие с утверждением «женщина должна иметь детей для полноценной жизни», в увеличение оценки воспринимаемых затрат на домашнюю работу для обоих полов, что не позволяет говорить о распространенности в российском обществе эгалитарных представлений как фактора сглаживающего восприятие затрат на домашнюю работу для мужчин и женщин. Это восприятие необходимо изучать и проводить мониторинги в дальнейшем, так как оно играет не последнюю роль в принятии решений относительно репродуктивного поведения.

²³ Проведено сравнение средних (t-тест для независимых выборок) с применением фильтра по полу, внутри групп с детьми и без детей, где проверяемой переменной были ответы на вопросы: «Каков ваш личный доход в месяц до вычета налогов?» (средние 2,58 — без детей, 1,65 — с детьми, $p=0,01$) и «Какой наивысший уровень образования вы получили?» (средние 4,95 — без детей, 4,53 — с детьми, $p=0,00$). Формулировки вариантов ответов см. в таблице 6.

Список литературы (References)

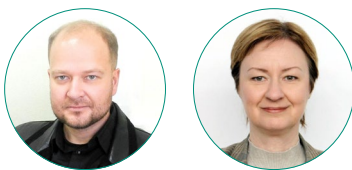
1. Груздев И. А., Терентьев Е. А. Формализованное интервью о бюджете рабочего времени преподавателей и научных сотрудников: опыт методической рефлексии // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2016. № 40. С. 32—58.
Gruzdev I. A., Terentyev E. A. (2016) Formalized Interview About the Budget of Working Time of Teachers and Researchers: Experience of Methodological Reflection. *Sociology: Methodology, Methods, Mathematical Modelling (Sociology: 4M)*. No. 40. P. 32—58. (In Russ.)
2. Гурко Т. А. Развитие института брака: Россия в международном контексте // Женщина в российском обществе. № 2. С. 13—34.
Gurko T. A. (2025) Development of the Institution of Marriage: Russia in the International context. *Woman in Russian Society*. No. 2. P. 13—34. (In Russ.)
3. Ирсетская Е. А. Женщины на рынке труда России в контексте демографической политики // Гендерное равенство XXI века: глобальные вызовы и локальные ответы / под. общ. ред. Н. М. Великой. М.: Ключ-С. 2023. С. 202—227. <https://doi.org/10.56700/y2132-7255-0888-j>.
Irsetskaya E. A. (2023) Women in the Russian Labor Market in the Context of Demographic Policy. In: N. M. Velikaya (ed.) *Gender Equality of the 21st Century: Global Challenges and Local Responses*. Moscow: Klyuch-S. P. 202—227. <https://doi.org/10.56700/y2132-7255-0888-j>. (In Russ.)
4. Калабихина И. Е., Шайкенова Ж. К. Затраты времени на домашнюю работу: детерминанты гендерного неравенства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2019. № 3. С. 261—285. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.3.15>.
Kalabikhina I. E., Shaikenova Zh. K. (2019) Time Spent on Housework: Determinants of Gender Inequality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 261—285. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.3.15>. (In Russ.)
5. Карпова В. М., Ляликова С. В., Антонов А. И. Времени в обрез: факторы, влияющие на заботу о детях, сквозь призму бюджетов времени // Народонаселение. 2024. Т. 27. № 4. С. 179—191. <https://doi.org/10.24412/1561-7785-2024-4-179-191>.
Karpova V. M., Lyalikova S. V., Antonov A. I. (2024) Time is Running Out: Factors Influencing Child Care Through the Prism of Time Budgets // *Population*. Vol. 27. No. 4. P. 179—191. <https://doi.org/10.24412/1561-7785-2024-4-179-191>. (In Russ.)
6. Козырева П. М., Низамова А. Э., Смирнов А. И. Распределение и продолжительность работы по дому в домохозяйствах, состоящих из брачных пар // Социологическая наука и социальная практика. 2024. Т. 12. № 3. С. 150—172. <https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.3.7>.
Kozyreva P. M., Nizamova A. E., Smirnov A. I. (2024) Distribution and Duration of Housework in Households Consisting of Married Couples. *Sociological Science*

- and Social Practice*. Vol. 12. No. 3. P. 150—172. <https://doi.org/10.19181/snsp.2024.12.3.7>. (In Russ.)
7. Лежнина Ю. П. Трансформация гендерных ролей в современной России // Общественные науки и современность. 2013. № 4. С. 165—176.
Lezhnina Yu. P. (2013) Transformation of Gender Roles in Modern Russia. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost*. No. 4. P. 165—176. (In Russ.)
 8. Макаренцева А. О., Бирюкова С. С., Третьякова Е. А. Представления мужчин и женщин о затратах времени на работу по дому // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 2. С. 97—114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.2.06>.
Makarentseva A. O., Biryukova S. S., Tretyakova E. A. (2017) Perceptions of Time Spent on Housework Among Men and Women. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No 2. P. 97—114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.2.06>. (In Russ.)
 9. Малкова М. А., Рощина Я. М. Типологический анализ домашнего труда в современной российской семье. Мир России. 2011. Т. 20. № 1. С. 147—166.
Malkova M. A., Roshchina Ya. M. (2011) Typological Analysis of Housework in the Modern Russian Family. *Universe of Russia*. Vol. 20. No. 1. P. 147—166. (In Russ.)
 10. Мезенцева Е. Б. Мужчины и женщины в сфере домашнего труда: логика экономической рациональности против логики гендерной идентичности? // Гендерное равенство: поиски решения старых проблем. М.: Международная организация труда, 2003. С. 50—72.
Mezentseva E. B. (2003) Men and Women in the Sphere of Domestic Work: the Logic of Economic Rationality Versus the Logic of Gender Identity? In: *Gender Equality: the Search for Solutions to Old Problems*. Moscow: International Labor Organization. P. 50—72. (In Russ.)
 11. Михайлова Н. С. Как измерить инвестиции в благополучие будущего: методы сбора данных о детских бюджетах времени // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 264—287. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2905>.
Mikhailova N. S. (2025) How to Measure Investments in the Wellbeing of the Future: Methods for Collecting Data on Children's Time Use. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 264—287. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2905>. (In Russ.)
 12. Патрушев В. Д. Сравнение использования бюджета времени жителями России и Японии. М.: Институт социологии РАН, 1997.
Patrushev V. D. (1997) Comparison of the Use of the Time Budget by Residents of Russia and Japan. Moscow: Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences. (In Russ.)
 13. Ребрей С. М. Гендерное равенство и экономическое развитие: национальная стратегия действия в интересах женщин в 2023—2030 гг. // Мировое и национальное хозяйство. 2022. Т. 60. № 3—4. С. 136—165.

- Rebrey S. M. (2022) Gender Equality and Economic Development: National Strategy for Action in the Interests of Women in 2023—2030. *World and National Economy*. Vol. 60. No. 3—4. P. 136—165. (In Russ.)
14. Тартаковская И. Н. Воспроизводство гендерного порядка через карьерные стратегии: попытка интерсекционального анализа // Социологические исследования. 2015. № 5. С. 84—93.
Tartakovskaya I. N. (2015) Reproduction of the Gender Order Through Career Strategies: An Attempt at Intersectional Analysis. *Sociological Studies*. No. 5. P. 84—93. (In Russ.)
15. Bianchi S. M., Milkie M. A., Sayer L. C., Robinson J. P. (2000) Is Anyone Doing the Housework? Trends in the Gender Division of Household Labor. *Social Forces*. Vol. 79. No. 1. P. 191—228. <https://doi.org/10.1093/sf/79.1.191>.
16. Bloemen H. G., Stanca E. G. F. (2008) How Do Parents Allocate Time? The Effects of Wages and Income. IZA Discussion Paper. September. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1264554 (accessed: 15.08.2025).
17. Brooks R., Fu J., Maire Q. (2024) Life Satisfaction and Work-Life Balance: The Complexities of Gender Patterning. *Sociological Research Online*. Vol. 30. No. 3. P. 673—690. <https://doi.org/10.1177/13607804241284807>.
18. Cerrato J., Cifre E. (2018) Gender Inequality in Household Chores and Work-Family Conflict. *Frontiers in Psychology*. Vol. 3. No. 9. P. 1—11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01330>.
19. Cooke L. P., Baxter J. (2010) Families in International Context: Comparing Institutional Effects across Western Societies. *Journal of Marriage and Family*. Vol. 72. No. 3. P. 516—536.
20. Craig L. (2006) Does Father Care Mean Fathers Share? A Comparison of How Mothers and Fathers in Intact Families Spend Time with Children. *Gender & Society*. Vol. 20. No. 2. P. 259—281. <https://doi.org/10.1177/0891243205285212>.
21. Dunatchik A. (2023) Parenthood and the Gender Division of Labour Across the Income Distribution: The Relative Importance of Relative Earnings. *European Sociological Review*. Vol. 39. No. 2. P. 229—246.
22. Hertog E., Yee Kan M. (2019) Education and Domestic Work Contributions between 1991 and 2016 in Japan. Paper Presented at the Population Association of America, Austin, Texas, April 10–13, 2019.
23. Inglehart R., Norris P. (2003) *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change Around the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
24. Ka-Lok Cheung A. (2024) Couples' Housework Participation, Housework Satisfaction and Fertility Intentions Among Married Couples in Hong Kong. *Asian Population Studies*. Vol. 20. No. 3. P. 289—307. <https://doi.org/10.1080/17441730.2023.2252633>.

25. Killewald A., Gough M. (2010) Money isn't Everything: Wives' Earnings and Housework Time. *Social Science Research*. Vol. 39. No. 6. P. 987—1003.
26. Leopold T., Skopek J. (2018) Retirement and Changes in Housework: A Panel Study of Dual Earner Couples. *The Journals of Gerontology, Series B.: Psychological Science and Social Sciences*. Vol. 73. No. 4. P. 733—743. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbw121>
27. Marini M. M., Shelton B. A. (1993) Measuring Household Work: Recent Experience in the United States. *Social Science Research*. Vol. 22. No. 4. P. 361—382.
28. Matud M. P., Bethencourt J. M., del Pino M. J., Hernández-Lorenzo D. E., Fortes D., Ibáñez I. (2024) Time Use, Health, and Well-Being Across the Life Cycle: A Gender Analysis. *Social Sciences*. Vol. 13. No. 6. P. 307—323.
29. Pepin J. R., Sayer L. C., Casper L. M. (2018) Marital Status and Mothers' Time Use: Childcare, Housework, Leisure, and Sleep. *Demography*. Vol. 55. No. 1. P. 107—133.
30. Press J. E., Townsley E. (1998). Wives and Husband's Housework Reporting. Gender, Class, and Social Desirability. *Gender and Society*. Vol. 12. No. 2. P. 188—218.
31. Ridgeway C., Correll Sh. (2004) Unpacking the Gender System: A Theoretical Perspective on Gender Beliefs and Social Relations. *Gender & Society*. Vol. 18. No. 4. P. 510—531.
32. Robinson J. P. (1985) The Validity and Reliability of Diaries versus Alternative Time Use Measures. In: F. Th. Juster, F. P. Stafford., A. Arbor (eds.) *Time, Goods, and Well Being*. Ann Arbor, MI: University of Michigan.
33. Robinson J. P., Andreenkov V. G., Patrushev V. D. (1988) *The Rhythm of Everyday Life: How Soviet and American Citizens Use Time*. London; New York, NY: Routledge.
34. Rubiano-Matulevich E., Viollaz M. (2019) Gender Differences in Time Use: Allocating Time between the Market and the Household. Policy Research Working Paper. URL: <http://hdl.handle.net/10986/32274> (accessed: 15.08.2025).
35. Schulz F., Grunow D. (2012) Comparing Diary and Survey Estimates on Time Use. *European Sociological Review*. Vol. 28. No. 5. P. 622—632. <https://doi.org/10.1093/esr/jcr030>.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.2910](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2910)



М. Е. Гошин, О. В. Бударина

СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРИ СТОЛКНОВЕНИИ С ПРОБЛЕМОЙ РАЗДРАЖАЮЩИХ ЗАПАХОВ В АТМОСФЕРЕ

Правильная ссылка на статью:

Гошин М. Е., Бударина О. В. Стратегии поведения населения при столкновении с проблемой раздражающих запахов в атмосфере // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 146—169. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2910>.

For citation:

Goshin M. E., Budarina O. V. (2026) Population Behavioral Strategies in Response to Annoying Atmospheric Odours. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 146–169. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.2910>. (In Russ.)

Получено: 31.01.2025. Принято к публикации: 23.01.2026.

СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ПРИ
СТОЛКНОВЕНИИ С ПРОБЛЕМОЙ РАЗДРА-
ЖАЮЩИХ ЗАПАХОВ В АТМОСФЕРЕ

ГОШИН Михаил Евгеньевич — кандидат хи-
мических наук, старший научный сотрудник
отдела анализа риска здоровью населе-
ния, Федеральный научный центр гигиены
им. Ф. Ф. Эрисмана Федеральной службы по
надзору в сфере защиты прав потребителей
и благополучия человека, Мытищи, Россия
E-MAIL: Goshin.ME@fncg.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7251-3938>

БУДАРИНА Ольга Викторовна — доктор ме-
дицинских наук, главный научный сотру-
дник отдела анализа риска здоровью населе-
ния, Федеральный научный центр гигиены
им. Ф. Ф. Эрисмана Федеральной службы по
надзору в сфере защиты прав потребителей
и благополучия человека, Мытищи, Россия
E-MAIL: budarina.ov@fncg.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4319-7192>

Аннотация. Исследование фокусируется на взаимосвязи между восприятием запахов, присутствующих в атмосферном воздухе, и поведенческими стратегиями населения при решении экологических проблем. Это первый комплексный социологический анализ, проведенный в данной области в России, посвященный восприятию запахов в атмосфере промышленного города и соответствующим моделям поведения. В качестве эмпирической базы использовались результаты анкетного опроса жителей среднего по численности населения города (около 90 тыс. жителей), направленного на получение общей характеристики респондентами экологической ситуации на территории проживания, оценку частоты, интенсивности и степени раздражения запахами, присутствующими в атмосферном воздухе, а также стратегий поведения респондентов при столкновении с пробле-

POPULATION BEHAVIORAL STRATEGIES IN
RESPONSE TO ANNOYING ATMOSPHERIC
ODOURS

Mikhail E. GOSHIN¹ — Cand. Sci. (Chem.), Sen-
ior Researcher, Department of Public Health
Risk Analysis
E-MAIL: Goshin.ME@fncg.ru
<https://orcid.org/0000-0001-7251-3938>

Olga V. BUDARINA¹ — Dr. Sci. (Med.), Chief Re-
searcher, Department of Public Health Risk
Analysis
E-MAIL: budarina.ov@fncg.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4319-7192>

¹ Federal Scientific Center of Hygiene named after
F. F. Erisman of the Federal Service for Supervision
in Protection of the Rights of Consumer and Man
Wellbeing, Mytischki, Russia

Abstract. This study focuses on the relation-
ship between perceptions of odours in the at-
mosphere and the population's behavioral
strategies for dealing with environmental prob-
lems. This is the first comprehensive sociologi-
cal analysis (using qualitative and quantitative
methods) conducted in this field in our coun-
try, investigating perceptions of odours in the
atmosphere of an industrial city and the cor-
responding behavioral patterns. As an empiri-
cal base we used the results of a questionnaire
survey of residents of an average-sized city
(about 90 thousand inhabitants), aimed at ob-
taining a general characterization by respond-
ents of the environmental situation in the terri-
tory of residence, assessment of the frequency,
intensity and degree of annoyance by odours
present in the atmospheric air, as well as re-
spondents' behavioral strategies in response
to the problem of annoying odours. Also, 15 in-
terviews and 4 focus groups were conducted

мой раздражающих запахов. Дополнительно с жителями города были проведены 15 интервью и 4 фокус-группы. Социологические исследования проводились в марте — апреле 2022 г. Результаты показали наличие в атмосфере города целого спектра раздражающих, навязчивых запахов, беспокоящих жителей и снижающих комфортность проживания. Основными источниками запахов, по мнению опрошенных, являются промышленные предприятия и транспорт. Выявлено три главных стратегии поведения респондентов: 1) активная социальная позиция и обмен информацией, 2) избегание и адаптация и 3) пассивное избегание. Уровень обеспокоенности экологическими проблемами, восприятия запахов и раздражения запахами демонстрирует положительную взаимосвязь с более активными поведенческими стратегиями в решении данных вопросов. Пассивные стратегии, ориентированные преимущественно на избегание и адаптацию, характерные для большинства респондентов, могут быть обусловлены как личностными характеристиками, так и средовыми факторами, включая социальные установки и нормы, нехватку ресурсов, а также нередко отсутствие уверенности в эффективности предпринимаемых действий, что подтверждается данными качественных исследований. Интерпретация результатов в рамках теорий рационального выбора и коллективных действий позволяет предположить, что выбор стратегии может быть результатом рациональной оценки индивидом издержек и потенциальных выгод от своих действий, а также веры в эффективность коллективных усилий.

Ключевые слова: загрязнение атмосферного воздуха, восприятие запахов населением, «раздражение» запахом, поведенческие стратегии, копинг, рациональный выбор

with the city residents. Sociological research was conducted in March–April 2022. The results showed the presence in the city atmosphere of a whole range of annoying, offensive odours that disturb residents and reduce the comfort of living. The main sources of odours, according to the respondents, are industrial enterprises and transport. Three main behavioral strategies of respondents when facing environmental problems were revealed: “Active social position and information exchange” (17,8%), “Avoidance and adaptation” (42,8%), and “Passive avoidance” (39,4%). The level of concern about environmental issues, odour perception, and odour annoyance showed a positive relationship with more active behavioral strategies in dealing with these issues. Passive strategies, focused mainly on avoidance and adaptation, which are typical for the majority of respondents, may be due to both personal characteristics and environmental factors, including social attitudes and norms, lack of resources, and often lack of confidence in the effectiveness of actions taken, which is confirmed by the data of qualitative studies. Data interpretation through the lens of rational choice and collective action theories demonstrated that the choice of a specific strategy is the result of an individual's rational assessment of the costs and potential benefits of their actions, as well as their belief in the effectiveness of collective efforts.

Keywords: air pollution, public perception of odours, odour “annoyance”, behavioral strategies, coping, rational choice

Благодарность. Данное исследование выполнено в рамках государственного задания № 1023032300263-5-3.3.5.

Acknowledgments. This study was carried out within the framework of state task No. 1023032300263-5-3.3.5.

Введение

Проблема загрязнения атмосферного воздуха и его воздействия на здоровье человека становится все более актуальной в современном мире. Среди различных факторов, влияющих на качество воздуха, особого внимания заслуживают запахи, которые могут сигнализировать о наличии загрязняющих веществ и вызывать дискомфорт у населения. Исследования, проведенные в ряде стран, позволили установить, что с воздействием запахов может быть связано не только ухудшение условий жизнедеятельности людей, но также и прямое воздействие на состояние здоровья, выражающееся в появлении ряда соматических (раздражение дыхательных путей, головная боль, раздражение глаз, одышка, необычная усталость и др.), а также эмоциональных расстройств (гнев, беспокойство, ухудшение настроения и др.) [Guadalupe-Fernandez et al., 2021; Гошин, Бударина, 2022]. Отмечается, что с присутствием в атмосферном воздухе навязчивых, прежде всего промышленных, запахов связано развитие стресса, который уменьшает адаптационный потенциал организма, создавая предпосылки для развития болезней [Гошин, Ингель, Бударина, 2021]. Это инициировало множество исследований за рубежом по поводу уровня стресса и раздражения среди населения, проживающего вблизи предприятий, являющихся источниками запаха. Такие исследования проводятся уже несколько десятилетий [Hoenen, Wolf, Pause, 2017; Hirasawa et al., 2019].

Воздействие запаха на человека, особенно в случае его высокой концентрации, сложный и многогранный процесс. Параметры воздействия запахов, оказывающие влияние на реакцию на них, можно описать с помощью нескольких ключевых характеристик, к которым относятся частота, длительность, интенсивность и гедонический тон [Bokowa et al., 2021].

Частота запаха, или его степень повторяемости, играет важную роль в том, как на него реагирует воспринимающий субъект [Both et al., 2004]. Запах, который воспринимается периодически, может вызывать меньшую реакцию, чем постоянный и навязчивый запах. *Длительность* воздействия также значима: чем дольше человек подвергается воздействию одоранта, тем сильнее могут быть проявления реакции на него, что, в свою очередь, усугубляет физическое и эмоциональное состояние. *Интенсивность* запаха тоже напрямую влияет на степень реакции [Ингель, Бударина, Ахальцева, 2021]. Например, слабый запах может вызвать лишь умеренное недовольство, в то время как резкий и интенсивный способен спровоцировать мгновенную и зачастую агрессивную реакцию. *Гедонический тон*, или чувственная оценка запаха, еще один важный аспект — приятные запахи чаще вызывают положительные эмоции, в то время как неприятные могут приводить к появлению таких реакций, как гнев, раздражение и даже страх [Both et al., 2004; Sucker, Both, Winneke, 2009].

Реакция раздражения запахом включает в себя эмоциональные компоненты (гнев), соматические проявления, приводящие к возникновению проблем со здо-

ровьем, а также поведенческие аспекты, проявляющиеся в виде изменения привычных моделей поведения и/или действий, направленных на предотвращение воздействия навязчивого запаха или уменьшение его интенсивности [Sazakli, Leotsinidis, 2021]. Запахи, особенно неприятные, способны значительно влиять на качество жизни человека и могут служить триггерами для разнообразных поведенческих изменений. Их воздействие проявляется не только на физиологическом уровне, но и на уровне психологии и социального взаимодействия [Dalton, Claeson, Horenziak, 2020].

Запах как элемент городского ландшафта (концепция *Smellscape*)

Исследования восприятия запахов в городской среде получили развитие в рамках ольфакторного направления сенсорной географии и урбанистики начиная с 1980-х годов. Понятие «запаховый ландшафт» (*smellscape*), впервые введенное Дж. Д. Портеусом [Porteous, 1985], подчеркивает, что запахи — это не случайные или второстепенные компоненты городской среды, а значимая часть сенсорного опыта, связанная с восприятием места, формирующая идентичность районов и влияющая на поведение жителей. Обонятельный ландшафт отражает сложную взаимосвязь между природой, промышленностью, культурой и повседневной жизнью [Henshaw, 2014]. Запахи могут быть маркерами социального неравенства: например, «запаховые границы» между промзонами и разными жилыми кварталами, индикаторами исторических изменений, связанных с исчезновением одних и появлением других характерных запахов, а также стимулами эмоциональных и поведенческих реакций населения. Российские работы, посвященные данной тематике, немногочисленны. В статье Е. Шишовой [Шишова, 2020] рассматриваются способы сенсорного упорядочивания пространства жителями нового городского района, ключевую роль в котором играет восприятие запахов. Автор выделяет три составляющих сенсорного упорядочивания: создание горожанами языка описания своих сенсорных опытов, приписывание пространству смыслов и локализация запахов, а также действия, направленные на поддержание желаемого запахового ландшафта. В социально-гигиеническом исследовании [Гошин, Бударина, Ингель, 2020], проведенном в городе с развитой пищевой промышленностью, показано, что частота и интенсивность специфических запахов в атмосферном воздухе убывают по мере удаления места жительства респондентов от предприятий, являющихся их источниками, как и степень их «раздражения» присутствующими запахами.

Таким образом, современные исследования ольфакторного контекста в условиях городской среды показывают, что запахи представляют собой не фоновые, а активные элементы сенсорной географии, формирующие опыт места, поведения и социальных отношений. Данное обстоятельство обуславливает необходимость проведения междисциплинарных исследований и учета многопланового сенсорного измерения при проектировании здоровой и комфортной городской среды.

Изменения поведения населения при воздействии раздражающих запахов

Жители, жалующиеся на неприятный запах, часто дополнительно сообщают о вынужденных изменениях повседневного поведения — о невозможности прове-

трить квартиру, развесить и сушить белье, спать с открытым окном [Wojnarowska et al., 2020]. Подача жалобы (например, в компетентный орган) в этом контексте может рассматриваться как поведенческий компонент, который с точки зрения адаптационного поведения представляет собой активное проблемно-ориентированное обращение со стрессовым фактором (запахом) [Cervinka, Neudorfer, 1995].

Поскольку воздействие навязчивых запахов, присутствующих в атмосфере, является стрессовым фактором, его можно рассмотреть в контексте основных стратегий совладания со стрессом (или копинговых стратегий). Р. Лазарус различает *активные* («проблемно-ориентированные», предполагающие устранение или изменение негативного фактора) и *пассивные* («эмоционально-ориентированные», основанные на внутренних, психологических механизмах, направленных на изменение восприятия стрессовой ситуации) стратегии совладания со стрессом [Lazarus, Folkman, 1984]. Выбор копинг-стратегий зависит от индивидуальных особенностей личности, например локуса контроля [Кочуров, 2020], а также предшествующего опыта совладания со стрессом, актуальности ситуации и ее восприятия, эмоционального состояния и ресурсов, доступных для реагирования на стресс [Радаев, 2024; Смолева, 2020]. Применительно к проблеме раздражающих запахов копинговые стратегии, направленные на уменьшение дискомфорта, можно объединить в три основные группы:

1. *Избегание и изоляция* — стратегии минимизации контакта с источниками запахов: сокращение пребывания на улице, изменение маршрутов, закрытие окон, использование масок или респираторов, временное пребывание в более чистых зонах [Carlsten et al., 2020; Sherman, Matson, 2003].

2. *Адаптация и модификация окружения* — создание комфортной сенсорной среды в доме с помощью ароматизаторов, вентиляции или перестройки пространства; в тяжелых случаях — обращение за психологической или медицинской помощью [Pellegrino et al., 2017; Lima et al., 2011].

3. *Активная поддержка и обмен информацией* — обсуждение проблемы с соседями, участие в инициативах, подача жалоб в органы власти и экологические службы. Эта стратегия направлена не только на выражение недовольства, но и на инициирование реальных изменений [Hallman, Wandersman, 1992].

Рассмотренные параметры воздействия запаховых стимулов на население и его поведенческие реакции могут быть представлены в виде схемы (см. рис. 1). Конечная цель реализации различных стратегий заключается в достижении состояния субъективного благополучия, являющегося неотъемлемым компонентом качества жизни.

Для понимания поведения в контексте решения экологических проблем, выходящего за рамки индивидуального психологического совладания, психологический ракурс необходимо дополнить социологическими теориями. Теория рационального выбора [Ostrom, 2000; Wolske, Stern, 2018] рассматривает поведение индивида как результат сопоставления субъективных издержек (время, усилия, риск конфронтации) и ожидаемых выгод (улучшение качества жизни, снижение рисков для здоровья). В условиях хронического запахового раздражения актив-

ные действия (жалобы, обращения) становятся рациональными тогда, когда воспринимаемые издержки бездействия превышают затраты на активность.

Рис. 1. Параметры воздействия запаховых стимулов на население и возможные поведенческие реакции



В контексте запахового загрязнения поведение может зависеть от воспринимаемой эффективности индивидуальных действий и веры в возможность коллективного отклика [Stern, 2000; Steg, Vlek, 2009]. Так, пассивность может отражать рациональную оценку низкой вероятности успеха индивидуальных действий в отсутствие координации и институциональной поддержки [Ostrom, 2000].

Воздействие неприятных раздражающих запахов нередко становилось причиной судебных исков жителей прилегающих территорий в отношении предприятий, являющихся источниками данных запахов [Winneke, 2004]. Интересно отметить, что в сообществах, получающих финансовую компенсацию от предприятий или властей из-за наличия неприятных навязчивых запахов в воздухе, регистрировались более низкие уровни раздражения по сравнению с не получающими выплат подобного рода [De Feo, De Gisi, Williams, 2013].

Несмотря на растущую роль запахов как первичного компонента сенсорной городской среды и фактора риска для здоровья и качества жизни, в России не сложилось традиций эмпирических исследований, рассматривающих запахи с точки зрения не только гигиенических, но и поведенческих и социально-психологических аспектов. Данное исследование сосредоточено на стрессогенном аспекте негативных запахов и их влиянии на повседневное поведение населения, рассматривая копинговые стратегии — от пассивного избегания до активного протеста — как специфическую форму взаимодействия человека с ольфакторным контекстом [Lazarus, Folkman, 1984]. Вслед за современными работами по экологической

психологии [Carver, Connor-Smith, 2010; Pinchoff et al., 2023; Mikulincer, Shaver, 2019] мы различаем копинг как внутреннюю психологическую предпосылку и поведенческие стратегии как его внешние, контекстуально обусловленные проявления в условиях городской среды.

Цель исследования — выявить и типологизировать поведенческие стратегии населения, применяемые при столкновении с проблемой, связанной с неприятными запахами в атмосферном воздухе промышленного города, а также установить их связи с параметрами (частота, интенсивность, степень «раздражения»), характеризующими восприятие данных запахов.

Методология исследования

Для проведения исследования был выбран город Глазов с населением около 90 тыс. жителей, расположенный на севере Удмуртской Республики. Согласно градостроительной классификации, он относится по размерам к средним. В городе расположен ряд промышленных предприятий, потенциально являющихся источниками выбросов в атмосферный воздух веществ, обладающих запахом. Перечень промышленных предприятий и характеристика социально-экономических условий проживания жителей города типичны для средних промышленных городов Удмуртской Республики и сопоставимы с аналогичными показателями многих населенных пунктов Российской Федерации с похожим градостроительным и производственным профилем¹. Это позволяет рассматривать Глазов в качестве репрезентативного примера для изучения поведенческих реакций населения на хроническое запаховое воздействие в условиях типичного для российской провинции промышленного города среднего размера. Также следует отметить, что Удмуртская Республика входит в состав десяти субъектов Российской Федерации, характеризующихся наибольшим уровнем влияния на состояние здоровья населения химических факторов. При этом изучение данных официальной медицинской статистики (форма № 12) за 2016—2020 гг.² позволило определить приоритетные для данного города патологии: заболевания органов дыхания, среднегодовой уровень которых превышает аналогичный показатель для Удмуртской Республики в 1,3 раза. Кроме того, заболеваемость взрослого населения болезнями органов пищеварения в Глазове почти в два раза выше, чем в Удмуртской Республике в среднем. Социологические исследования показали выраженную связь доли лиц, у которых диагностированы данные патологии, с восприятием частоты запахов, а также интенсивности и степени «раздражения» запахами, присутствующими в атмосферном воздухе (подробнее см. [Гошин и др., 2025]). Таким образом, проблема запахов в Глазове имеет как косвенное, так и объективное подтверждение, что делает данный город релевантным объектом для изучения моделей поведения населения, выработанных в ответ на воздействие данного фактора.

¹ См., например: Классификация городов России по численности населения и функциональной направленности. М.: Росстат, 2023.

² Форма государственной статистической отчетности № 12 «Сведения о числе заболеваний, зарегистрированных у пациентов, проживающих в районе обслуживания медицинской организации» в соответствии с международной классификацией болезней, травм, причин смерти 10-го пересмотра (МКБ-10), а также по отдельным нозологиям, относящимся к экологически зависимым, за период с 2016 по 2020 гг.

Количественное социологическое исследование проводилось в формате анкетирования в период с 1 марта по 30 апреля 2022 г. Всего анкетным опросом охвачено 719 жителей Глазова в возрасте от 18 до 90 лет. Социально-демографические характеристики выборки приведены в таблице 1.

Таблица 1. **Социально-демографические характеристики выборки жителей Глазова и прилегающих районов**

Характеристики		Форма заполнения		В целом по выборке
		Google Forms	Бумажная анкета	
Пол, %	Мужской	23,8	39,8	34,0
	Женский	76,2	60,2	66,0
Средний возраст, лет		45,32 ± 12,04	44,20 ± 11,73	44,60 ± 11,85
Уровень образования, %	Ученая степень	1,2	0,2	0,6
	Высшее	71,0	49,9	57,5
	Среднее	26,6	49,2	41,1
	Незаконченное среднее	1,2	0,7	0,8
Материальное положение семьи, %	Денег вполне хватает	17,0	24,1	21,5
	В основном денег хватает, но иногда подрабатываю	28,9	26,5	27,3
	Денег немного, приходится постоянно подрабатывать	20,6	14,3	16,6
	Денег мало, помогают родственники, приусадебный (садовый) участок земли	20,6	17,9	18,8
	Денег мало, никто не помогает	13,0	17,2	15,7
Всего:		36,0	64,0	100

Для максимального охвата жителей города опрос проводился в двух форматах: электронном — с помощью заполнения анкеты в Google Forms и в виде заполнения бумажных анкет, которые раздавались респондентам³. Анкету в Google Forms по ссылке заполнили 36 % респондентов и 64 % опрошенных жителей города заполнили бумажные анкеты. При этом наблюдается существенная дифференциация формы заполнения анкеты в зависимости от пола и уровня образования. Так, анкету в Google Forms чаще заполняли женщины, в то время как мужчины предпочитали бумажные анкеты. Также ожидаемо, что электронную анкету чаще заполняли жители города, имеющие высшее образование, а респонденты со средним образованием значительно чаще заполняли бумажные анкеты. Существенных различий в предпочтениях формата в зависимости от возраста и материального положения семьи не выявлено.

³ Анкеты распространялись в общественных местах (библиотеках, музеях, театрах), а также на предприятии (механическом заводе).

Анкета включала вопросы, позволяющие оценить частоту («Как часто ощущаете посторонние запахи, находясь дома?»), интенсивность («Насколько сильными являются внешние запахи, которые Вы обычно воспринимаете, находясь дома?») восприятия запахов, присутствующих в атмосферном воздухе. Степень раздражения населения запахами оценивалась по двум шкалам — вербальной («В какой степени внешние запахи раздражают (мешают, беспокоят, злят, вызывают гнев) Вас, когда Вы находитесь дома?») и числовой («Оцените по 10-балльной шкале, насколько Вас раздражают (мешают, беспокоят, злят, вызывают гнев) запахи, когда Вы находитесь дома»). С целью изучения состояния здоровья респондентов им было предложено оценить состояние своего здоровья в целом, отметить беспокоящие их жалобы на состояние здоровья и указать наличие заболеваний, диагностированных врачом. Также респондентам были заданы вопросы, в чем они видят причину симптомов и жалоб, которые указали; удовлетворяет ли их район проживания; как они оценивают экологическую ситуацию в районе проживания. Для изучения стратегий поведения респондентов при решении проблем, связанных с экологией, им были задан вопрос «Какие действия и как часто вы предпринимаете, когда сталкиваетесь с экологическими проблемами?» с возможностью выбора различных вариантов ответа.

Чтобы выделить категории респондентов, для которых характеры схожие модели поведения в случае столкновения с экологическими проблемами, с использованием программы IBM SPSS Statistics 20 был проведен кластерный анализ методом *k*-средних ответов респондентов на вопрос «Какие действия и как часто вы предпринимаете, когда сталкиваетесь с экологическими проблемами?». Из выборки для данного анализа была исключена категория респондентов, которые на вопрос «Как часто ощущаете посторонние запахи, находясь дома?» выбрали вариант ответа «никогда». Для межгрупповых сравнений использовался критерий хи-квадрат. Статистически значимыми считались различия при $p \leq 0,05$.

Кроме того, с 28 марта по 1 апреля 2022 г. были проведены качественные социологические исследования: четыре фокус-группы и 15 интервью с жителями различных районов города, расположенных вблизи предприятий, являющихся источниками запахов. Гайды фокус-групп и интервью включали вопросы, направленные на оценку респондентами состояния собственного здоровья, наличие заболеваний, а также выяснение причин, с которыми, по их мнению, может быть связано ухудшение здоровья. Также респондентов спрашивали, как они оценивают экологическую обстановку в городе, беспокоят ли их запахи, и если да, то каковы, по их мнению, источники этих запахов, какие запахи кажутся им наиболее раздражающими. В заключение респондентам предлагалось высказать свое мнение, могут ли запахи влиять на здоровье, приводить к возникновению болезней.

Результаты

Восприятие запахов населением промышленного города

Анкетирование позволило установить, что 17,4 % респондентов считают экологическую ситуацию в районе проживания «плохой»; немногим более половины опрошенных (51,9 %) оценили экологическую ситуацию как «жить можно»; каждый пятый респондент (19,3 %) считает ее «скорее хорошей», в то время как од-

нозначно «хорошей» назвали ее только 8,2 % жителей. Среди факторов окружающей среды в районе проживания, которые, по мнению респондентов, могут влиять на состояние здоровья, наибольшую обеспокоенность вызывает загрязнение атмосферного воздуха (42 %). При этом около трети респондентов (30,5 %) допускают возможность возникновения нарушений здоровья, связанных с воздействием посторонних запахов.

Примерно пятая часть респондентов (21 %) ощущали раздражающий запах в течение последней недели, предшествующей опросу; еще около четверти — в течение последнего месяца (25,2 %). Главным источником запахов, присутствующих в атмосферном воздухе, 32 % респондентов назвали промышленные предприятия; на втором месте транспорт (28,4 %). Лишь незначительная часть опрошенных жителей (5,3 %) отметила в качестве источника беспокоящего запаха сельскохозяйственные объекты.

Чаще всего жители города ощущают разнообразный спектр бытовых запахов; также, по мнению респондентов, в городе присутствуют запахи выхлопных газов автотранспорта. Кроме того, среди специфических запахов часто упоминаются запахи птицефабрики (в том числе куриного помета, компоста, горящего пера и пуха, «кишковарки»), запахи очистных сооружений и канализации, а также спектр химических промышленных запахов от заводов, в том числе запах хлора (см. рис. 2).

Рис. 2. Оценка респондентами характера присутствующих в атмосфере запахов, в % от числа опрошенных

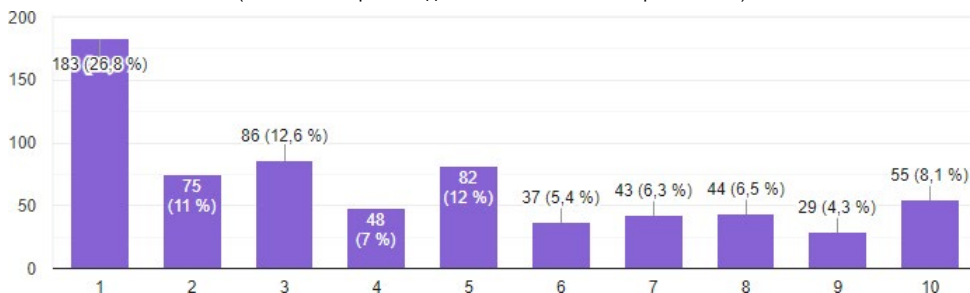


Хотя более половины опрошенных жителей города ощущают навязчивые запахи «редко» (54,2 %), существенная группа респондентов, составляющая суммарно около одной трети, отмечает, что ощущает запахи «часто» (18,8 %), «очень часто»

(6,5%) либо «всегда» (3,1%). Фактически ощущает запахи «очень часто» или «всегда» почти каждый десятый глазовчанин. Что касается *интенсивности* воспринимаемых запахов, то около четверти респондентов оценивают запах как «определяемый отчетливо» (24,5%); еще почти 15% — как «сильный» (7,5%) и «очень сильный» (7,1%).

Более трети опрошенных жителей города в той или иной степени *раздражены запахами*, присутствующими в атмосферном воздухе, при этом примерно четверть (24,3%) оценивают запах по вербальной шкале как «раздражающий»; еще 8,5% — как «очень раздражающий» и 3,1% — как «чрезвычайно раздражающий». Оценка респондентами уровня раздражения воспринимаемыми запахами в баллах по числовой шкале показала, что около четверти (25,2%) дали оценку своему раздражению начиная от 7 баллов и выше (высокий уровень) (см. рис. 3). Доля населения, в высокой степени испытывающего гнев, недовольство, обеспокоенность «навязчивыми» запахами в окружающей среде, превышает принятое референтное значение (20%)⁴.

Рис. 3. Шкала оценки респондентами уровня раздражения воспринимаемыми запахами в баллах (количество респондентов и % от числа опрошенных)



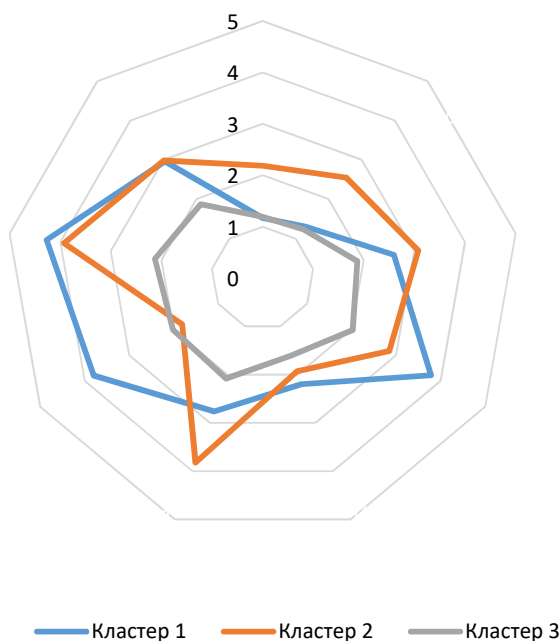
Кластеры копинг-поведения: как различается реакция на неприятные запахи

По результатам проведения кластерного анализа все респонденты были разделены на три группы (кластеры) в зависимости от того, какие действия они предпринимают, сталкиваясь с экологическими проблемами. Кластеры иллюстрируют различные уровни активности и подходов к решению проблем, связанных с восприятием неприятных запахов, с акцентом на стратегии, реализуемые респондентами. Мы интерпретируем кластеры как эмпирические проявления более общих копинг-стратегий (избегание, адаптация, активное противодействие), описанных в теоретической части, в конкретном контексте реакции на запаховый стресс. Представители *кластера 1* («Активная социальная позиция и обмен информацией», $N = 79$; 17,8%) демонстрируют наиболее активную позицию. Это наименьшая по численности группа респондентов, для ее представителей характерно чаще задумываться о способах решения проблем и обсуждать их с друзьями, родствен-

⁴ Референтный уровень «раздражения» — удельный вес населения, «раздраженного» (находящегося в состоянии досады, недовольства, гнева) запахами окружающей среды по результатам опросного исследования в контрольном районе; рекомендуемый критерий для оценки результатов опроса населения о влиянии запахов атмосферного воздуха [Brancher et al., 2017].

никами или в социальных сетях. Еще заметна высокая активность в части подачи жалоб руководству организаций или людям, которых они считают виновными в возникновении проблем, а также обращений в государственные органы, такие как администрация города, Роспотребнадзор и иные уполномоченные инстанции (см. рис. 4). Интересно отметить, что представители этого кластера не только пытаются воздействовать на ситуацию через официальные каналы, но и принимают меры на личном уровне, такие как отказ от сушки белья на балконе, чтобы минимизировать контакт с загрязняющей средой.

Рис. 4. Структура трех кластеров респондентов, выделенных на основании их ответов на вопрос «Какие действия и как часто вы предпринимаете, когда сталкиваетесь с экологическими проблемами?» (средние значения в баллах от 0 до 5, где: 0 — «никогда»; 2 — «редко»; 3 — «иногда»; 4 — «часто»; 5 — «всегда»)



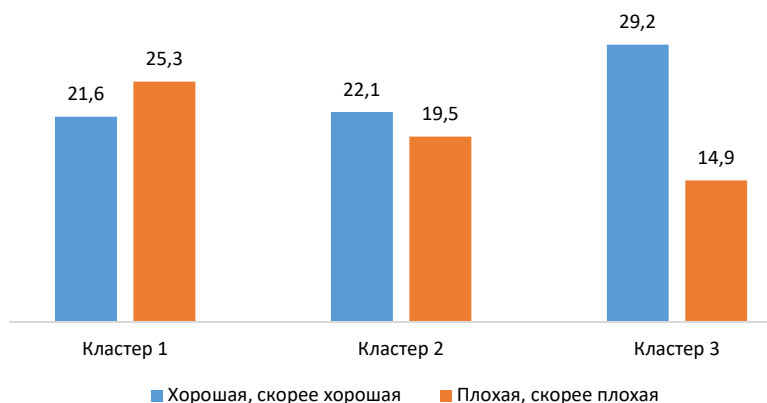
Респонденты, объединенные в *кластер 2* («Избегание и адаптация», $N = 190$; 42,8%), занимают несколько иную позицию. Для данной, наиболее многочисленной, категории респондентов при взаимодействии с экологическими проблемами характерны более пассивные стратегии: они склонны смиряться с ситуацией и просто терпеть, пытаясь адаптироваться к ней, насколько это максимально возможно. Адаптивное поведение может проявляться, например, в закрывании окон для уменьшения воздействия запахов и загрязнений. Также они могут избегать сушки белья на балконе, обсуждать свои проблемы с другими жителями, хотя и делают это реже по сравнению с представителями кластера 1. Активные формы протеста, такие как подача жалоб и обращений, не свойственны группе.

Наконец, для кластера 3 («Пассивное избегание», $N = 175$; 39,4 %) характерна наиболее пассивная стратегия в отношении решения экологических проблем. Единственная наиболее частая активность — закрывание окон для минимизации воздействия внешних факторов, таких как запахи и загрязнение воздуха, однако о таких действиях сообщает значительно меньшая доля респондентов по сравнению с кластером 2. В отличие от кластера 1 и кластера 2, представители данной группы редко сообщают, что избегают сушить белье на улице (на балконе). Кроме того, они отмечают, что могут периодически размышлять о возможных способах решения проблемы, однако реальные действия по их реализации остаются на уровне обсуждений с соседями, друзьями и родственниками, иногда эти темы затрагиваются в социальных сетях.

Восприятие экологической ситуации различными категориями респондентов

Принадлежность респондентов к определенному кластеру связана с их оценкой качества окружающей среды. В кластере 1 примерно четверть респондентов оценивают экологическую обстановку как «плохую» или «скорее плохую» (см. рис. 5); для кластера 2 эта доля несколько ниже (около 20 %); среди представителей кластера 3 еще меньше респондентов (около 15 %) отмечают негативные аспекты текущей экологии. В том, что касается позитивных оценок состояния окружающей среды, наблюдается обратная тенденция: реже всего считают ее «хорошей» или «скорее хорошей» представители кластера 1 и чаще всего — представители кластера 3.

Рис. 5. Оценка респондентами, принадлежащими к различным кластерам, экологической обстановки в районе проживания, в % от числа опрошенных ($p < 0,05$)



Наибольшая доля кластера 1, который составляют самые активные жители города, склонные к общественным действиям, подаче жалоб и обращений в компетентные органы, наблюдается среди тех, кто воспринимает запахи, связанные с продуктами горения синтетических продуктов, прежде всего горелой химии, пластика, резины (в этом случае доля кластера 1 приближается к 50 %), но также и, казалось бы, более «естественные», приближенные к исторической сре-

де обитания запахи дыма от горения дров и печного отопления (в данном случае кластер 1 составляет почти треть, см. рис. 6). По-видимому, именно такие запахи, связанные с горением, воспринимаются ими наиболее остро, как экологическая угроза, требующая активного противодействия, включая официальные обращения и личную защиту. Это согласуется с моделью совладания со стрессом, согласно которой восприятие угрозы как контролируемой способствует выбору проблемно-ориентированных копинг-стратегий [Lazarus, Folkman, 1984; Carver, Connor-Smith, 2010].

Рис. 6. Доля различных кластеров среди респондентов, указавших различный характер запахов, присутствующих в атмосфере, в % от опрошенных



Показательно и то, что среди респондентов, сообщивших о запахах, связанных с деятельностью промышленных предприятий, и химических, включая хлорный и аммиачный запахи, наиболее высокий процент представителей кластера 2, стратегия которых заключается в избегании и адаптации. Можно предположить, что такие запахи воспринимаются как часть привычной среды обитания, они не вызывают паники, но провоцируют защитное поведение (закрытие окон, избегание сушки белья на балконе). Это типичная стратегия эмоционально-ориентированного копинга, направленная на регуляцию дистресса, а не на изменение ситуации. Она подразумевает выживание в условиях постоянного дискомфорта, который, по-видимому, воспринимается этими жителями как неизбежный. Запахи птицефабрик, помета, компоста также оцениваются скорее как «местная особенность», а не угроза.

Наконец, респонденты, составляющие кластер 3, для которых характерно наиболее пассивное поведение в отношении запахов, преобладают среди называ-

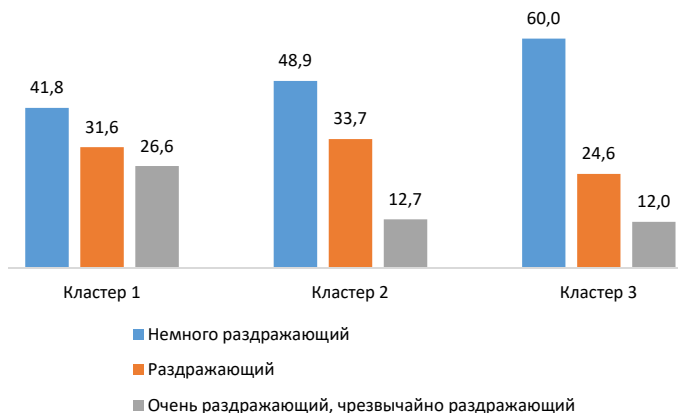
ющих бытовые запахи, а также запахи, ассоциирующиеся с природным разложением и канализацией (тухлый, гнилостный, сероводород). Скорее всего, такие запахи воспринимаются как неизменная и неизбежная часть окружающей среды — они не мотивируют к действиям, поскольку не рассматриваются как поддающиеся изменению, с одной стороны, и как особо опасные (в отличие от запахов продуктов горения) — с другой, порождая стратегию отстранения и принятия. Подобная пассивность может быть следствием низкого воспринимаемого контроля над ситуацией, что является ключевым предиктором «выученной беспомощности» и дезадаптивного копинга [Mikulincer, 1994; Pinchoff et al., 2023].

Можно заключить, что чем более «угрожающим» и «поддающимся контролю» воспринимается запах, тем выше вероятность активной реакции, и чем он «обычнее», тем выше вероятность пассивного принятия.

Далее рассмотрим, как различается восприятие респондентами, входящими в различные кластеры, запахов, присутствующих в атмосферном воздухе. Респонденты, принадлежащие к кластеру 1, чаще всего отмечают, что ощущают навязчивые запахи «очень часто» либо «всегда» (16,4 % респондентов данной группы). В кластере 2 и кластере 3 таких значительно меньше (5,8 % и 8,5 % соответственно). Также респонденты из кластера 1 чаще всего характеризуют запах как «сильный» и «очень сильный» (15,2 %). В кластере 2 такие оценки дают 12,1 % участников группы, а в кластере 3 — 8,6 %.

Представители кластера 1 демонстрируют наиболее высокие уровни раздражения запахами, оцененные по десятибалльной (графической) шкале — 5,33, что подчеркивает их чувствительность к этому фактору. В то время как респонденты из кластеров 2 и 3 показывают значительно более низкие оценки — 4,63 и 4,43 соответственно. Данные вербальной шкалы согласуются с этими результатами: среди респондентов кластера 1 более четверти считают запахи «очень раздражающими» или «чрезвычайно раздражающими». В то же время среди представителей кластера 2 и кластера 3 доля отмечающих такую высокую степень раздражения более чем в два раза ниже (рис. 7).

Рис. 7. Уровень раздражения запахами, оцененный респондентами, принадлежащими к разным кластерам, по вербальной шкале, в % от опрошенных ($p < 0,05$)



Изучение социально-экономического контекста показало, что для трех рассматриваемых групп респондентов не выявлено статистически значимых различий в уровне материального благосостояния семей. В то же время данные категории различаются по уровню образования. Так, среди представителей кластера 1 выше доля тех, кто имеет высшее образование, — 70 %, в то время как в кластере 2 и кластере 3 таких 65 % и 60 % соответственно. Имеются также некоторые гендерные различия: если в составе кластера 1 и кластера 3 доля женщин примерно одинакова и составляет 60,8 % и 60,6 % соответственно, то среди представителей кластера 2 женщин больше — 70,4 %.

Обсуждение результатов

Полученные данные показывают устойчивую связь между степенью раздражения запахами и выбором поведенческой стратегии: чем выше дискомфорт, тем вероятнее активные действия. Однако сам по себе дискомфорт не предопределяет поведение — необходима теоретическая рамка, объясняющая, почему при сходном уровне воздействия одни люди жалуются и требуют изменений, а другие закрывают окна или бездействуют.

С позиций теории рационального выбора [Ostrom, 2000; Wolske, Stern, 2018] поведение индивида — это результат сопоставления субъективных издержек и ожидаемых выгод. Для жителей, которые оценивают свое здоровье и качество жизни как серьезно пострадавшие от запахов, издержки бездействия (дальнейшее ухудшение самочувствия, потеря комфорта) начинают превышать затраты на активные действия — время, усилия, риск конфронтации. В этой логике жалоба или обращение во власть становятся рациональной «инвестицией» [Stern, 2000; Steg, Vlek, 2009]. Напротив, те, кто воспринимает запахи как досадную, но терпимую особенность среды, сталкиваются с обратным соотношением: субъективные издержки активности перевешивают вероятную выгоду, особенно при отсутствии уверенности в том, что индивидуальное действие приведет к результату. Пассивность в таком случае — не иррациональность, а ситуативно рациональный выбор [Hallman, Wandersman, 1992; Cervinka, Neudorfer, 1995].

При этом активные действия могут эскалироваться от локальных инстанций к более высоким уровням — именно тогда, когда оценка эффективности первых оказывается низкой. Одна из жительниц описывает этот механизм прямо: *«Лисий хвост⁵ продолжался до тех пор, пока я не написала Президенту. Сначала я попыталась решить вопрос через местную администрацию, но, увидев отсутствие реакции, приняла решение написать обращение в Администрацию Президента. Когда откуда пришел ответ с заданиями для Минприроды, ситуация изменилась»* (Ж, жительница территории, прилегающей к комбикормовому заводу). Эта цитата показывает, что рациональный выбор — не статичный, а динамический процесс: индивид повышает «ставки» до тех пор, пока воспринимаемая вероятность успеха не начинает оправдывать затраты [Lazarus, Folkman, 1984; Mikulincer, Shaver, 2019].

Однако индивидуальная рациональность упирается в проблему коллективных действий [Olson, 1965]. Улучшение качества воздуха — общественное благо: если

⁵ «Лисий хвост» — жаргонное название выбросов в атмосферу оксидов азота (NO_x), в частности диоксида азота (NO₂). Связано с характерным оранжево-бурым цветом этого вещества.

оно будет достигнуто, им воспользуются все независимо от участия. Это порождает «синдром безбилетника» — стимул воздерживаться от усилий в надежде, что проблема решится силами других [Ostrom, 2000]. Преодоление этого синдрома требует либо высокой персонализации угрозы (когда запах воспринимается как прямая и неотложная опасность для здоровья, а не просто неприятность), либо веры в то, что индивидуальный вклад станет катализатором коллективного ответа [Steg, Vlek, 2009]. В интервью эта логика проявляется с обратной стороны: *«В соцсетях же пишут это все. Мне кажется, все на этом и заканчивается»* (Ж, работница библиотеки) — типичная реплика, фиксирующая ожидание, что индивидуальное действие (даже в форме публичного высказывания) не приведет к изменениям, а значит, не стоит и пытаться [Wojnarowska et al., 2020]. Показательно и другое наблюдение участницы фокус-группы: *«Когда один или два человека начинают действовать, к ним присоединяются другие»* (Ж, жительница территории, прилегающей к комбикормовому заводу). Эта фраза, напротив, описывает условие, при котором координация становится возможной: как только появляется критическая масса, субъективная оценка эффективности коллективных действий меняется [Hallman, Wandersman, 1992]. Пассивность большинства в нашем исследовании может отражать именно рациональную оценку низкой вероятности успеха индивидуальных действий в отсутствие видимой координации и институциональной поддержки [Stern, 2000].

Наконец, наблюдаемые паттерны можно осмыслить и через понятие «выученная беспомощность» [Seligman, 1975; Mikulincer, 1994], которое не противоречит теории рационального выбора, а дополняет ее [Безуглова, Васильева, Правдина, 2017]. Если у человека на протяжении длительного времени формируется опыт, что жалобы не приводят к изменениям, а власть не реагирует или реагирует формально, то пассивность закрепляется как адаптивная стратегия — она минимизирует психологические издержки (фрустрацию, гнев) в условиях, когда активность объективно неэффективна [Радаев, 2024; Смолева, 2020]. В этом смысле «выученная беспомощность» выступает не как личностный дефицит, а как рациональное приспособление к неотзывчивой институциональной среде [Lazarus, Folkman, 1984]. Результаты качественных интервью прямо фиксируют этот механизм. Один из респондентов резюмирует доминирующую установку: *«Большинство просто проходит мимо, ощущая запах, но не заботясь о том, что это может значить»* (М, работник автоцентра «Автомир»). Другой участник фокус-группы проговаривает лежащее в ее основе убеждение: *«Зачем жаловаться, если все равно ничего не изменится?»* (Ж, жительница Старого района). Обе цитаты показывают, что пассивность — не следствие лени или безразличия, а результат сформированного опыта: предшествующие попытки (свои или наблюдаемые у других) не привели к успеху, и индивид рационально перестает тратить ресурсы [Carver, Connor-Smith, 2010; Pinchoff et al., 2023].

Выбор стратегии при хроническом запаховом воздействии лежит на пересечении трех факторов: субъективной оценки издержек и выгод, воспринимаемой эффективности институтов и предшествующего опыта совладания со стрессом. Это не чистая психология копинга и не исключительно рациональная калькуляция, а гибридный феномен: копинговые механизмы (проблемно- vs. эмоционально-

ориентированные) служат внутренней «операционной системой», через которую преломляется внешний институциональный контекст. Если индивид воспринимает институты как отзывчивые и прозрачные, даже умеренный дискомфорт может запустить проблемно-ориентированный копинг (жалоба, обращение). Если же накопленный опыт свидетельствует о глухоте власти, высокая степень раздражения будет уживаться с пассивностью — не из-за лени, а из-за рационального обесценивания собственных действий. «Выученная беспомощность» в этом свете оказывается не столько личностной чертой, сколько индикатором институционального дефицита. Пассивность большинства — не культурная норма и не природная апатия, а следствие устойчивого рассогласования между экологическим стрессом и воспринимаемой эффективностью механизмов реагирования.

Заключение. Перспективы будущих исследований

Данное исследование — первое в России, в котором установлена связь между восприятием запахов в атмосферном воздухе и поведенческими стратегиями населения промышленного города. Поведенческие реакции на запаховое загрязнение представляют собой гибридный феномен на стыке копинг-механизмов и социальной рациональности. Практически значимыми выводами являются: (а) необходимость учета сенсорных факторов (запахов) в экологической политике и градостроительном планировании; (б) адресная работа с жителями, испытывающими высокий уровень раздражения, — разработка простых и прозрачных каналов обратной связи, снижающих субъективные издержки участия. Создание условий, при которых индивидуальное действие воспринимается как эффективное, может стать ключом к повышению общественной вовлеченности и качества жизни в городах.

Важное ограничение исследования заключается в отсутствии углубленного пространственного анализа. Влияние запахов и стратегии совладания могут существенно различаться в зависимости от близости к промзонам, типа застройки и зеленых насаждений. Предварительные данные указывают на снижение доли активных респондентов в экологически благополучных районах, но ограниченный объем выборки не позволил получить статистически достоверных результатов. Будущие исследования с применением ГИС-технологий позволят точнее оценить связь между территорией проживания, обонятельным ландшафтом и поведением жителей. Кроме того, выводы релевантны прежде всего для городов с аналогичной структурой промышленности (сельскохозяйственная, пищевая, химическая, машиностроительная); мегаполисы, моногорода или постиндустриальные центры могут демонстрировать иные паттерны.

Дальнейшие исследования целесообразно направить на три аспекта: изучение влияния обонятельного дискомфорта на чувство места и миграционные намерения; анализ роли образования, дохода, социального капитала и локальной культуры в выборе поведенческих стратегий; проверку гипотезы о том, что «выученная беспомощность» является не личностной чертой, а индикатором институционального дефицита, то есть пассивность населения отражает не апатию, а рациональную оценку неэффективности существующих механизмов реагирования.

Список литературы (References)

1. Безуглова А. А., Васильева О. С., Правдина Л. Р. Особенности социально-психологической адаптации у лиц с разными стратегиями совладающего поведения // Российский психологический журнал. 2017. Т. 14. № 4. С. 180—204. <http://dx.doi.org/10.21702/rpj.2017.4.9>.
Bezuglova A. A., Vasil'eva O. S., Pravdina L. R. (2017) Socio-Psychological Adaptation in Individuals with Different Coping Strategies. *Russian Psychological Journal*. Vol. 14. No. 4. P. 180—204. <http://dx.doi.org/10.21702/rpj.2017.4.9>. (In Russ.)
2. Бондаренко В. А., Дадаян Н. А., Гузенко Н. В. Вовлеченность потребителей в экологические преобразования: динамика и результаты эмпирических исследований // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2023. Т. 16. № 2. С. 45—59. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2023-2-45-59>.
Bondarenko V. A., Dadayan N. A., Guzenko N. V. (2023) Consumer Engagement in Environmental Change: Dynamics and Results of Empirical Research. *Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-Economic Sciences*. Vol. 16. No. 2. P. 45—59. <https://doi.org/10.17213/2075-2067-2023-2-45-59>. (In Russ.)
3. Гордин И. В., Рюмина Е. В. Экологизация социально-экономических процессов. М.: ФНИСЦ РАН, 2021. <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-367-6.2021>.
Gordin I. V., Ryumina E. V. (2021) Ecologization of Socio-Economic Processes. Moscow: FCTAS RAS. <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-89697-367-6.2021>. (In Russ.)
4. Гошин М. Е., Бударина О. В. Влияние запаха выбросов пищевых предприятий на субъективное благополучие и здоровье населения // Вопросы психологии. 2022. Т. 68. № 1. С. 135—147.
Goshin M. E., Budarina O. V. (2022) The Influence of the Odour of Atmospheric Emissions from Food Industry Enterprises on the Adult Population's Subjective Well-Being and Health Status. *Voprosy Psikhologii*. Vol. 68. No. 1. P. 135—147. (In Russ.)
5. Гошин М. Е., Бударина О. В., Ингель Ф. И. Запахи в атмосферном воздухе: анализ связи с состоянием здоровья и качеством жизни взрослого населения города с развитой пищевой промышленностью // Гигиена и санитария. 2020. Т. 99. № 12. С. 1339—1345. <https://doi.org/10.47470/0016-9900-2020-99-12-1339-1345>.
Goshin M. E., Budarina O. V., Ingel F. I. (2020) Odours in the Atmospheric Air: Analysis of the Relationship with the Health Status and Quality of Life of the Adult Population of a City with Developed Food Industry. *Hygiene and Sanitation*. Vol. 99. No. 12. P. 1339—1345. <https://doi.org/10.47470/0016-9900-2020-99-12-1339-1345>. (In Russ.)
6. Гошин М. Е., Ингель Ф. И., Бударина О. В. Запахи в атмосферном воздухе: взаимосвязь с возникновением стресса и заболеваниями взрослого населения / Сысинские чтения — 2021. Материалы II Национального конгресса с между-

- народным участием по экологии человека, гигиене и медицине окружающей среды // ред. Ю. А. Рахманин. М.: ФГБУ «ЦСП» ФМБА России, 2021. С. 119—123. Goshin M. E., Ingel F. I., Budarina O. V. (2021) Odours in the Atmospheric Air: The Relationship with the Occurrence of Stress and Diseases of the Adult Population. In: Rakhmanin Yu. A. (ed.) *Sytin Readings — 2021. Proceedings of the II National Congress with international participation on Human Ecology, Hygiene and Environmental Medicine*. Moscow: FSBI “CSP” FMBA of Russia P. 119—123. (In Russ.)
7. Гошин М. Е., Сабирова З. Ф., Бударина О. В., Скворонская С. А. Медико-социологическое исследование состояния здоровья населения во взаимосвязи с восприятием загрязнения атмосферного воздуха веществами, обладающими запахом // Здравоохранение Российской Федерации. 2025. Т. 69. № 2. С. 150—157. <https://doi.org/10.47470/0044-197X-2025-69-2-150-157>. Goshin M. E., Sabirova Z. F., Budarina O. V., Skovronskaya S. A. (2025) Medical and Sociological Study of Public Health in Relation to the Perception of Ambient Air Pollution by Odorous Substances. *Health Care of the Russian Federation*. Vol. 69. No. 2. P. 150—157. <https://doi.org/10.47470/0044-197X-2025-69-2-150-157>. (In Russ.)
 8. Ингель Ф. И., Бударина О. В., Ахальцева Л. В. Анализ влияния запаха с высоким потенциалом раздражения на самочувствие, активность и настроение человека в одориметрических исследованиях // Гигиена и санитария. 2021. Т. 100. № 6. С. 560—567. <https://doi.org/10.47470/0016-9900-2021-100-6-560-567>. Ingel F. I., Budarina O. V., Akhaltseva L. V. (2021) Impact of Odour with High Annoyance Potential on Human Feeling, Activity, and Mood in Odorimetric Studies. *Hygiene and Sanitation*. Vol. 100. No. 6. P. 560—567. <https://doi.org/10.47470/0016-9900-2021-100-6-560-567>. (In Russ.)
 9. Классификация городов России по численности населения и функциональной направленности. М.: Росстат, 2023. Classification of Russian Cities by Population Size and Functional Orientation. (2023) Moscow: Rosstat. (In Russ.)
 10. Кочуров М. Г. Связь копинг-стратегий с локусом контроля // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 1 (91). С. 40—43. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.91.1.029>. Kochurov M. G. (2020) Connection of Coping Strategy with Locus of Control. *International Scientific Research Journal*. No. 1. P. 40—43. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2020.91.1.029>. (In Russ.)
 11. Корунова В. О. Возможности экологизации повседневного поведения населения в условиях коммуникативной воспроизводимости социальных феноменов (на примере Казани) // Вестник МИРБИС. 2021. № 2. С. 178—185. <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.2.19>. Korunova V. O. (2021) Possibilities of Ecologize of Daily Behavior of the Population in the Conditions of Communicative Reproducibility of Social Phenomena (On the Example of Kazan). *Vestnik MIRBIS*. No. 2. P. 178—185. <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.2.19>. (In Russ.)

12. Радаев В. В. Психологические стрессы в современной России: общий уровень, более уязвимые группы и способы совладания // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 52—74. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2643>.
Radaev V. V. (2024) Psychological Stresses in the Contemporary Russia: General Level, More Vulnerable Groups and Coping Strategies. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 52—74. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2643>. (In Russ.)
13. Смолева Е. О. Социальный стресс и стратегии его преодоления: анализ концепций и моделей // Социальное пространство. 2020. Т. 6. № 3. <https://doi.org/10.15838/sa.2020.3.25.3>.
Smoleva E. O. (2020) Social Stress and Its Coping Strategies: Analysis of Concepts and Models. *Social Area*. Vol. 6. No. 3. <https://doi.org/10.15838/sa.2020.3.25.3>. (In Russ.)
14. Шишова Е. С. Запахи и сенсорное упорядочивание пространства новых жилых районов // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2020. Т. 12. № 3. С. 10—30. <https://doi.org/10.19181/inter.2020.12.3.1>.
Shishova E. S. (2020) New Residential Districts Ordering: from Language of Smells Description to the Space Sensory Order. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 12. No. 3. P. 10—30. <https://doi.org/10.19181/inter.2020.12.3.1>. (In Russ.)
15. Bokowa A., Diaz C., Koziel J. A., McGinley M., Barclay J., Schauburger G., Guillot J. M., Sneath R. (2021) Short Introduction to the Summary and Evaluation of the Odour Regulations Worldwide. *Chemical Engineering Transactions*. Vol. 85. P. 121—126. <https://doi.org/10.3303/CET2185021>.
16. Both R., Sucker K., Winneke G., Koch E. (2004) Odour Intensity and Hedonic Tone — Important Parameters to Describe Odour Annoyance to Residents? *Water Science and Technology*. Vol. 50. No. 4. P. 83—92. <https://doi.org/10.2166/wst.2004.0234>.
17. Brancher M.; Griffiths K. D.; Franco D.; de Melo Lisboa H. (2017). A Review of Odour Impact Criteria in Selected Countries around the World. *Chemosphere*. Vol. 168. P. 1531—1570. <https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2016.11.160>.
18. Carlsten C., Salvi S., Wong G. W., Chung K. F. (2020) Personal Strategies to Minimise Effects of Air Pollution on Respiratory Health: Advice for Providers, Patients and the Public. *European Respiratory Journal*. Vol. 55. No. 6. Art. 1902056. <https://doi.org/10.1183/13993003.02056-2019>.
19. Carver C. S., Connor-Smith J. (2010) Personality and Coping. *Annual Review of Psychology*. Vol. 61. P. 679—704. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.093008.100352>.
20. Cervinka R., Neudorfer E. (2007) Bewältigungsstrategien/Coping bei Geruchsbelästigung. Fallstudie und Follow-up. In: Schick G. (ed.) *Gerüche in der Umwelt — Innenraum- und Außenluft*. Düsseldorf: VDI Verlag. P. 149—161.

21. Dalton P., Claeson A.-S., Horezniak S. (2020) The Impact of Indoor Malodor: Historical Perspective, Modern Challenges, Negative Effects, and Approaches for Mitigation. *Atmosphere*. Vol. 11. No. 2. Art. 126. <https://doi.org/10.3390/atmos11020126>.
22. De Feo G., De Gisi S., Williams I. D. (2013) Public Perception of Odour and Environmental Pollution Attributed to MSW Treatment and Disposal Facilities: A Case Study. *Waste Management*. Vol. 33. P. 974—987. <https://doi.org/10.1016/j.wasman.2012.12.016>.
23. Guadalupe-Fernandez V., Sario M., Vecchi S., Michelozzi P., Davoli M., Ancona C. (2021) Industrial Odour Pollution and Human Health: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Environmental Health*. Vol. 20. Art. 108. <https://doi.org/10.1186/s12940-021-00774-3>.
24. Hallman W. K., Wandersman A. H. (1992) Attribution of Responsibility and Individual and Collective Coping with Environmental Threats. *Journal of Social Issues*. Vol. 48. No. 4. P. 101—118. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1992.tb01947.x>.
25. Henshaw V. (2014) *Urban Smellscapes: Understanding and Designing the Smell of Cities*. London: Routledge.
26. Hirasawa Y., Shirasu M., Okamoto M., Touhara K. (2019) Subjective Unpleasantness of Malodors Induces a Stress Response. *Psychoneuroendocrinology*. Vol. 106. P. 206—215. <https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2019.03.018>.
27. Hoenen M., Wolf O. T., Pause B. M. (2017) The Impact of Stress on Odor Perception. *Perception*. Vol. 46. No. 3—4. P. 366—376. <https://doi.org/10.1177/0301006616688707>.
28. Lazarus R. S., Folkman S. (1984) *Stress, Appraisal and Coping*. New York, NY: Springer.
29. Lima A. M., Sapienza G., Giraud V. D., Fragoso Y. D. (2011) Odors as Triggering and Worsening Factors for Migraine in Men. *Arquivos de Neuro-Psiquiatria*. Vol. 69. P. 324—327. <https://doi.org/10.1590/S0004-282X2011000300009>.
30. Mikulincer M. (1994) *Human Learned Helplessness: A Coping Perspective*. New York, NY; London: Plenum Press, Cop.
31. Mikulincer M., Shaver P. R. (2019) Attachment Orientations and Emotion Regulation. *Current Opinion in Psychology*. Vol. 25. P. 6—10. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2018.02.006>.
32. Olson M. (1965) *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
33. Ostrom E. (2000) Collective Action and the Evolution of Social Norms. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 14. No. 3. P. 137—158. <https://doi.org/10.1257/jep.14.3.137>.

34. Pellegrino R., Sinding C., Sinding C., Wijk R. D., Hummel T. (2017) Habituation and Adaptation to Odors in Humans. *Physiology & Behavior*. Vol. 177. P. 13—19. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2017.04.006>.
35. Pinchoff J., Regules R., Gomez-Ugarte A. C., Abularrage T. F., Bojorquez-Chapela I. (2023) Coping with Climate Change: The Role of Climate Related Stressors in Affecting the Mental Health of Young People in Mexico. *PLOS Glob Public Health*. Vol. 3. No. 9. Art. e0002219. <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0002219>.
36. Porteous J. D. (1985) Smellscape. *Progress in Human Geography*. Vol. 9. No. 3. P. 356—378. <https://doi.org/10.1177/030913258500900303>.
37. Sazakli E., Leotsinidis M. (2021) Odor Nuisance and Health Risk Assessment of VOC Emissions from a Rendering Plant. *Air Quality, Atmosphere & Health*. Vol. 14. P. 301—312. <https://doi.org/10.1007/s11869-020-00935-2>.
38. Seligman M. E. P. (1975) Helplessness: On Depression, Development, and Death. San Francisco, CA: Freeman.
39. Sherman M. H., Matson N. (2003) Reducing Indoor Residential Exposures to Outdoor Pollutants. Lawrence Berkeley National Laboratory. Berkeley, CA.: Lawrence Berkeley National Laboratory.
40. Steg L., Vlek C. (2009) Encouraging Pro-Environmental Behaviour: An Integrative Review and Research Agenda. *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 29. No. 3. P. 309—317. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2008.10.004>.
41. Stern P. C. (2000) New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior. *Journal of Social Issues*. Vol. 56. No. 3. P. 407—424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>.
42. Sucker K., Both R., Winneke G. (2009) Review of Adverse Health Effects of Odours in Field Studies. *Water Science & Technology*. Vol. 59. No. 7. P. 1281—1289. <https://doi.org/10.2166/wst.2009.113>.
43. Winneke G. (2004) The Assessment of the Impact of Environmental Odours in the Community. In: Kommission Reinhaltung der Luft im VDI und DIN (ed.) *Environmental Odour Management. International Conference, Cologne, 17—19 November 2004*. Düsseldorf: VDI—Verlag Gmb H. P. 5—7.
44. Wojnarowska M., Sołtysik M., Sagan A., Stobiecka J., Plichta J., Plichta G. (2020) Impact of Odor Nuisance on Preferred Place of Residence. *Sustainability*. Vol. 12. No. 8. Art. 3181. <https://doi.org/10.3390/su12083181>.
45. Wolske K. S., Stern P. C. (2018) Contributions of Psychology to Limiting Climate Change: Opportunities through Consumer Behavior. In: S. Clayton, Ch. Manning (eds.) *Psychology and Climate Change*. Amsterdam; New York, NY: Academic Press. P. 127—160. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-813130-5.00007-2>.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3099](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3099)



Л. С. Кузина, Е. В. Попов

ТАКТИКИ ПРОТИВОСТОЯНИЯ ФЕЙКОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ФАКТОРЫ ПРОВЕДЕНИЯ ФАКТЧЕКИНГА В РОССИИ

Правильная ссылка на статью:

Кузина Л. С., Попов Е. В. Тактики противостояния фейковой информации и факторы проведения фактчекинга в России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 170—191. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3099>.

For citation:

Kuzina L. S., Popov E. V. (2026) Countering Fake Information Tactics and Factors for Fact-Checking in Russia. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 170—191. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3099>. (In Russ.)

Получено: 08.09.2025. Принято к публикации: 18.02.2026.

ТАКТИКИ ПРОТИВОСТОЯНИЯ ФЕЙКОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ И ФАКТОРЫ ПРОВЕДЕНИЯ
ФАКТЧЕКИНГА В РОССИИ

КУЗИНА Лилия Сергеевна — младший научный сотрудник Института статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: lkuzina@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-5881-1787>

ПОПОВ Евгений Владимирович — кандидат социологических наук, научный сотрудник Института статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: epopov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3041-2754>

Аннотация. В статье изучаются тактики пользователей интернета, направленные на проверку недостоверной (фейковой) информации, и факторы проведения фактчекинга. Цели исследования — в рамках теории просьюмеризма и повседневных тактик (Мишель де Серто) выявить и описать арсенал тактик фактчекинга, используемых российской интернет-аудиторией, определить социально-демографические и поведенческие предикторы их применения. Эмпирическую базу составили данные двух волн опроса «Мониторинг цифровой трансформации экономики и общества» ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (2022 и 2024 гг., $N > 10\,000$ для каждой волны). Метод анализа — бинарная логистическая регрессия, позволившая оценить связи между набором независимых переменных и вероятностью использования хотя бы одной тактики проверки. Результаты показали, что каждый второй интернет-пользователь сталкивался с недостоверной информацией. Из них какой-либо проверкой занимались более половины (58%). Самая частая такти-

COUNTERING FAKE INFORMATION TACTICS
AND FACTORS FOR FACT-CHECKING IN
RUSSIA

Liliya S. KUZINA¹ — Junior Research Fellow, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge
E-MAIL: lkuzina@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-5881-1787>

Evgenii V. POPOV¹ — Cand. Sci. (Soc.), Research Fellow, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge
E-MAIL: epopov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3041-2754>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Abstract. The article examines internet users' tactics for verifying false (fake) information and the factors associated with fact-checking. Working within the framework of the theory of prosumerism and everyday tactics (Michel de Certeau), the authors of the study aim at identifying and describing the arsenal of fact-checking tactics used by the Russian internet audience, and to determine the socio-demographic and behavioral predictors of their use. The empirical base consisted of data from two waves of Monitoring of the Digital Transformation of the Economy and Society (2022 and 2024, $N > 10,000$ each). The analysis method, binary logistic regression, assessed the relationships between a set of independent variables and the likelihood of using at least one fact-checking tactic. The results showed that every second Russian internet user had encountered unreliable information. Of these, more than half (58%) had engaged in some form of fact-checking. The most common fact-checking tactic was searching for the primary source. The authors found that younger

ка проверки — поиск первоисточника. Мы выяснили, что проверять информацию более склонна молодежь, а также проживающие в крупных городах, люди со средним или высоким уровнем материального положения семьи, с высоким уровнем открытости технологиям, активно ищущие информацию в интернете и использующие искусственный интеллект. Пол, образование и уровень обобщенного доверия, а также частота использования интернета не оказали значимого влияния на применение фактчекинга. Эти выводы свидетельствуют, что большинство российских интернет-пользователей вырабатывают свой тактический арсенал для фильтрации недостоверной информации. Исследование вносит вклад в область медиаисследований, переосмысляя фактчекинг с позиции практик, а не навыков, и выявляет специфический социально-поведенческий профиль россиян, проверяющих достоверность информации.

Ключевые слова: медиапотребление, фактчекинг, фейк, просьюмеризм, де Серто, цифровое неравенство, логистическая регрессия

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ (HSE-BR-2025-018).

Введение

Для цифровой среды характерна высокая плотность информационных потоков, в которых сложно вычислить недостоверный контент. Проблема дезинформации — фейков, кликбейта, конспирологии и др. — становится актуальной в контексте происходящих социально-политических трансформаций. В России внимание к теме фейков возросло на фоне пандемии COVID-19 и специальной военной операции [Неренц, 2023]. Эти события способствовали распространению фейков. Например, в марте 2022 г. в России было выявлено 583 уникальных фейка, что значительно больше, чем в тот же месяц следующего года (368 фейков)¹. Вероятность

people, those living in large cities, those with moderate to high family incomes, those with a high level of openness to technology, those who actively search for information online, and those who use artificial intelligence were more likely to fact-check information. Gender, education, and level of generalized trust, as well as internet usage frequency, had no significant impact on the use of fact-checking. These findings suggest that most Russian internet users are developing their own tactics for filtering out unreliable information. The study contributes to the field of media studies by rethinking fact-checking as a practice rather than a skill and reveals the specific socio-behavioral profile of Russians who verify the veracity of information.

Keywords: media consumption, fact-checking, fake, prosumerism, de Certeau, digital inequality, logistic regression

Acknowledgments. This work/article is an output of a research project HSE-BR-2025-018 implemented as part of the Basic Research Program at HSE University.

¹ Исследование по распространению фейковой информации // АНО «Диалог Регионы». 2024. 20 ноября. URL: https://fakes2024.dialog.info/static/files/Исследование_2024.pdf (дата обращения: 06.02.2026).

столкновения с недостоверной информацией возрастает и с развитием соцсетей и цифровых медиа [Стрельцова и др., 2025]. В борьбе за эксклюзивность СМИ и инфлюенсеры могут публиковать непроверенную информацию. Более половины (62 %) опрошенных создателей цифрового контента отметили, что не верифицируют информацию перед ее размещением [На, 2024]. В этих условиях потребитель контента вынужден проверять его самостоятельно.

Мы рассматриваем пользовательские практики проверки новостей в двух курсах. Первый — просьюмеризм², это процесс потребления информации, при котором потребитель не только пассивно получает ее, но и активно взаимодействует с ней, например, подстраивая информацию под свои цели и создавая некоторый добавочный продукт, в том числе составление подборки релевантных новостей. В контексте данного исследования таким добавочным продуктом может считаться результат проверки новости на достоверность. Второй — тактики, конкретные практики, реализуемые для противостояния дезинформации.

Большинство существующих исследований фактчекинга сосредоточены на анализе общих компетенций, то есть рассматривают проверку контента как составной элемент информационной или медиаграмотности³ [Fowler-Watt, McDougall, 2019]. Мы же в статье сосредотачиваем свое внимание на специальных практиках проверки информации, которая кажется пользователю недостоверной. Эмпирический вклад статьи заключается в анализе распространенности фактчекинговых тактик, а также выявлении тактических паттернов российских пользователей, которые они применяют при столкновении с фейками. Новизна исследования заключается, во-первых, в операционализации концепта тактик де Серто в эмпирическом исследовании фактчекинга, во-вторых, в анализе социально-демографических и индивидуальных факторов, включая инновационность, обобщенное доверие и др., в их связи с тактиками фактчекинга, в-третьих, в выявлении тактического арсенала фактчекинга в условиях российского цифрового ландшафта.

Медиапотребление: цифровой просьюмер и тактический арсенал фактчекинга

Исследователи понимают медиапотребление либо как использование информационных ресурсов в прикладных целях, например, чтобы оставаться в курсе событий, взаимодействовать с другими людьми [Колобова, 2020], либо как процесс восприятия, интерпретации и использования медиаконтента, характеризующегося высокой вовлеченностью аудитории [Коломиец, 2010].

В иностранных исследованиях активно развивается второе направление. В них потребитель рассматривается как актер. Г. Дженкинс предложил идею активной аудитории [Jenkins, 2006], утверждая, что медиа не односторонний канал коммуникации. Аудитория принимает активное участие в создании и интерпретации контента. Исследования в этой оптике фокусируются на персонализации контента, его приспособлении под нужды аудитории.

² От английского термина *prosumerism*, объединяющего производство (*production*) и потребление (*consumption*).

³ В данном контексте термины «информационная грамотность» и «медиаграмотность» используются как взаимосвязанные, но не тождественные. Под информационной грамотностью понимаются преимущественно компетенции, связанные с эффективным поиском, организацией и использованием информации, а под медиаграмотностью — критический анализ формы, канала и контекста ее передачи.

Большая часть исследований, посвященных противостоянию фейкам, базируется на концепциях информационной или медиаграмотности [Martin, Grudziecki, 2007; Vuorikari, Kluzer, Punie, 2022]. В этом подходе главным становится вопрос о наличии или отсутствии у индивида навыков критического мышления, которые дают возможность отличать достоверную информацию от недостоверной. Эта оптика важна, но имеет ряд концептуальных ограничений. Во-первых, она носит нормативный и дефицитарный характер: интернет-пользователь описывается через дихотомию «грамотен — неграмотен», а его практики деконструируются через призму нехватки знаний и умений. Во-вторых, описываемый подход фокусируется на когнитивных способностях, уделяя мало внимания самим практикам и контекстуальным ресурсам, мобилизуемым пользователем в реальной, а не гипотетической ситуации столкновения с фейком.

Мы предлагаем дуалистическую концептуальную модель, смещающую акцент с грамотности на тактики, то есть конкретное приложение имеющихся навыков, и креативный просьюмеризм. Далее подробнее опишем эти концепты. Для рассмотрения практик сопротивления навязанным формам потребления акцент с субъекта, то есть активной аудитории, переносится на процесс просьюмеризма [Ruckenstein, 2017] — производства практик, сопряженных с медиапотреблением. Основное отличие между активностью аудитории и просьюмеризмом в том, что первая направлена на создание *нового продукта*, например плейлиста, подборки фильмов [Jenkins, 2006], а второй — на выработку *новых практик*, изначально не предусмотренных регуляторами медиаповестки. Просьюмеризм как процесс реализации субпрактик, через которые разворачивается медиапотребление, — первый элемент концептуальной рамки статьи.

Второй элемент — тактика, предложенная М. де Серто как часть дихотомии «стратегия — тактика». Он писал: «...производство сталкивается с производством совершенно другого типа, определяемым как „потребление“, которое характеризуется уловками, браконьерством, подпольем... поскольку оно заявляет о себе не посредством собственной продукции, а при помощи искусства использовать ту, которая ему навязывается» [Де Серто, 2013: 103].

Интерпретировать тактику в отрыве от стратегии невозможно. Под стратегией понимают манипулирование силой, навязывание воли для получения выгоды [там же: 109]. О стратегиях медиапотребления говорят, когда речь идет об объемах потребляемого, факторах, склоняющих к потреблению. Тактики же рассматриваются как сила слабого, его умение использовать предоставляемые стратегии и ресурсы не как предписано, а как выгодно для себя [там же: 112].

Идея М. де Серто о том, что потребление включает индивидуальный креативный опыт, схожа с идеей о просьюмере — акторе, вырабатывающем свои потребительские тактики. В нашем понимании просьюмер — это критически мыслящий субъект, использующий предложенные ему блага и добавляющий к процессу потребления инновационные практики, изначально не заложенные в стратегии потребления [Pérez, Murray, 2010]. В статье тактики медиапотребления просьюмера будут рассматриваться в контексте выявления фейковых новостей, распространение которых стратегически направлено на введение в заблуждение.

Тенденции распространения фейковых новостей

С развитием цифровых медиа фейковых новостей в публичном пространстве стало больше. Ю. Хабермас подчеркивает, что эта тенденция является общим диагнозом, без привязки к региону или культуре [Хабермас, 2023]. По данным ВЦИОМ, в 2023 г. 40 % россиян сталкивались с недостоверной информацией. Чаще всего ее обнаруживали на интернет-сайтах (18 % от всех опрошенных), в мессенджерах и соцсетях (17 %). И хотя, по мнению россиян, количество фейков сокращается (в 2022 г. так указали 7 % россиян, а в 2023 г. — 13 %) ⁴, можно предположить, что в данном случае следует говорить не столько о реальном сокращении их количества, сколько о повышении уровня их правдоподобности [Хабермас, 2023] и усложнении их обнаружения. Эта тенденция усилилась с распространением технологий искусственного интеллекта (далее — ИИ), позволяющих генерировать тексты, изображения и аудио, которые сложно отличить от настоящих.

Одно из исследований показало, что фейковые новости распространяются быстрее достоверных [Vosoughi, Roy, Aral, 2018]. Фейки вызывают сильные эмоции — гнев, удивление, агрессию. Сильный эмоциональный отклик ведет к большей вовлеченности, подталкивая рекомендательные алгоритмы к приоритизации таких новостей.

Распространением фейков могут заниматься как авторы и алгоритмы, так и потребители контента, в том числе те, у кого не развито критическое мышление [Qiu, 2024]. Таким пользователям сложно активизировать когнитивный потенциал для внимательного чтения и критического анализа новостей, так как они часто читают их пассивно. Потребители информации также могут не проблематизировать новости, если те соотносятся с их мировоззрением [Bago, Rand, Pennycook, 2020].

В исследованиях фейков чаще используется подход, связанный с информационной грамотностью [Martin, Grudziecki, 2007]. В контексте недостоверной информации она рассматривается через критическое мышление, прокси которого выступает фактчекинг.

Факторы применения тактик проверки недостоверной информации

Онлайн-активность пользователя может быть обусловлена социально-демографическими характеристиками, такими как пол, возраст и образование [van Deursen, van Dijk, ten Klooster, 2015]. Медиапотребление, в том числе фейковых новостей, не исключение. Оно также различается у пользователей, относящихся к разным социально-демографическим группам.

Пол. Гендерные различия заметны в тематике потребляемого фейкового контента. Мужчины чаще сталкиваются с фейками о политике, а женщины — о популярных личностях [Almenar et al., 2021]. Пол также может быть предиктором распространения фейков, хотя результаты таких исследований разнятся. Одни показывают, что с большей вероятностью распространяют фейковую информацию мужчины [Yu et al., 2022], другие — что женщины [Chen et al., 2015]. В России же среди распространителей недостоверной информации больше женщин (60 %), чем

⁴ Фейк-ньюс — и как с ним бороться? // ВЦИОМ. 2023. 22 ноября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja> (дата обращения: 27.03.2026).

мужчин (40%)⁵. Мы предполагаем, что мужчины более склонны проверять достоверную информацию, чем женщины (H_1).

Возраст. Молодые люди часто переоценивают свои навыки распознавания фейков, полагая, что другие в них поверят, а они нет [Duvekot et al., 2024]. Например, в Норвегии подростки высоко оценивают свои навыки фактчекинга — более половины (68%) опрошенных в возрасте 16—19 лет указали, что их навыки хорошие или очень хорошие [Nygren, Guath, 2019], а в Пакистане 42% подростков 13—19 лет сказали, что могут выявить фейк [Abbasi, Huang, 2020]. Молодежь осознает важность тактик проверки новостей, но редко к ним прибегает, ограничиваясь оценкой правдоподобия на основе своих ощущений [Duvekot et al., 2024].

Чем старше пользователь, тем реже он проверяет новости на продвинутом уровне, например, опираясь на сервисы фактчекинга (один из таких — сервис Snopes, который по собственной методологии верифицирует информацию и маркирует ее по степени соответствия реальному положению дел) и экспертные мнения [Yu, 2024]. Люди старшего возраста более склонны распространять фейковые новости [Yu et al., 2022; Melchior, Oliveira, 2023]. В российском исследовании также выяснилось, что около половины распространителей фейковых новостей (47%) — это пользователи старше 60 лет⁶.

Результаты исследований, охватывающие различные возрастные группы, позволяют предположить, что пользователи старшего возраста с меньшей вероятностью будут прибегать к тактикам проверки фейка, чем молодежь (H_2).

Образование. Высокий уровень образования является предиктором способности обнаруживать фейковые новости [Preston et al., 2021], а низкий — предиктором их распространения [Buchanan, 2020; Yu et al., 2022]. При этом эффект образования неуниверсален. В Германии люди с высоким уровнем образования обладают лучшей способностью к обнаружению фейков, тогда как в Великобритании — нет [Arin, Mazreka, Thum, 2023]. Мы выдвигаем гипотезу (H_3), что в России с ростом уровня образования шансы применения тактик проверки фейка будут расти.

Тип населенного пункта (дихотомия «город — село»). Уязвимость сельских жителей перед дезинформацией может быть связана с более низким качеством интернета (в 2024 г. в сельской местности оно полностью устраивало 39% домохозяйств против 59% в городах), ограниченным набором имеющихся цифровых устройств⁷ и спецификой медиапотребления, например, заметно меньшим временем, проведенным в интернете⁸. В совокупности эти факторы сужают перечень тактик про-

⁵ Исследование по распространению фейковой информации // АНО «Диалог Регионы». 2024. 20 ноября. URL: https://fakes2024.dialog.info/static/files/%D0%98%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5_2024.pdf (дата обращения: 06.02.2026).

⁶ Там же. Использование открытых данных в этом исследовании не позволяет с полной уверенностью говорить, что информация о социально-демографических характеристиках владельцев аккаунтов, взаимодействующих с фейками, соответствует действительности. Профили людей этого возраста могут использоваться для распространения фейков, чтобы вызвать доверие аудитории.

⁷ Кузина Л.С., Попов Е.В., Щербаков Р.А. Девять из десяти российских семей подключены к интернету // Экспресс-информация: Цифровая Экономика. ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. 2025. 22 апреля. URL: <https://issek.hse.ru/news/1038792738.html> (дата обращения: 15.03.2026).

⁸ Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него // ВЦИОМ. 2023. 13 июня. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoy-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения: 10.02.2026).

верки и вынуждают их прибегать к проверке через офлайн-коммуникацию⁹. Дополнительным фактором может быть низкий уровень цифровых навыков, в том числе навыков работы с информацией¹⁰. В связи с этим предполагается, что проживание в больших городах будет повышать шансы использования тактик проверки информации (H_4).

Материальное положение. Возрастающее социально-экономическое расслоение повышает обеспокоенность тем, что граждане из нижних страт не смогут получить качественную информацию [Scheufele, Krause, 2019]. Согласно исследованиям, пользователи из более обеспеченных семей чаще занимаются фактчекингом [Chia, Lu, Gunther, 2022]. Помимо прямой связи между доходом и потреблением фейковых новостей, связь может быть и нелинейной. Например, в работе Т. Ванг и В. Ю показано, что люди, обращающиеся к альтернативным источникам информации, по мере роста дохода сначала с большей вероятностью подвергаются воздействию дезинформации, а потом — с меньшей [Wang, Yu, 2022]. Это может быть связано с различными структурами медиапотребления, доступностью платных подписок на СМИ, которые следят за достоверностью своего контента. В некоторых работах доход оказался незначимым фактором [Yu, 2024].

Предположим, что в России шансы использования каких-либо тактик для проверки недостоверной информации выше среди пользователей с высоким материальным положением (H_5).

Доверие. При потреблении контента в интернете важным фактором может выступать обобщенное доверие, то есть доверие другим людям в целом. В нашем исследовании мы рассматриваем его как прокси-переменную медиадоверия, поскольку уверенность в добросовестности других людей способна переноситься на медиа [Мухаметов, 2024]. Когда пользователи доверяют людям и новостям, они реже проверяют подлинность информации [Majerczak, Strzelecki, 2022] и распространяют фейки [Lee, Lee, Lee, 2022]. Введение в исследование концепта медиадоверия видится контрпродуктивным, поскольку российские исследования показывают, что этот концепт нуждается к теоретической проработке, а на уровне анализа зачастую бесплоден — люди могут потреблять контент медиа, по умолчанию сомневаясь в его достоверности [Вырковский, Шамсутдинова, 2024]. В связи с этим мы используем показатель обобщенного доверия и предполагаем, что пользователи с высоким уровнем обобщенного доверия с меньшей вероятностью будут применять тактики проверки (H_6).

Инновационность. Проверка информации на достоверность усложняется из-за появления новых инструментов, например, основанных на ИИ [Dierickx, Sirén-Heikel, Lindén, 2024]. Обращение пользователя к новым способам фактчекинга требует открытости к технологиям — инновационности [Parasuraman, Colby, 2015]. Предположим, что пользователи с более выраженными установками инновационности будут с большей вероятностью проверять информацию (H_7).

⁹ News Room. Misinformation and Rural Communities: Bridging the Digital Divide // Web Stat. 2025. January 7. URL: <https://webstat.net/guides/misinformation-and-rural-communities-bridging-the-digital-divide/> (дата обращения: 17.03.2026).

¹⁰ Попов Е. В. Цифровые навыки россиян // Экспресс-информация: Цифровая Экономика. ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. 2025. 23 апреля. URL: <https://issek.hse.ru/news/1038822258.html> (дата обращения: 17.03.2026).

Интенсивность потребления информации в интернете. В одном из исследований выяснилось, что те, кто чаще потреблял новости из социальных медиа, чаще проверял их, в том числе обсуждая их с окружением, обращаясь к разным источникам и фактчекерским сайтам [Chia, Lu, Gunther, 2022]. В другой работе гипотеза о том, что с увеличением частоты использования социальных медиа растет и грамотность в области фейковых новостей, подтвердилась частично [Zhang, Holton, Gil de Zúñiga, 2024].

При этом чем больше времени пользователь проводит онлайн, тем с большей вероятностью он может распространять фейки [Bilodeau, Khalid, 2024]. Посетители сайтов, которые определены экспертами как фейковые, проводят в интернете больше времени, чем другие. Это объясняется тем, что активные пользователи чаще находят малоизвестную информацию, не прошедшую достаточной проверки [Nelson, Taneja, 2018].

Результаты предыдущих исследований противоречивы. Чтобы выяснить, как связаны интенсивность потребления информации в интернете и фактчекинг, мы выдвигаем гипотезу, что пользователи, часто выходящие в интернет, чаще проверяют информацию (H_8). Мы также предполагаем, что наличие опыта поиска информации в интернете повышает шансы проверки (H_9).

Использование ИИ. Контент, сгенерированный ИИ, заполняет медиaprостранство, при этом его достоверность должным образом не контролируется. Пользователи обычно переоценивают свои возможности его распознавания [Fleckenstein et al., 2024]. Тем не менее опыт использования ИИ может помочь пользователю выявить сгенерированные новости. Как показал один из экспериментов, лучше всего с распознаванием сгенерированных текстов справляются частые пользователи ИИ, так как они понимают характерную для него лексику и структуру предложений [Russell, Karpinska, Iyer, 2025]. Кроме того, ИИ-сервисы могут выступать инструментом проверки информации¹¹.

На основе этого мы предполагаем, что опыт использования ИИ будет положительно связан с применением тактик проверки недостоверной информации (H_{10}).

Методология исследования

База данных. Мы опирались на данные двух всероссийских опросов населения в возрасте 14 лет и старше, проведенных Институтом статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ в рамках проекта «Мониторинг цифровой трансформации экономики и общества». Первый был реализован в августе-сентябре 2022 г. ($N = 10\,021$). Второй — в сентябре-октябре 2024 г. ($N = 10\,038$). Оба имеют базовую повторяющуюся часть и вариативную. Вопросы о столкновении с фейковой информацией и способами ее проверки задавались в обоих опросах.

Метод анализа данных — бинарная логистическая регрессия. Он был выбран для того, чтобы сопоставить результаты анализа за 2022 и 2024 гг., так как варианты ответа в вопросе о практиках фактчекинга, на основе которого планировалось построить зависимую переменную, за разные годы различались. Это был

¹¹ Artificial Intelligence in the Service of Verification. 2025. URL: https://edmo.eu/wp-content/uploads/2025/02/Report-Artificial-Intelligence-in-the-Service-of-Verification_02.pdf (дата обращения: 02.04.2026).

вопрос со множественным выбором, то есть его нельзя использовать для построения категориальной переменной, подходящей для мультиномиальной логистической регрессии. В ходе анализа с помощью «R» посредством функции «glm» из пакета «stats» были построены модели за 2022 и 2024 гг.

Зависимая переменная — «использование тактик для проверки недостоверной информации». Она была сконструирована на основе вопроса со множественным выбором о том, предпринимались ли шаги для проверки сомнительной информации. Формулировки вопроса указаны в таблице 1 Приложения.

Итоговая переменная за 2022 г. принимала значение 0, если респондент не проверял информацию, и 1 — если проверял. Переменная за 2024 г. равна 0 для тех, кто не предпринимал никаких мер и кто «не проверял, так как знал, что источник не заслуживает доверия»; 1 для тех, кто проверял.

Независимые переменные. В модели были включены такие социо-демографические факторы, как пол, возраст, образование и место жительства. Из социально-экономических предикторов использовалась переменная материального положения домохозяйства. Она была перекодирована в три бинарные, соответствующие низкому, среднему и высокому уровню¹².

В модели были включены обобщенное доверие, инновационность, частота использования интернета, чтение новостей, поиск информации о товарах и услугах, поиск информации о здоровье и наличие опыта использования ИИ.

Для измерения уровня обобщенного доверия задавался вопрос: «Одни считают, что людям можно доверять, другие — что с людьми следует быть осторожным. Какая точка зрения Вам ближе?» Значения переменной были перевернуты, чтобы большему уровню доверия соответствовало большее значение переменной.

Переменная инновационности равна среднему значению по двум суждениям: «Среди друзей я первым осваиваю новые технологии, как только они появляются» и «Я слежу за появлением новых технологий в интересующих меня сферах» [Parasuraman, Colby, 2015]. Они оценивались по пятибалльной шкале, где 1 означает полное несогласие, а 5 — полное согласие.

Переменная частоты использования интернета была перекодирована в бинарную. Вариант ответа, отражающий самое частое использование (несколько раз в день), был обозначен как 1, а все остальные варианты от ежедневного использования до использования реже одного раза в месяц — как 0.

Переменные о поиске информации в разные годы различались. О чтении новостей и поиске информации о товарах и услугах в интернете респондентов в обе волны спрашивали за последние 3 месяца. О поиске информации о здоровье в 2024 г. также спрашивали за 3 месяца, а в 2022 г. — за 12 месяцев.

Была создана бинарная переменная использования ИИ. Те, кто использовал ИИ для написания текста, создания изображений, видео, музыки или кода, закодированы как 1, а те, кто не пользовался ничем из перечисленного, — как 0.

¹² К низкому уровню относились суждения «Мы едва сводим концы с концами. Денег не хватает даже на еду. Приходится сильно экономить» и «Хватает на еду, но покупка одежды проблематична»; к среднему — «Денег хватает на еду и одежду, но покупка крупной бытовой техники, например, телевизора, холодильника, затруднительна» и «Мы можем без труда приобретать крупную бытовую технику, но покупка новой машины пока невозможна»; к высокому — «Можем позволить себе практически все, в том числе новую машину, но покупка квартиры или дачи затруднительна» и «Можем позволить себе все, в том числе покупку квартиры или дачи».

Все интервальные переменные были перекодированы так, чтобы они изменялись от 0 до 1.

Выборка. Модели строятся на выборке пользователей, которые сообщили, что сталкивались с фейками. В 2022 г. это 3850 человек, а в 2024 г. — 4008. За оба года пропущенные значения составляли всего 1%. Они встречались в переменных материального положения домохозяйства и обобщенного уровня доверия. Тестирование на мультиколлинеарность показало низкие уровни корреляции между интервальными переменными: они не превышают по модулю 0,3. Описательные статистики переменных после удаления наблюдений с пропусками представлены в таблице 2 Приложения.

Результаты

Половина интернет-пользователей в России сталкивались с информацией, вызывающей сомнения (51 % в 2022 г. и 50 % в 2024 г.). Те, кто заявляет, что не сталкивался с недостоверной информацией, тем не менее, могли видеть ее, но не заподозрили недостоверности. Такие пользователи действуют в соответствии со стратегиями, заложенными распространителями фейков, подвергаясь манипуляциям. Пользователи, распознавшие фейки, разделяются на две группы (см. рис. 1). Первая не предпринимала никаких мер для проверки информации. Вторая же, наоборот, проверяла ее. В терминах М. де Серто первая группа следует стратегиям потребления информации, а вторая состоит из просьюмеров, которые помимо пассивного потребления реализуют тактики проверки.

Рис. 1. Тактики проверки информации: 2022 и 2024 гг.

(в % от интернет-пользователей, которые декларируют, что сталкивались с фейковой информацией)



* В 2024 г. вариант объединил ответы «Не проверял(а), так как знал(а), что источник не заслуживает доверия», и «Не предпринимал(а) мер».

Около трети пользователей, декларирующих, что они сталкивались с фейками, обращались к первоисточнику, а около четверти проверяли сам источник информации. Проверкой фактической информации, например имен и дат, занимался каждый пятый. Примерно так же распространено обсуждение информации с другими людьми — как онлайн, так и офлайн. На разнообразие источников, содержащих эту информацию, при проверке ее достоверности обращают внимание 16 %.

Остальные тактики используются заметно реже. О специфике источника, например о его тематике, задумывались 7 % пользователей. Специализированные ресурсы для фактчекинга использует меньшинство — по 3 %. Восприятие таких ресурсов у пользователей неоднозначное. Одни видят в них пользу, другие же относятся к ним с недоверием. Пользователь может считать публикуемую ими информацию предвзятой, указывать, что у фактчекеров недостаточно экспертизы для оценки информации. Недоверие к фактчекерским ресурсам может обуславливаться и недоверием к информации в интернете в целом [Brandtzaeg, Følstad, Chaparro Domínguez, 2018]. В исследовании А. Казун и Д. Петровой отмечается, что ИИ-фактчекинг и алгоритмическая проверка платформ находятся на периферии бытового дискурса о фейках [Казун, Петрова 2025].

Описание регрессионных моделей

Было построено пять моделей (см. табл. 1). М1 и М2 содержат социально-демографические и социально-экономические предикторы. В М3 и М4 добавлены обобщенное доверие, инновационность, частота использования интернета и опыт поиска информации в сети. М5 включает независимую переменную использования ИИ.

**Таблица 1. Отношения шансов для бинарных логистических моделей
(зависимая переменная — использование тактик проверки недостоверной информации)**

Предикторы	М1 (2022 г.)	М2 (2024 г.)	М3 (2022 г.)	М4 (2024 г.)	М5 (2024 г.)
Константа	1,373 *	1,441 **	0,471 ***	0,544 ***	0,495 ***
Пол (1 = женский)	0,954	0,881	0,946	0,879	0,889
Возраст (1 = макс. возраст: 2022 г. — 93 года, 2024 г. — 95 лет)	0,262 ***	0,181 ***	0,496 ***	0,289 ***	0,348 ***
Образование					
Среднее общее и ниже — контрольная группа					
Профессиональное, среднее специальное	0,919	0,968	0,876	0,921	0,933
Высшее, включая неполное, и выше	1,299 **	1,214 *	1,085	1,020	1,025
Место жительства					
ПГТ, село, деревня — контрольная группа					
Москва и Санкт-Петербург	1,948 ***	2,349 ***	1,853 ***	2,172 ***	2,169 ***
Города-миллионники	1,155	1,136	1,123	1,148	1,128
Города с населением менее 1 млн чел.	1,173	1,238 *	1,121	1,229 *	1,223 *

Предикторы	M1 (2022 г.)	M2 (2024 г.)	M3 (2022 г.)	M4 (2024 г.)	M5 (2024 г.)
<i>Материальное положение домохозяйства</i>					
Низкое — контрольная группа					
Среднее	1,283 *	1,475 ***	1,119	1,366 **	1,369 **
Высокое	1,743 **	1,731 ***	1,518 *	1,663 **	1,628 **
Обобщенное доверие (1 = высокое)			1,270 *	1,063	1,055
Инновационность (1 = высокая)			2,606 ***	2,431 ***	2,247 ***
Частота использования интернета (1 = несколько раз в день)			1,117	1,096	1,104
Чтение новостей (1 = да)			1,291 *	1,412 ***	1,410 ***
Поиск информации о товарах и услугах (1 = да)			1,494 ***	1,316 **	1,301 **
Поиск информации о здоровье (1 = да)			1,562 ***	1,408 ***	1,371 ***
Использование ИИ (1 = да)					1,436 ***
Количество наблюдений	3850	4008	3850	4008	4008
Псевдо-R2 Макфаддена	0,029	0,043	0,062	0,069	0,072
Информационный критерий Акаике (AIC)	5332,543	5443,501	5166,052	5306,450	5294,056
Показатель правдоподобия (log-Likelihood)	-2656,272	-2711,750	-2567,026	-2637,225	-2630,028
Точность (% правильных предсказаний)	61,43%	63,30%	64,13%	64,90%	64,97%

Источник: рассчитано авторами.

Примечание: * $p < 0,05$ **, $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Пол оказался незначимым предиктором, что опровергает гипотезу H_1 о большей склонности мужчин к проведению фактчекинга. Возраст, наоборот, значим: чем старше пользователи, тем менее они склонны к проверке информации, что подтверждает гипотезу H_2 . Высшее образование было значимо в базовых моделях, а в расширенных — нет. Это опровергает гипотезу H_3 о том, что высокообразованные пользователи будут с большей вероятностью проверять информацию.

Значимым предиктором оказалось место жительства. Жители Москвы и Санкт-Петербурга более склонны проверять информацию по сравнению с сельскими. Города-миллионники по этим практикам не отличаются от сел. В городах с населением до 1 млн человек результаты неоднозначные: в моделях 2022 г. эта группа не отличалась от сельских жителей, в то время как в моделях 2024 г. шансы проверять информацию у них были в 1,2 раза выше. В целом гипотеза H_4 частично подтверждается.

Еще один значимый предиктор — проживание в семье с высоким доходом. Средний доход был значимым во всех моделях, за исключением M3. M5 показывает, что пользователи из семей с высоким или средним материальным положением

с большей вероятностью проверяют информацию в сравнении с пользователями из низкодоходных семей. Эти результаты подтверждают гипотезу H_5 .

Связь обобщенного доверия и проверки недостоверной информации неустойчивая. Если в М3 было показано, что с повышением его уровня растет и склонность к проверке информации, то в М4 и М5 связи выявлено не было. Соответственно, гипотеза H_6 , предполагавшая, что с ростом уровня доверия вероятность проверки информации будет снижаться, не подтвердилась.

Инновационность оказалась значимым фактором. Чем заметнее эта установка, тем выше шансы реализации тактик фактчекинга, что подтверждает гипотезу H_7 .

Частота обращения к интернету незначима, что опровергает гипотезу H_8 . Факторы использования интернета для получения информации оказались значимыми в расширенных моделях. Вероятность проверки информации выше среди пользователей, которые читали новости, искали информацию о товарах, услугах и здоровье. Этот вывод соотносится с гипотезой H_9 .

Опыт использования ИИ оказался значимым, он повышает шансы проводить проверку недостоверной информации в 1,4 раза. Полученные выводы подтверждают гипотезу H_{10} .

Среди моделей за 2022 г. расширенная модель М3 лучше, так как значение информационного критерия Акаике меньше, показатель правдоподобия ближе к 0, а псевдо- R^2 Макфаддена выше. Что касается моделей за 2024 г., по этим критериям наилучшая модель — М5. При этом важно отметить, что значения псевдо- R^2 Макфаддена указывают на то, что выбранные факторы объясняют небольшую часть вариации зависимой переменной.

Обсуждение результатов

Выявленные нами связи требуют осмысления с опорой на результаты предыдущих исследований. Гендерных различий в использовании тактик проверки недостоверной информации выявлено не было. Полученные нами результаты, опровергающие гипотезу H_1 , явно отличаются от результатов зарубежных исследований [Almenar et al., 2021]. Мы связываем это с тем, что операционализация зависимой переменной (использование хотя бы одной тактики) могла сгладить гендерные различия, которые могли бы быть выделены при анализе конкретных тактик. Для будущих исследований влияние этого сглаживания должно быть учтено.

Высшее образование не гарантирует наличия продвинутых навыков работы с информацией. Опровержение гипотезы H_3 проблематизирует упрощенный взгляд на формальное образование как на прокси переменную в выстраивании медиаграмотности. И хотя полученный результат согласуется с некоторыми выводами предыдущих исследований, например по Великобритании [Arin, Mazrekaj, Thum, 2023], он указывает на то, что рефлексивная работа с информацией конструируется не в аудитории, а в повседневной практике.

Москвичи и петербуржцы по многим характеристикам медиапотребления отличаются от сельских жителей, что связано с особенностями повседневности. Сельские интернет-пользователи реже городских ищут в нем информацию [Шабунова, Груздева, Калачикова, 2020], что может отражаться на их цифровых навыках.

Наше исследование показало, что они действительно реже проверяют информацию, подвергаясь риску манипуляций.

Пользователи, проживающие в семьях с низким достатком, с меньшей вероятностью будут проверять достоверность информации. Экономическое неравенство сопряжено с неравенством во владении цифровыми навыками. Люди из низкодходных групп находятся и в уязвимом положении по воздействию на них недостоверной информации. Полученный нами результат воспроизводит выводы С. Чиа и коллег о том, что с ростом обеспеченности домохозяйства пользователя растет и использование фактчекинга [Chia, Lu, Gunther, 2022].

Между обобщенным доверием и проверкой недостоверной информации связи не выявлено. Отвержение гипотезы H_6 требует комплексного осмысления. Во-первых, это может указывать на ограничения нашего подхода, где обобщенное доверие выступало прокси для медиадоверия. Можно предположить иной содержательный вывод — в России обобщенное доверие не проецируется на доверие к медиа. Во-вторых, высокий уровень обобщенного доверия может вовлекать пользователя во множество дискурсов (через общую «открытость миру»), в которые пользователь может быть неглубоко погружен. В-третьих, в кризисные периоды пользователи с высоким обобщенным доверием могут демонстрировать скептицизм (в оба года проведения исследования 42 % пользователей, столкнувшихся с фейком, не предприняли никаких действий).

В исследовании частота использования интернета оказалась не связана с тактиками фактчекинга. Это показывает, что фактчекинг — целенаправленная практика, которая не является придатком к общей интернет-активности. Пассивное пребывание в онлайн не развивает автоматически критического мышления. Более того, как показывают исследования, чрезмерное время в интернете может даже положительно влиять на распространение фейковой информации [Bilodeau, Khalid, 2024].

Опыт поиска информации в отличие от частоты использования интернета оказался положительно связан с проверкой недостоверной информации. Этот вывод соотносится с результатами С. Чиа и коллег, показавшими, что те, кто чаще потребляет новости из социальных медиа, чаще их и проверяет [Chia, Lu, Gunther, 2022], а также Б. Жанг и коллег, которые выявили положительную связь между частотой посещения социальных медиа и грамотностью в области распознавания фейков [Zhang, Holton, Gil de Zúñiga, 2024].

Полученные результаты показывают, что пользователи с выраженной установкой инновационности чаще проверяют недостоверную информацию, найденную в интернете. Это может говорить об их готовности к освоению технологий, в том числе в области фактчекинга. Мы также выяснили, что опыт использования ИИ положительно связан с проведением проверки недостоверной информации.

Заключение

Исследование продемонстрировало, что концептуальная рамка, сочетающая теорию тактик де Серто и концепцию просюмеризма, является плодотворной для анализа противостояния нарастающей угрозе дезинформации. Основной вклад работы состоит в эмпирическом подтверждении того, что фактчекинг — это не просто вопрос цифровой грамотности, но целая экосистема тактик, распределенных

неравномерно. Часть российских пользователей действуют как просьюмеры, выработывая свой тактический арсенал, но способность его выработки сильно варьируется в зависимости от изученных факторов. Чаще всего проверкой информации, вызывающей подозрение в достоверности, занимаются молодежь, жители крупных городов и люди из семей со средним или высоким уровнем материального положения. Эти пользователи открыты новым технологиям, активно ищут информацию в интернете и используют ИИ.

Учитывая низкий уровень доверия к фактчекинговым ресурсам, платформам целесообразно интегрировать инструменты проверки в пользовательские практики, например, через предложение контекстной информации об источниках (кто финансирует СМИ и тому подобное). Опыт использования ИИ, положительно связанный с фактчекингом, указывает на потенциал чат-ботов, которые могут помогать пользователям проверять достоверность контента. При этом применение ИИ для этой задачи требует развития рефлексивности и критичности.

При разработке шагов для минимизации цифровых разрывов второго и третьего уровней (в цифровых навыках и преимуществах, получаемых от использования интернета, соответственно) нужно учитывать первый цифровой разрыв в доступе и социально-экономическое неравенство. Полученные результаты указывают на уязвимость низкодоходных групп, сельских жителей и людей старшего возраста.

Ограничения исследования

У нашего исследования есть ограничения, способные положить начало новым проектам. В первую очередь стоит отметить, что в моделях использовались бинарные независимые переменные, связанные с цифровой активностью пользователей, которые могут недостаточно их дифференцировать и затруднять обнаружение значимых связей. В дальнейшем мы предлагаем сделать эти переменные категориальными, например, вариант ответа «несколько раз в день» в переменной частоты использования интернета можно разделить на часовые интервалы.

В работе не оценивалась эффективность тактик проверки информации. В будущем для этого могут использоваться экспериментальные методы. Мы также не оценивали частоту столкновения с недостоверной информацией и ее проверки. Эти характеристики помогут определить, является ли использование тактик проверки устойчивым или ситуативным.

Другое ограничение связано с тем, что недостоверная информация рассматривается в целом, не учитывая ее тематику, формат и так далее. В дальнейших исследованиях можно изучить, как эти характеристики влияют на выбор тактики проверки информации. Важно также проанализировать барьеры, из-за которых часть пользователей не прибегает ни к одной из тактик.

Список литературы (References)

1. Вырковский А. В., Шамсутдинова Ю. Ф. Категория доверия к массмедиа в условиях информационной турбулентности: время обновлять концепции? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 182—203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529>.

- Vyrkovsky A. V., Shamsutdinova Y. F. (2024) The Category of Trust in Mass Media in the Conditions of Information Turbulence: Time to Update the Concepts? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 182—203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529>. (In Russ.)
2. Де Серто. М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной, под науч. ред. К. Ермошиной. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013.
Certeau M. de. (2013) *L'invention du Quotidien*. 1. Arts de Faire. Saint Petersburg: EUSP Press. (In Russ.)
 3. Казун А. Д., Петрова Д. В. Борьба без надежды: Общественные представления о способах противодействия фейковым новостям // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз*. 2025. № 3. С. 108—126. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2025-118-3-108-126>.
Kazun A. D., Petrova D. V. (2025) Fighting without Hope: Public Perceptions of Methods Countering Fake News. *Politeia*. № 3. P. 108—126. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2025-118-3-108-126>. (In Russ.)
 4. Колобова Е. Ю. Трансформация медиапотребления в условиях цифровой реальности // *Петербургский экономический журнал*. 2020. № 4. С. 25—39.
Kolobova E. Yu. (2020) Transformation of Media Consumption in Digital Reality. *Petersburg Economic Journal*. 2020. No. 4. P. 25—39. (In Russ.)
 5. Коломиец В. П. Медиа среда и медиапотребление в современном российском обществе // *Социологические исследования*. 2010. № 1. С. 58—65.
Kolomiets V. P. (2010) Mediasphere and Media Consumption in Modern Russian Society. *Sociological Studies*. No. 1. P. 58—65. (In Russ.)
 6. Мухаметов Р. С. Почему граждане доверяют СМИ? Истоки доверия к телевидению в современной России // *Мир России*. 2024. Т. 33. № 2. С. 95—114. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2024-33-2-95-114>.
Mukhametov R. S. (2024) Why Do Citizens Trust the Media? The Origins of Trust in Television in Modern Russia. *Mir Rossii*. Vol. 33. No 2. P. 95—114. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2024-33-2-95-114>. (In Russ.)
 7. Неренц Д. В. Фейки как угроза медиабезопасности в России XXI в. // *Россия и современный мир*. 2023. № 3. С. 101—112. <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.03.07>.
Nerents D. V. (2023) Fakes as a Threat to Media Safety in 21st Century Russia. *Russia and the Contemporary World*. No. 3. P. 101—112. <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.03.07>.
 8. Стрельцова Е. А., Кузина Л. С., Полякова В. В., Попов Е. В., Щербakov Р. А., Юдин И. Б. Жизнь онлайн: цифровая трансформация российского общества / под науч. ред. Е. А. Стрельцовой. М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025.
Streltsova E. A., Kuzina L. S., Polyakova V. V., Popov E. V., Shcherbakov R. A., Iudin I. (2025) *Life Online: Digital Transformation of Russian Society*. Moscow: ISSEK HSE. (In Russ.)

9. Хабермас Ю. Новая структурная трансформация публичной сферы и делиберативная политика / пер. с нем. Т. Атнашева, под науч. ред. Т. Вайзера. М.: Новое литературное обозрение, 2023.
Habermas Ju. (2023) Ein neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit und die Deliberative Politik. Moscow: New Literary Observer. (In Russ.)
10. Шабунова А. А., Груздева М. А., Калачикова О. Н. Поселенческий аспект цифрового неравенства в современной России // Проблемы Развития Территории. 2020. № 4. С. 7—19. <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1>.
Shabunova A. A., Gruzdeva M. A., Kalachikova O. N. (2020) Settlement aspect of digital inequality in modern Russia. *Problems of Territory's Development*. No. 4. P. 7—19. <https://doi.org/10.15838/ptd.2020.4.108.1>.
11. Abbasi N. A., Huang D. (2020) Digital Media Literacy: Social Media Use for News Consumption among Teenagers in Pakistan. *Global Media Journal*. Vol. 18. P. 1—7.
12. Almenar E., Aran-Ramspott S., Suau J., Masip P. (2021) Gender Differences in Tackling Fake News: Different Degrees of Concern, but Same Problems. *Media and Communication*. Vol. 9. No. 1. P. 229—238. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i1.3523>.
13. Arin K. P., Mazrekaj D., Thum M. (2023) Ability of Detecting and Willingness to Share Fake News. *Scientific Reports*. Vol. 13. No. 1. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-34402-6>.
14. Bago B., Rand D. G., Pennycook G. (2020) Fake News, Fast and Slow: Deliberation Reduces Belief in False (but Not True) News Headlines. *Journal of Experimental Psychology. General*. Vol. 149. No. 8. P. 1608—1613. <https://doi.org/10.1037/xge0000729>.
15. Bilodeau H., Khalid A. (2024) The Spread of Misinformation: A Multivariate Analysis of the Relationship Between Individual Characteristics and Fact-Checking Behaviours of Canadians. Statistics Canada. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/22-20-0001/222000012024003-eng.htm> (accessed: 12.08.2025).
16. Brandtzaeg P. B., Følstad A., Chaparro Domínguez M. Á. (2018) How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*. Vol. 12. No. 9. P. 1109—1129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>.
17. Buchanan T. (2020) Why Do People Spread False Information Online? The Effects of Message and Viewer Characteristics on Self-Reported Likelihood of Sharing Social Media Disinformation. *PLOS ONE*. Vol. 15. No. 10. Art. e0239666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239666>.
18. Chen X., Sin S.-C. J., Theng Y.-L., Lee C. S. (2015) Why Students Share Misinformation on Social Media: Motivation, Gender, and Study-level Differences. *The Journal of Academic Librarianship*. Vol. 41. No. 5. P. 583—592. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.07.003>.

19. Chia S. C., Lu F., Gunther A. C. (2022) Who Fact-Checks and Does It Matter? Examining the Antecedents and Consequences of Audience Fact-Checking Behaviour in Hong Kong. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 29. No. 2. P. 438—458. <https://doi.org/10.1177/19401612221142439>.
20. Dierickx L., Sirén-Heikel S., Lindén C.-G. (2024) Outsourcing, Augmenting, or Complicating: The Dynamics of AI in Fact-Checking Practices in the Nordics. *Emerging Media*. Vol. 2. No. 3. P. 449—473. <https://doi.org/10.1177/27523543241288846>.
21. Duvekot S., Valgas C. M., de Haan Y., de Jong W. (2024) How Youth Define, Consume, and Evaluate News: Reviewing Two Decades of Research. *New Media & Society*. P. 1—19. <https://doi.org/10.1177/14614448241262809>.
22. Fleckenstein J., Meyer J., Jansen T., Keller S. D., Köller O., Möller J. (2024) Do Teachers Spot AI? Evaluating the Detectability of AI-Generated Texts among Student Essays. *Computers and Education: Artificial Intelligence*. Vol. 6. Art. 100209. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2024.100209>.
23. Fowler-Watt K., McDougall J. (2019) Media Literacy Versus Fake News: Fact Checking and Verification in the Era of Fake News and Post-truths. *Journalism Education: The Journal of the Association for Journalism Education*. Vol. 8. No. 1. P. 59—68.
24. Jenkins H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, NY: NYU Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>.
25. Ha L. (2024) *Behind the Screens: Insights from Digital Content Creators; Understanding Their Intentions, Practices and Challenges*. Paris: UNESCO.
26. Lee E. H., Lee T. (D.), Lee B.-K. (2022) Understanding the Role of New Media Literacy in the Diffusion of Unverified Information During the COVID-19 Pandemic. *New Media & Society*. Vol. 26. No. 9. P. 5195—5218. <https://doi.org/10.1177/14614448221130955>.
27. Majerczak P., Strzelecki A. (2022) Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News. *Behavioral Sciences*. Vol. 12. No. 2. Art. 51. <https://doi.org/10.3390/bs12020051>.
28. Martin A., Grudziecki J. (2007) DigEuLit: Concepts and Tools for Digital Literacy Development. *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences*. Vol. 5. No. 4. P. 249—267. <https://doi.org/10.11120/ital.2006.05040249>.
29. Melchior C., Oliveira M. (2023) A Systematic Literature Review of the Motivations to Share Fake News on Social Media Platforms and How to Fight Them. *New Media & Society*. Vol. 26. No. 2. P. 1127—1150. <https://doi.org/10.1177/1461448231174224>.
30. Nelson J. L., Taneja H. (2018) The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption. *New Media & Society*. Vol. 20. No. 10. P. 3720—3737. <https://doi.org/10.1177/1461444818758715>.

31. Nygren T., Guath M. (2019) Swedish Teenagers' Difficulties and Abilities to Determine Digital News Credibility. *Nordicom Review*. Vol. 40. No. 1. P. 23—42. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0002>.
32. Parasuraman A., Colby C. L. (2015) An Updated and Streamlined Technology Readiness Index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*. Vol. 18. No. 1. P. 59—74. <https://doi.org/10.1177/1094670514539730>.
33. Pérez J., Murray M. C. (2010) Generativity: The New Frontier for Information and Communication Technology Literacy. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management*. Vol. 5. P. 127—137. <https://doi.org/10.28945/1134>.
34. Preston S., Anderson A., Robertson D. J., Shephard M. P. Huhe N. (2021) Detecting Fake News on Facebook: The Role of Emotional Intelligence. *PLOS ONE*. Vol. 16. No. 3. Art. e0246757. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246757>.
35. Qiu C. (2024) The Impact of Media Literacy and Internet Information Trustworthiness on Fact-Checking Behavior among Elderly Internet Users: The Moderating Role of Critical Thinking. *International Journal of Social Sciences and Public Administration*. Vol. 3. No. 3. P. 352—358. <https://doi.org/10.62051/ijsspa.v3n3.44>.
36. Ruckenstein M. (2017) Digital consumption. In: Keller M., Halkier B., Wilska T. A., Truninger M. (eds.) *Routledge Handbook on Consumption*. Oxford: Routledge. P. 466—476.
37. Russell J., Karpinska M., Iyer M. (2025) People Who Frequently Use ChatGPT for Writing Tasks Are Accurate and Robust Detectors of AI-Generated Text. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2501.15654>.
38. Scheufele D. A., Krause N. M. (2019) Science Audiences, Misinformation, and Fake News. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 116. No. 16. P. 7662—7669.
39. van Deursen A. J. A. M., van Dijk J. A. G. M., ten Klooster P. M. (2015) Increasing Inequalities in What We Do Online: A Longitudinal Cross Sectional Analysis of Internet Activities among the Dutch Population (2010 to 2013) over Gender, Age, Education, and Income. *Telematics and Informatics*. Vol. 32. No. 2. P. 259—272. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.09.003>.
40. Vosoughi S., Roy D., Aral S. (2018) The Spread of True and False News Online. *Science*. Vol. 359. No. 6380. P. 1146—1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
41. Vuorikari R., Kluzer S., Punie Y. (2022) DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens — With New Examples of Knowledge, Skills and Attitudes. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/115376>.
42. Wang T., Yu W. (2022) Alternative Sources Use and Misinformation Exposure and Susceptibility: the Curvilinear Moderation Effects of Socioeconomic Status.

Telematics and Informatics. Vol. 70. Art. 101819. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101819>.

43. Yu R. P. (2024) Divides in News Verification: Antecedents and Political Outcomes of News Verification by Age. *Digital Journalism*. P. 1—21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2314582>.
44. Yu W., Payton B., Sun M., Jia W., Huang G. (2022) Toward an Integrated Framework for Misinformation and Correction Sharing: A Systematic Review Across Domains. *New Media & Society*. Vol. 25. No. 8. P. 2241—2267. <https://doi.org/10.1177/14614448221116569>.
45. Zhang B., Holton A. E., Gil de Zúñiga H. (2024) Finding “Fake” in the News: The Relationship Between Social Media Use, Political Knowledge, Epistemic Political Efficacy and Fake News Literacy. *Online Information Review*. Vol. 48. No. 7. P. 1470—1487. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2024-0140>.

Приложение

Таблица 1. **Сопоставление формулировок вариантов ответа на вопрос «Предпринимали ли Вы какие-либо шаги для проверки этой информации? Если да, то какие?»**

2022	2024
Искал первоисточник информации	
Проверял фактическую информацию (имена, даты и пр.)	
Определял специфику источника (целевую аудиторию, доминирующую тему)	
Использовал специальные ресурсы проверки информации	
Отслеживал разнообразие источников, содержащих эту информацию	Проверял сам источник
Обсуждал с друзьями / родственниками или в комментариях на форумах, в социальных сетях	Обсуждал с другими людьми онлайн (на форумах, в социальных сетях)
	Обсуждал с другими людьми офлайн (не в интернете)
Другое	
Не проверял	Не проверял, так как знала, что источник не заслуживает доверия
	Не предпринимал мер

Источник: составлено авторами на основе анкет Мониторинга цифровой трансформации экономики и общества ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Таблица 2. **Описательные статистики переменных**

Переменные	Сталкивались с недостоверной информацией в интернете (2022 г.) (N = 3850)	Проверяли недостоверную информацию (2022 г.) (N = 2271)	Сталкивались с недостоверной информацией в интернете (2024 г.) (N = 4008)	Проверяли недостоверную информацию (2024 г.) (N = 2413)
Использовали какие-либо тактики для проверки недостоверной информации (1 = да)	0,58	1	0,59	1
Пол (1 = женский)	0,54	0,53	0,53	0,51
Возраст (1 = макс. возраст: 2022 г. — 93 года, 2024 г. — 95 лет)	0,32 (0,19)	0,29 (0,19)	0,33 (0,20)	0,31 (0,19)
Образование				
Среднее общее и ниже	0,30	0,30	0,29	0,29
Профессиональное, среднее специальное	0,33	0,30	0,33	0,30
Высшее, включая неполное, и выше	0,37	0,40	0,38	0,40
Место жительства				
Москва и Санкт-Петербург	0,13	0,16	0,16	0,20
Города-миллионники	0,14	0,14	0,15	0,14
Города с населением менее 1 млн чел.	0,49	0,49	0,46	0,46
ПГТ, село, деревня	0,24	0,22	0,23	0,21
Материальное положение домохозяйства				
Низкое	0,12	0,10	0,12	0,09
Среднее	0,83	0,84	0,80	0,83
Высокое	0,05	0,06	0,07	0,08
Обобщенное доверие (1 = высокое)	0,44 (0,30)	0,45 (0,29)	0,42 (0,30)	0,42 (0,29)
Инновационность (1 = высокая)	0,36 (0,31)	0,41 (0,30)	0,35 (0,30)	0,39 (0,29)
Частота использования интернета (1 = несколько раз в день)	0,68	0,72	0,68	0,72
Чтение новостей (1 = да)	0,88	0,90	0,84	0,88
Поиск информации о товарах и услугах (1 = да)	0,69	0,76	0,75	0,80
Поиск информации о здоровье (1 = да)	0,22	0,25	0,30	0,33
Использование ИИ (1 = да)	—	—	0,20	0,25

Источник: рассчитано авторами.

Примечание: по столбцам — среднее значение; в скобках — стандартное отклонение. Описательные статистики приведены по взвешенным данным.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3115](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3115)**А. Д. Казун****ФЕЙК — ЭТО ТО, ЧТО БЫВАЕТ С ДРУГИМИ: ПРЕДСТАВЛЕНИЯ
РОССИЯН О ГРУППАХ, УЯЗВИМЫХ ДЛЯ ДЕЗИНФОРМАЦИИ****Правильная ссылка на статью:**

Казун А. Д. Фейк — это то, что бывает с другими: представления россиян о группах, уязвимых для дезинформации // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 192—215. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3115>.

For citation:

Kazun A. D. (2026) “Fake News” Is What Happens to Others: Russians’ Perceptions of Groups Vulnerable to Disinformation. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 192–215. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3115>. (In Russ.)

Получено: 26.09.2025. Принято к публикации: 19.12.2025.

**ФЕЙК — ЭТО ТО, ЧТО БЫВАЕТ С ДРУГИМИ:
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РОССИЯН О ГРУППАХ,
УЯЗВИМЫХ ДЛЯ ДЕЗИНФОРМАЦИИ**

КАЗУН Анастасия Дмитриевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований; доцент факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: adkazun@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>

**“FAKE NEWS” IS WHAT HAPPENS TO OTHERS:
RUSSIANS’ PERCEPTIONS OF GROUPS VUL-
NERABLE TO DISINFORMATION**

Anastasia D. KAZUN¹ — Cand. Sci. (Soc.), Senior Research Fellow, Laboratory for Studies in Economic Sociology; Associate Professor at the Faculty of Social Sciences

E-MAIL: adkazun@hse.ru

<https://orcid.org/0000-0002-9633-2776>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье проанализированы представления россиян о наиболее уязвимых для фейковых новостей группах. На материалах 119 интервью, проведенных весной 2024 г., сделан вывод о наличии эффекта третьего лица — убежденности, что дезинформация угрожает в первую очередь другим, которые отличаются от информантов по каким-либо значимым параметрам. Чаще всего основанием для разделения общества на «мы» (относительно защищенные от фейковых новостей) и «они» (более уязвимые для такого контента) становится возраст, интерпретируемый как биологическая (ментальное состояние, эмоциональная восприимчивость), социальная (образ жизни) или поколенческая (контексты социализации) переменная. Молодые люди полагают, что наиболее уязвимы для фейковых новостей представители старших возрастных групп, которые могут не обладать достаточными навыками для проверки информации либо не испытывать такой потребности. Старшее поколение же убеждено в большей подверженности дезинформации молодежи в силу ее недостаточной зрелости. Другим значимым параметром оказывается медиапотребление. Телевизионная аудитория предполагает, что жертвами фейков скорее станут интернет-пользователи, тогда как те придерживаются противополож-

Abstract. This article examines how Russians conceptualize the groups most vulnerable to fake news. Drawing on 119 semi-structured interviews conducted in spring 2024, I find clear evidence of the third-person effect: participants believe that disinformation primarily threatens “others” who differ from them on salient dimensions. Age is the most common basis for dividing society into “us” (relatively protected) and “them” (more vulnerable). Age is invoked as a biological (mental state, emotional susceptibility), social (lifestyle), or generational (socialization contexts) variable. Younger respondents typically see older people as more at risk — either lacking the skills or the motivation to verify information — whereas older respondents view youth as more susceptible due to insufficient maturity. Media consumption patterns form a second key fault line. Television audiences assume that internet users are more likely to fall for fakes, while internet users believe the opposite. Highly news-engaged individuals regard themselves as more competent at identifying disinformation and, therefore better protected. Less engaged individuals, in turn, claim they encounter fake news less often and, since perfect detection is impossible, consider themselves less vulnerable than heavy news consumers. Respondents who are more educated, more professionally successful, or living in large cities also perceive them-

ного мнения. Люди, вовлеченные в активное потребление новостей, воспринимают себя как более компетентных в идентификации дезинформации, а следовательно, и более защищенных. Менее вовлеченные в потребление новостей люди, в свою очередь, уверены, что они реже контактируют с фейками, а поскольку распознавать ложный контент со стопроцентной точностью невозможно, это способствует их меньшей уязвимости по сравнению с активными потребителями новостей. Более образованные, успешные в профессиональном плане и проживающие в крупных городах информанты также считают себя более защищенными в сравнении с теми, кто отличается от них по этим параметрам. Сделан важный методологический вывод, что основания эффекта третьего лица неоднородны, поэтому обобщенные вопросы про себя и других в опросах общественного мнения дают спорные с точки зрения интерпретируемости результаты. Респонденты соотносят категорию «другие» с разными референтными группами (молодежь, пожилые, жители малых городов и т.д.), поэтому ответы на обобщенные вопросы о влиянии фейковых новостей на «других» оказываются не вполне сопоставимыми.

Ключевые слова: медиапотребление, фейковые новости, дезинформация, эффект третьего лица, доверие СМИ, массовые коммуникации

Благодарность. Исследование выполнено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

selves as better protected than those who differ on these dimensions. Methodologically, I show that the foundations of the third-person effect are heterogeneous, making generic survey items about “self” versus “others” difficult to interpret. People load very different meanings into “others” (the youth, the elderly, small-town residents, etc.), effectively answering different questions.

Keywords: media consumption, fake news, disinformation, third-person effect, media trust, mass communication

Acknowledgments. The study was implemented in the framework of the Basic Research Program at HSE University.

Введение

Медиаисследования часто оказываются сфокусированы на оценивании прямого влияния контента на аудиторию. Предполагается, что просмотр новостей может отражаться на наших представлениях о важности тех или иных вопросов, отношении к ним, «связках» между событиями повестки дня, которые формируются

в сознании, ментальном здоровье и многом другом [McCombs, 2014; McLaughlin, Gotlieb, Mills, 2023; Vu, Guo, McCombs, 2014]. Несколько реже внимание уделяется тому, как *воспринимается* воздействие новостей. Однако этот вопрос не менее важен. Так, исследователи говорят о феномене влияния предполагаемого влияния (influence of presumed influence) [Gunther, Storey, 2003], когда сами представления о воздействии той или иной информации формируют наше поведение, заставляя действовать так, как если бы воздействие было реальным [Tsftati, Cohen, 2012]. Например, когда женщины читали журналы о красоте, они начинали думать, что под влиянием таких журналов все вокруг хотят быть худыми, и это заставляло их самих сильнее хотеть похудеть [Park, 2005].

В более широкую рамку предполагаемого влияния можно вписать эффект третьего лица (third-person effects) — убеждение в том, что другие более подвержены негативному воздействию информации, чем мы сами. Эффект третьего лица устойчив [Sun, Pan, Shen, 2008] и проявляется в отношении разнообразных медиапродуктов, которые воспринимаются как нежелательные или вредные [Paul, Salwen, Dupagne, 2000]: языка ненависти (hate speech) [Guo, Johnson, 2020], насилия на телевидении [Rojas, Shah, Faber, 1996], жестокого или женоненавистнического рэпа [McLeod, Eveland, Nathanson, 1997], дезинформации о COVID-19 [Liu, Huang, 2020], порнографии [Gunther, 1995], рекламы алкоголя, табака и электронных сигарет [Banning, 2001; Pardun, McKeever, Bedingfield, 2017]. Наблюдается эффект третьего лица и в отношении фейковых новостей [Corbu et al., 2020; Jang, Kim, 2018; Ștefăniță, Corbu, Buturoiu, 2018]. Люди верят, что фейки окажут большее влияние на членов аут-группы, чем на них самих или социальные группы, к которым они себя относят.

Подобная уверенность в том, что фейки угрожают кому-то другому, может сказываться на установках и поведении людей в отношении медиа. С одной стороны, люди с такими взглядами декларируют меньшее желание делиться новостями онлайн и офлайн для защиты других людей, которым, по их мнению, угрожает дезинформация в социальных сетях [Yang, Horning, 2020], и поддерживают меры, направленные на повышение медиаграмотности [Jang, Kim, 2018]. Следовательно, эффект третьего лица может способствовать более ответственному отношению к распространению контента. С другой стороны, подобные убеждения могут приводить к поддержке цензуры [Hoffner et al., 1999; McLeod, Detenber, Eveland, 2001; Rojas et al., 1996; Salwen, Dupagne, 1999], по крайней мере отдельными социальными группами [Kim, 2025], а также препятствовать верификации информации, ведь уверенность в собственной относительной защищенности перед лицом фейков не стимулирует к фактчекингу. Соответственно, потенциальные последствия эффекта третьего лица неоднозначны.

С тех пор как возник термин «эффект третьего лица» [Davison, 1983], к исследованиям в данной области накопился ряд вопросов. В частности, недавние обзоры литературы отмечают сильную зависимость результатов от того, по каким основаниям выделена группа *других* (возраст, этничность или раса, «средний студент», «широкая публика») [Eveland et al., 1999; Perloff, 1999; Sun, Pan, Shen, 2008]. Исследования эффекта третьего лица преимущественно количественные, категория *других* в них сконструирована авторами и не обязательно соот-

ветствует реальным представлениям респондентов. В результате исследовательское поле оказывается перегружено различными классификациями «мы — они», делая необходимым уточнение оснований, по которым возникает это разделение [Perloff, Shen, 2023; Schmierbach et al., 2023]. Количественные исследования демонстрируют разрыв между предполагаемой уязвимостью себя и других. Однако они не показывают, кого именно люди считают уязвимым *другим* и как они выделяют данную группу. Качественные исследования могут помочь ответить на вопрос, какие социальные характеристики становятся основанием для приписывания уязвимости.

Откуда берется эффект третьего лица?

Наиболее очевидная причина возникновения эффекта третьего лица — желание верить в свою успешность и превосходство. Исследователи говорят о склонности людей к позитивному самовосприятию (self-enhancement) [Brown, 1986], которая может приводить к ложной уникальности (false uniqueness) и иллюзорному превосходству (illusory superiority) — ошибочной уверенности в собственном отличии от других в лучшую сторону [Chambers, 2008]. В результате по большинству социально желательных измерений респонденты оценивают себя выше среднего [Zell et al., 2020]. Ярким примером тому является исследование, демонстрирующее, что в США 93% считали себя более умелыми, чем средний водитель [Svenson, 1981]. В области медиапотребления эта уверенность проявляется в том, что люди считают себя более подготовленными к проверке информации [Nelson, Lewis, 2023] и склонны переоценивать свою медиаграмотность [Rusmann, Hess, 2020].

Еще одно объяснение возникновения эффекта третьего лица — фундаментальная ошибка атрибуции [Ross, 1977]. Отмечается, что мы склонны приписывать восприимчивость *других* к дезинформации их личностным чертам, а собственную относительную устойчивость — рациональным стратегиям проверки и самоконтролю [McLeod, Detenber, Eveland, 2001; Rojas et al., 1996]. Соответственно, люди полагают, что окружающие могут верить в фейковые новости в силу своей доверчивости или инфантилизма, а они сами осознают риски быть обманутыми и принимают меры для их снижения.

Наконец, эффект третьего лица может интерпретироваться как следствие социальной дистанции (social distance corollary) [Cohen et al., 1988]. Исследования демонстрируют, что по мере удаления референтной группы — от себя к близким, соседям, гражданам страны и публике в целом — ожидаемое влияние нежелательных сообщений возрастает [Cohen et al., 1988; Gibbon, Durkin, 1995]. Например, люди в целом могут восприниматься как более подверженные влиянию рекламы сигарет, чем собственные друзья [Meirick, 2005]. Подобная закономерность наблюдается и в отношении фейковых новостей. Эффект третьего лица сильнее, когда люди сравнивают свою способность выявлять недостоверный контент со способностями далеких других, а не близких людей [Corbu et al., 2020; Corbu, Oprea, Frunzaru, 2022].

При этом эффект третьего лица оказывается тем сильнее, чем больше люди чувствуют, что подвергаются воздействию соответствующей информации [Ștefăniță

et al., 2018]. По данным ВЦИОМ в ноябре 2023 г. 40% россиян утверждали, что сталкивались с новостями, которые впоследствии оказались недостоверными¹. Другое исследование показало, что 51% жителей Республики Мордовия выражали уверенность в том, что они встречались с фейковыми новостями по крайней мере несколько раз в месяц [Ушкин, 2024]. В целом россияне испытывают сомнения по отношению к качеству новостей и не готовы полностью полагаться даже на те источники информации, которые они используют [Вырковский, Шамсутдинова, 2024; Петрова, 2024]. Уровень доверия новостям не очень высок: только 32,1% опрошенных выражают полное или частичное согласие с утверждением, что новостям в СМИ можно доверять². При этом 48,2% россиян полностью или частично согласны с тем, что СМИ манипулируют общественным мнением; 26,2% думают, что СМИ регулярно сообщают населению ложную информацию; и 44,5% полагают, что медиаресурсы действуют в интересах отдельных влиятельных групп и людей³. Соответственно, можно ожидать возникновения в России эффекта третьего лица в отношении фейковых новостей.

Методология

Эмпирическая база исследования состоит из 119 полуструктурированных интервью, посвященных восприятию фейковых новостей, со средней продолжительностью 46 минут. Информанты характеризуются разным уровнем погруженности в новости: 30 человек оценивали свою вовлеченность в потребление новостного контента (news engagement) как низкую, 42 — как среднюю, и 47 — как высокую. Возраст участников варьировался от 16 до 75 лет, в число информантов вошли 62 женщины и 57 мужчин. При рекрутинге информантов было важно обеспечить гетерогенность выборки по полу, возрасту и вовлеченности в новости. Дополнительно фиксировалась сфера деятельности интервьюируемого, а также населенный пункт, в котором он проживает (характеристики упомянутых в статье информантов см. в Приложения, табл. 1). Предполагалось, что данные параметры могут влиять на опыт столкновения с фейковыми новостями, тем самым формируя различные представления об этом вопросе. Данные собирались в период с марта по май 2024 г.

В ходе интервью с информантами обсуждалось их восприятие фейковых новостей, а также опыт столкновения с дезинформацией. Внимание уделялось народным концептуализациям данного термина⁴, контекстам столкновения с фейками и связанным с ними эмоциям, подходам к верификации информации и представлениям о способах противодействия фейкам. Первые выводы, сделанные по итогам реализации данного исследования, касались народных теорий фейко-

¹ Фейк-ньюс — и как с ними бороться? Обеспокоенность россиян информационной (не)безопасностью растет // ВЦИОМ. 2023. 22 ноября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/feik-njus-i-kak-s-nimi-borotsja> (дата обращения: 26.09.2025).

² Барометр экономического поведения домохозяйств в России / под ред. О. В. Синявской. 2024. № 3. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/981539441.pdf> (дата обращения: 26.09.2025).

³ Там же.

⁴ Под народными концептуализациями понимаются обыденные, неэкспертные определения понятий. Данный термин отчасти относится к исследованиям народных теорий (folk theories) [Казун, 2025a], однако может использоваться и самостоятельно (см., например, [Silva, 2012]).

вых новостей [Казун, 2025а], общественных представлений о последствиях распространения фейков [Казун, 2025б] и способов борьбы с дезинформацией [Казун, Петрова, 2025].

Отмечу, что фейковые новости как псевдожурналистский жанр обычно определяются как намеренно недостоверный контент, имеющий форму новости [Egelhofer, Lecheler, 2019]. Российские исследователи отмечают размытость критериев «фейка» [Дорофеева, 2019] и склонность такого контента мимикрировать под достоверный [Зуйкина, Соколова, 2019]. В эмпирической части работы данный термин будет пониматься расширенно, в соответствии с интерпретацией информантов.

Выявление и описание эффекта третьего лица не были среди исследовательских задач на момент полевого этапа исследования⁵. При разработке гайда было принято решение включить в него вопросы о том, как информант оценивает способности распознавать фейковые новости и частоту столкновения с ними — собственные и в сравнении с другими людьми. Эти вопросы предполагались как дополняющие блок по способам верификации информации. Ожиданий в отношении того, что будет выявлен эффект третьего лица, у исследователя не было. Однако по итогам анализа первых интервью стало понятно, что люди склонны сравнивать себя не с абстрактными другими, а с членами социальной группы, которая по тому или иному основанию отличается от них самих. Разумеется, сравнения оказывались не в пользу аут-группы. Информанты могли в явном виде не подчеркивать собственное превосходство, указывая, что они не распознают все фейковые новости и не являются в этом существенно более успешными, чем другие люди. Однако затем они переходили к размышлениям о категориях населения, которые, тем не менее, являются более уязвимыми. В качестве реакции на наблюдаемую тенденцию было решено добавить в гайд уточняющий вопрос о том, кому, по мнению информантов, в первую очередь угрожают фейковые новости. Ответы на данный вопрос содержали описания групп, с которыми интервьюируемые себя не ассоциировали. Таким образом удалось зафиксировать зачастую нерелевантные представления о том, что люди, отличающиеся от нас, более подвержены негативному влиянию дезинформации. В ходе анализа я выделила основания различия *мы* и *они* и причины, которыми объясняется предполагаемая уязвимость других для фейковых новостей.

Результаты

Возраст

Информанты предполагают, что наиболее уязвимы для фейковых новостей представители других возрастных групп (см. рис. 1). Пожилые люди нередко воспринимаются как наименее защищенная от фейковых новостей категория населения. Обычно интервьюируемые описывают данную группу в общем виде как «пенсионеров» или «старшее поколение». Однако в некоторых случаях информанты четче проводят границу и воспринимают так людей, чей возраст превышает 50 (И11,

⁵ Автор вынуждена признать, что ознакомилась с данной теорией только при обработке эмпирического материала. Соответственно, не могла ожидать, что обнаружит нечто, о существовании чего еще не догадывалась. При этом незнание автора сослужило исследованию хорошую службу, поскольку позволяет чувствовать уверенность в отношении того, что наблюдаемые тенденции действительно идут «из поля», а не были привнесены исследователем.

жен., 17 лет; И116, муж., 22 года), 60 (И17, муж., 20 лет; И42, муж., 21 год) или 70 лет (И113, муж., 42 года). По-видимому, границы старшей возрастной группы интервьюируемые проводят исходя из собственного возраста: если для девушки 17 лет «старшим поколением» являются те, чей возраст превышает 50 лет, то для мужчины 42 лет эта планка существенно выше.

Сам возраст в данном случае рассматривается преимущественно как социальная, а не биологическая характеристика. Указания на физиологические причины уязвимости пожилых людей для фейковых новостей встречаются — «зрелость психики, каких-то там умозаключений дается с возрастом хуже, в силу определенных причин биологических» (И25, муж., 43 года) или «голова хуже работает, в буквальном смысле, когнитивные функции нарушаются» (И101, муж., 55 лет), — однако не ярко выражены.

Молодые информанты предлагают несколько обоснований тому, почему дезинформация, по их мнению, угрожает прежде всего старшим возрастным группам. С одной стороны, уязвимость для фейков может связываться с отсутствием возможности проверять информационные сообщения. Цифровая грамотность пожилых людей воспринимается как недостаточная для того, чтобы ориентироваться в современной медиасреде. Кроме того, отмечается, что старшее поколение иногда не имеет доступа к новым медиа, которые могли бы быть использованы для кросс-проверки новостей: «у них нет просто альтернативы, кроме телевизора» (И2, жен., 20 лет).

Если я своему дедушке сейчас дам телеграм-канал [название канала], он же не будет думать, что это неправда. Он будет смотреть и верить этому, потому что он просто не знает. Он не адаптировался еще под вот эту повестку, которая есть сейчас, под этот объем информации и скорость распространения. Вот что я думаю. (И15, жен., 23 года)

С другой стороны, предполагается, что пожилые люди могут не испытывать потребности в дополнительной проверке новостей в силу своей медиасоциализации. Как подчеркивают молодые информанты, привычки старшего поколения в потреблении информационного контента формировались в другом государстве и в условиях иной медиасреды, когда поток информации и ее разнообразие были невелики.

Я бы сказал, в принципе люди старшего поколения, они жили в Советском Союзе, и тогда было не такое большое количество источников информации, то есть там просто были какие-то официальные заявления правительства или еще чего-то, и они привыкли верить тому, что написано, или тому, что они услышали в телевизоре. (И17, муж., 20 лет)

Молодежь предполагает, что, социализировавшись в среде, где не были представлены альтернативные источники информации и отсутствовал плюрализм мнений, старшее поколение не сформировало привычку проверять информацию. Соответственно, пожилые люди могут восприниматься не только как те, кто не обладает навыками и способностями для идентификации недостоверной информации, но и как те, у кого просто не возникает такой интенции.

[Способность распознавать фейки] зависит, скорее всего, от возраста. Потому что, как правило, люди среднего возраста и старше, у них нет времени, чтобы перепроверять информацию. У них просто есть **привычные для них источники, они привыкли доверять, и у них уже нет этого рефлекса, что нужно проверить**, а что другие СМИ, например, по этому поводу написали, сравнить информацию, сделать для себя какие-то выводы. Скорее, они склонны просто доверять чему-то привычному для них, и все. Наверное, среди молодежи этого меньше, потому что у нас и времени больше свободного, и больше интереса к какому-то действительно зерну истины, то есть мы больше склонны копать как-то, что-то узнавать, любопытство какое-то у нас есть. (И22, жен., 20 лет)

В некоторых случаях пожилым людям также приписывают такие характеристики, как доверчивость, наличие сформированных ранее убеждений, которые не предполагают корректировки, желание верить в ту информацию, которая кажется более оптимистичной и позволяет сохранить картину мира неизменной. Соответственно, в определенных контекстах дезинформированность интерпретируется как предпочтительное состояние для данной социальной группы. Информанты говорят об этом, несколько переиначивая слова А. С. Пушкина «обмануть меня несложно, я сам обманываться рад» (И20, жен., 46 лет; И58, муж., 25 лет). Одновременно с этим молодые люди подчеркивают гибкость собственного мышления.

Ну, не то что позволяют [обмануть себя], а именно хотят быть обманутыми. То есть представь, что ты сидишь в интернете, сидишь в YouTube. Представь, что ты мужчина, тебе 67 лет и ты провел всю свою какую-то сознательную жизнь в Советском Союзе. У тебя есть два ролика. В одном ролике тебе [Имя Фамилия] рассказывает, почему Советский Союз был огромной ошибкой, почему это вообще жесть полная. А в другом ролике тебе кто-то другой рассказывает про то, что Советский Союз — это было лучшее, что вообще можно было придумать, и вообще вы все делали правильно. И понятно, что в одном ролике какая-то правда, а в другом ролике фейк. И ты выберешь какую-то более сладкую правду, чем какую-то более хорошую. (И58, муж., 25 лет)

Таким образом, пожилые люди могут восприниматься теми, кто не относит себя к данной группе, как не имеющие возможности верифицировать информацию или не имеющие такой интенции. В первом случае невозможность оценить достоверность новостей объясняется либо физическими ограничениями, собственными биологическому возрасту, либо цифровым неравенством (digital divide) [Van Dijk, 2005] первого (отсутствие доступа к цифровым устройствам и интернету) или второго уровня (нехватка компетенций для их использования) [Büchi, Just, Latzer, 2016; Van Dijk, 2017]. Во втором случае нежелание верифицировать новости ассоциируется с отсутствием потребности в проверке (например, в силу принадлежности к определенному поколению и усвоенной в процессе социализации привычки доверять) или предпочтением недостоверного контента как более приятного, соответствующего индивидуальным взглядам и ценностям.

Вместе с тем интервьюируемые среднего и старшего возраста указывают на недостаточную зрелость молодежи — «неустойчивая психика» (И77, жен., 68 лет). А молодые люди делают аналогичные выводы по отношению к детям и подрост-

кам, отмечая, что они «совсем-совсем неосознанные и много чего не понимают» (И69, муж., 19 лет), «не имеют собственного мнения» (И94, муж., 18 лет), «не задумываются» (И2, жен., 20 лет), «им не хватает, возможно, какого-то жизненного опыта, интуиции» (И105, жен., 19 лет). Таким образом, представители более молодых возрастных групп, к которым информанты себя уже не причисляют, описываются как инфантильные, подчеркивается, что они привыкли жить в благоприятных условиях и не готовы к реальному миру.

У нас очень много молодого поколения — наверное, я имею право так сказать, — скажем так, миллениалов, которые в большинстве своем не умеют анализировать новости и события, потому что им так удобно, потому что их этому не учили. Это факт. Потому что они всю жизнь жили в системе розовых бабочек и розовых пони. (И12, жен., 45 лет)

Пенсионеры самые доверчивые и беззащитные люди у нас в стране. Их надо как-то защищать. Молодежь просто глупая. (И100, жен., 55 лет)

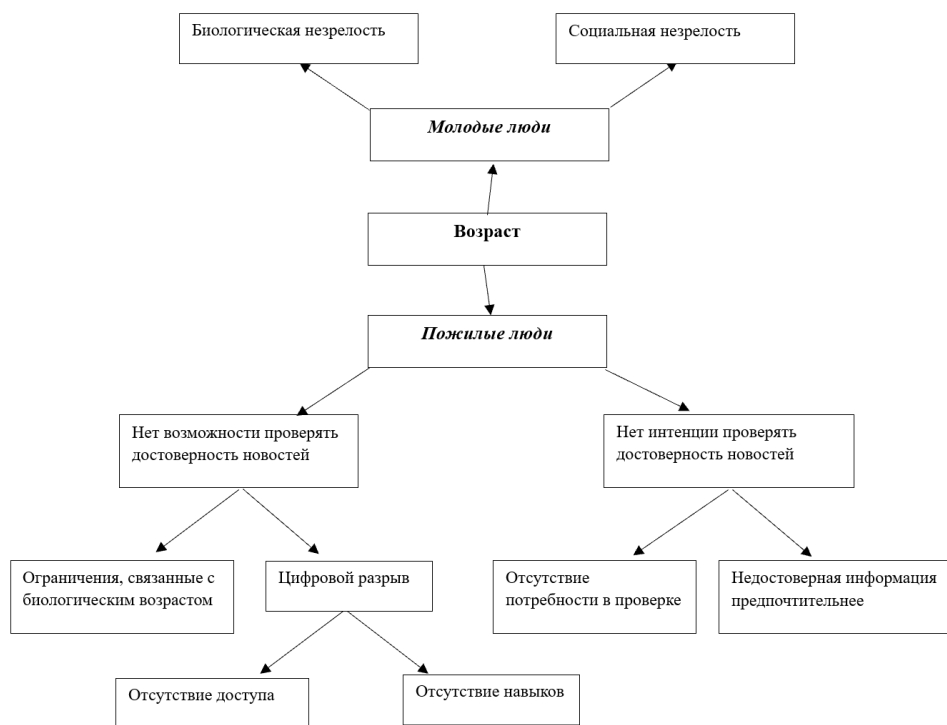
Следовательно, уязвимость молодежи описывается не в терминах влияния внешних обстоятельств, а с точки зрения личностных характеристик, что соответствует фундаментальной ошибке атрибуции. Младшие возрастные группы воспринимаются как подверженные негативному влиянию фейковых новостей в силу биологической (повышенная эмоциональность, несформированность психики) или социальной (инфантилизм, приписываемый социализации в чрезмерно благоприятных обстоятельствах) незрелости. Таким образом, возраст в нарративах как молодых, так и пожилых информантов приобретает различные смыслы и рассматривается как биологическая (например, в контексте когнитивных способностей), социальная (например, в связке с образом жизни) или поколенческая (преимущественно через акцентирование особенностей социализации) характеристика.

Некоторые информанты выделяют отдельные возрастные группы людей, уязвимых для фейковых новостей. Тогда как другие скорее очерчивают границы группы, которая должна наиболее эффективно справляться с недостоверной информацией. Люди, не попадающие в данную группу, оцениваются как подверженные фейкам. Таким образом, предполагается, что для дезинформации уязвимы и молодые, и пожилые люди, однако не сам информант и не те, кто близок к нему по возрасту: «20—37 лет отличат фейк быстрее, чем слишком молодые, слишком взрослые» (И29, муж., 26 лет).

Мне кажется, это еще зависит и от возраста реципиента. Например, если какую-нибудь [фейковую] новость слушает человек постарше, 30—40 лет, то он более восприимчив к этим новостям, нежели человек от 15 до 25, к примеру. То есть человек помладше, он как-то более предрасположен к тому, чтобы проверять новость, уточнять — в связи с осведомленностью с нынешними технологиями. А человек старше, он как-то больше такой традиционный, то есть ему легче включить, например, телевизор и проверять новости, которые оттуда исходят. То есть воспринимает все за чистую монету. Опять же, мое мнение. Так даже скорее не из-за возраста, а скорее из-за своей осведомленности в техническом плане. (И42, муж., 21 год)

Интересно, что возрастные границы, которые очерчивают группу относительно защищенных от дезинформации людей, не привязаны к жизненным событиям, таким как окончание школы или университета, и не обязательно принимают круглые значения. Вероятно, информант отстраивает эти границы от собственного возраста, помещая себя приблизительно в центр интервала. Предполагается, что интервьюируемый защищен от фейковых новостей в течение некоторого времени и в ближайшие годы сохранит эту защищенность.

Рис. 1. Обоснования предполагаемой уязвимости пожилых и молодых людей для фейковых новостей



Медиапотребление

Другим важным основанием для разделения на *мы* (относительно защищенные от фейковых новостей) и *они* (группа риска) становится медиапотребление — предпочитаемые источники и вовлеченность в новостной поток. В интервью противопоставляются аудитории интернета и телевидения, при этом каждая из сторон считает другую более уязвимой для дезинформации. Известно, что для старшего поколения основным источником новостей являются телевизионные новости, а для молодежи — онлайн-ресурсы⁶. Поэтому дихотомия «интернет против теле-

⁶ Медиапотребление и активность в интернете // ВЦИОМ. 2021. 23 сентября. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mediapotrebienie-i-aktivnost-v-internete> (дата обращения: 26.09.2025).

видения» представляет собой отражение дихотомии молодежь против пожилых. Нередко эти два основания для выделения группы, которой, по мнению информантов, должны угрожать фейки, смешиваются в рассуждениях.

Основная молодежь мало смотрит центральное телевидение, все сидят в социальных сетях, и поэтому есть такое поле действий для фейкометов всяких, именно в социальных сетях. (И5, муж., 60 лет)

В основном они [пожилые люди] смотрят телевизионные каналы, и кроме телевизора они не смогут больше нигде поискать информацию. А чтобы разоблачить фейковые новости, я уже говорила, нужна большая насмотренность и наглядность, поэтому они больше всего подвержены. (И105, жен., 19 лет)

Влияние вовлеченности в новости на предполагаемую уязвимость для дезинформации также оценивается неоднозначно. С одной стороны, активное потребление информационного контента позволяет человеку чувствовать себя компетентным в этой области, что, в свою очередь, усиливает эффект третьего лица [Lev-On, 2017]. Люди, которые высоко оценивают свои способности ориентироваться в современной медиасреде и выбирать надежные источники информации, считают других менее осведомленными и, следовательно, уязвимыми для фейковых новостей.

Вместе с тем возможно и обратное. Информанты с невысокой вовлеченностью в новости предполагают, что дезинформация угрожает их активным потребителям. Внимание к информационному контенту ассоциируется с частотой столкновения с фейковыми новостями. Поскольку многие информанты полагают, что абсолютная точность при идентификации недостоверного контента недостижима, большее воздействие означает более высокую уязвимость. Таким образом, потребление новостей в целом может интерпретироваться как своеобразный способ защиты от дезинформации: «Чем больше смотришь новостей, тем, наверное, чаще сталкиваешься [с фейками]. А если совсем не смотришь, то и не знаешь ничего, живешь спокойно» (И18, жен., 54 года).

Я думаю, это зависит от количества времени, которое они проводят в контакте с носителями информации, теми или иными носителями, будь то телевизор, интернет. Чем больше находятся в потоке новостей, тем, наверное, выше вероятность встретиться с фейками. (И80, жен., 53 года)

Это противоречит результатам предшествующего исследования, согласно которому более частое чтение газет увеличивает эффект третьего лица [Rucinski, Salmon, 1990]. Возможно, расхождение объясняется ограниченным доверием новостям [Вырковский, Шамсутдинова, 2024; Петрова, 2024] и распространением подозрительного отношения к такому контенту — предвзятости обмана (deception-bias) [Luo, Hancock, Markowitz, 2022]. Такие убеждения могут снижать информационную ценность новостей в глазах потребителя. Перекрестная проверка информации и просмотр разных источников и точек зрения в некоторых случаях может

интерпретироваться информантами не как способ выработки сбалансированной позиции, а как действия, повышающие риски дезинформированности.

Телезрители полагают, что интернет-аудитория имеет большие риски столкнуться с фейковыми новостями в силу слабой контролируемости информационной среды и роли неинституционализированных акторов в производстве онлайн-контента. Пользователи интернета, напротив, считают уязвимыми для дезинформации тех людей, кто полагается преимущественно на телевизионные выпуски новостей. Предполагается, что телевидение не предоставляет возможности для проверки информации и сравнения различных точек зрения, а также, по мнению некоторых интервьюируемых, транслирует ангажированный контент. Активные потребители новостей полагают, что они обладают достаточными компетенциями для того, чтобы ориентироваться в информационной среде и выбирать надежные источники информации. Это позволяет им считать себя и людей со сходным уровнем вовлеченности в новости более защищенными от недостоверного контента. Тогда как информанты с низкой вовлеченностью в новости придерживаются противоположного мнения: ассоциируют включенность в информационный поток с повышенными рисками столкнуться с дезинформацией, а собственный стиль медиапотребления интерпретируют как минимизацию контактов с таким контентом.

Образование и занятость

В случае с возрастом и медиапотреблением информанты воспринимали как уязвимых для фейковых новостей тех, кто отличался от них: молодые — пожилых и наоборот, вовлеченные — невовлеченных и наоборот, интернет-пользователи — телевизионную аудиторию и наоборот. Однако в отношении некоторых оснований для разделения общества на *мы* и *они* подобная симметрия отсутствует. Например, информанты, получившие или получающие в настоящее время образование, которое они считают хорошим, чувствуют себя более защищенными от фейковых новостей. Информантка, имеющая два высших образования, полагает, что это дает «возможность анализировать, выбирать информацию, разбираться в информации» (И56, жен., 68 лет). При этом обратного не наблюдается: люди без высшего образования не затрагивают данный вопрос в интервью и, что логично, не воспринимают более образованные категории населения как уязвимые для фейковых новостей. В целом это соответствует результатам количественных исследований, согласно которым эффект третьего лица сильнее проявляется у людей с высоким уровнем образования [Corbu et al., 2020; Rucinski, Salmon, 1990], воспринимающих других людей как менее образованных [Peiser, Peter, 2000].

Нарративы о значимости образования для защиты от ложного контента часто содержат упоминания аналитического или критического мышления. Однако это не означает, что информанты в действительности проверяют и верифицируют информацию. Решения о достоверности новостей могут приниматься людьми «интуитивно». При этом способность к таким «интуициям» приписывается образованию, хотя интуиция и аналитика — фактически противоположные стратегии обработки информации: «Может быть, более доверчивые люди, может быть, с не таким образованием каким-то общим, может быть, они и клюнут на эту удочку, но я интуитивно чувствую, что это фейк» (И63, жен., 71 год).

Другим основанием для выделения группы людей, потенциально подверженных дезинформации, становится *занятость на рынке труда*. Информанты, вовлеченные в трудовую деятельность, предполагают, что люди, похожие на них, относительно защищены от фейковых новостей отчасти в силу аналитических способностей, отчасти — по причине меньшей вовлеченности в информационный контент из-за отсутствия времени. Информантка, имеющая два высших образования, окончившая аспирантуру и занимающаяся бизнесом, говорит об этом так:

Это здравомыслящие, умные, умеющие анализировать люди, занятые своим делом, потому что, если ты делаешь свое дело, а если еще это дело и любимое, тебе вообще некогда. Тебе подумать лучше, как бы в семь дней вписать свою подружку, чтобы с ней пойти там потрындеть, а так у меня вот это, вот это, вот это, и вообще, у меня вот это... Ой, еще бы с мамой посидеть, еще бы туда бы сгонять, и все. Этот человек развит, он разносторонен, у него есть хобби какие-то. «Мне надо успеть, у меня сегодня танцы — все, я выключаюсь, ребята, или я выключаюсь, у нас там теннис вечером или мы с мамочкой сегодня идем куда-то». Это вот эта категория людей, все-таки у них мало времени на это [потребление новостей, включая фейковые]. У них очень большая, насыщенная, разнообразная жизнь. (И12, жен., 45 лет)

Люди, воспринимающие себя как успешно реализующихся на рынке труда, считают уязвимыми для фейковых новостей тех, кто от них отличается: «Домохозяйки чаще встречаются с этими [фейковыми] новостями. Я думаю, я чуть-чуть реже, потому что у меня времени иногда нету. Работы много и не до этого» (И25, муж., 43 года).

Другие основания

Можно выделить также ряд других параметров, с которыми связывается готовность поверить в фейковые новости. Однако они выполняют скорее дополняющую функцию и обычно используются при описании уязвимых групп вместе с рассмотренными ранее характеристиками — возрастом, спецификой медиапотребления, образованием и трудовой деятельностью. Одним из таких параметров является размер или тип населенного пункта.

Критическое мышление рассматривается как привилегия, доступная жителям крупных городов. Нарративы информантов из городов-миллионников (в первую очередь из Москвы) могут отражать стереотип о провинции как пространстве интеллектуальной и экономической стагнации. Жители крупных городов оценивают самих себя как более образованных, критически мыслящих и разносторонних. Информанты из таких населенных пунктов признают, что часто сталкиваются с фейковыми новостями, однако высоко оценивают свою способность их фильтровать.

*Во-первых, я считаю, что в Москве в среднем намного **больше людей с высшим образованием**. У меня есть какая-то история, что я сравниваю и все равно делаю поправку между критическими мышлениями и **уровнем дохода**. Просто принцип того, что ты **можешь съездить за границу**, посмотреть, как живут там. Это, типа, наложит на тебя какой-то отпечаток в любом случае. Я про Европу, да, про Штаты. Хорошая Азия из серии Южной Кореи. Таких людей просто в Москве больше. В Москве ты*

чаще встречаешься с действительно **интеллектуально развитыми людьми**. Соответственно, я думаю, что в Москве, опять же, в среднем по больнице лучше, чем в большинстве регионов. Окей, мы сюда Екат можем запихнуть, Питер, ну то есть какие-то топ три-четыре города-миллионника. В среднем по больнице-то все грустно, конечно, будет. (И50, муж., 24 года, переехал из Екатеринбурга в Москву)

Одновременно с этим в интервью неоднократно упоминается абстрактная «глушь», воспринимаемая как романтический идеал свободы от дезинформации. Подобные размышления возникают в условиях информационной перегрузки и низкой удовлетворенности качеством новостей, вызывающих желание изолировать себя от такого контента. Малые населенные пункты мифологизируются как места, где люди меньше сталкиваются с фейковыми новостями из-за ограниченного доступа к цифровым медиа и новостным потокам. Это создает образ «чистоты» и «аутентичности». В целом эти размышления о небольших населенных пунктах абстрактны и не привязаны к опыту информантов. Это скорее мечты о мире без информационного избытка и недостоверного контента, чем основанные на фактах представления о реальности.

Это зависит от каждого человека, от того, в каком информационном поле он находится, например, если человек **живет в какой-то глуши** и ему вообще не до новостей, то он намного меньше, чем я, будет сталкиваться с фейками, а если он каждый день читает новостные паблики и интернет-паблики, смотрит телевизор, то, скорее всего, фейковые новости будут появляться чаще, чем у меня. (И36, муж., 18 лет)

Ну где-то, возможно, **в глухой деревне**, люди, которые ведут архаический образ жизни, те, наверное, не сталкиваются с ними [фейковыми новостями] в такой мере, как мы. А мы, наверное, в современном мире очень часто от окружающих, от информационных ресурсов получаем, я думаю, что все часто. (И59, муж., 33 года)

Интересно также, что в качестве группы риска для фейковых новостей женщины могли воспринимать мужчин: «мужчины [уязвимы для дезинформации], потому что они тоже как бы доверчивые, они особо не углубляются. Женщины, они все-таки более внимательные, более требовательные» (И96, жен., 41 год). Однако подобные размышления встречались в интервью нечасто.

Кроме того, некоторые информанты предоставляли комплексные описания людей, которым, по их мнению, угрожает недостоверный контент. В таких случаях внимание акцентировалось на широком спектре параметров, ни один из которых информант не применял к себе. Например, студент престижного университета из Санкт-Петербурга 19 лет, узнающий новости из телеграм-каналов, так описал потенциальных жертв фейковых новостей:

Если эти люди **смотрят телевизор**, как мне кажется [они сталкиваются с фейками]. По-моему, **старшее поколение** больше фейков читает, сильно больше, чем молодое поколение. И мне кажется, что **люди из регионов** и в целом **с меньшим уровнем образования** сталкиваются с большим количеством фейковой информации. Поэтому

мне кажется, что я сталкиваюсь с ней реже, и даже если я с ней сталкиваюсь, я понимаю, что это фейковая новость. (И81, муж., 19 лет)

Предприниматель из Москвы 52 лет, имеющий два высших образования, в том числе одно по психологии, характеризует уязвимых для дезинформации людей, акцентируя внимание также на некоторых особенностях их мировоззрения:

Чаще всего это люди, **которые верят в эзотерику, в каких-то гадалок, астрологию, прочее подобное**. Наверное, **религиозные люди** разной степени религиозности. Люди изначально верующие смотрят на мир через призму различных когнитивных искажений, то есть такого упрощенного мышления. **Верящие в какие-то теории заговора**, они могут даже, наоборот, интересоваться фейковыми новостями, чтобы ими подкреплять свои какие-то взгляды на заговоры, что-то еще такое. **Менее образованные люди**, которые могут верить во все что угодно, **низшие классы**, так далее. **Маргинальная среда**. Возрастные категории — чаще всего более внушаемым будет **пожилое поколение**, там связано уже с какими-то **когнитивными проблемами**, которые возникают с возрастом, когда мышление упрощается. Когда, скажем так, метафорическое количество извилин сокращается и сложнее человеку анализировать, мыслить рационально, критически и так далее. **Молодежь**, наоборот, еще не имеет какого-то опыта критического восприятия информации, тоже может в это больше верить. Люди, **подверженные каким-то идеологиям**, то есть состоящие в каких-то политических организациях, где они привыкли верить каким-то партийным инструкциям, установкам, партийной пропаганде и так далее. (И57, муж., 52 года)

Заключение

Исследование выявило несколько ключевых дихотомий, на основе которых респонденты выделяют группы, наиболее уязвимые перед фейковыми новостями. В отношении некоторых дихотомий (молодежь — пожилые люди, телезрители — интернет-пользователи, вовлеченные в новости — избегающие такого контента) наблюдается отсутствие однозначности и возможность интерпретировать как группу риска любой из полюсов, тогда как другие параметры (низкий уровень образования, проживание вне городов-миллионников, религиозность) явно ассоциируются с повышенной склонностью верить недостоверным сообщениям. Важно отметить, что информанты, описывая уязвимые группы, не относят к ним людей с характеристиками, которые воспринимаются как присущие им самим. Наблюдается эффект третьего лица — уверенность в том, что фейковые новости влияют на других, но (по большей части) не на самого человека. Информанты считают, что они не принадлежат к группе риска, а наибольшие шансы поверить в дезинформацию имеют люди, отличающиеся от них по тем или иным значимым параметрам. Данный феномен подчеркивает важность изучения социальных и когнитивных механизмов, лежащих в основе восприятия дезинформации, и их влияние на формирование общественного мнения.

Важный методологический результат исследования — выявление дифференцированных оснований для эффекта третьего лица, что ставит под сомнение целесообразность использования общих вопросов о восприятии влияния фейковых

новостей на себя и других в количественных исследованиях. Информанты выделяют категорию *другие* относительно себя: для одних это молодежь, для других — пожилые люди, жители малых городов или даже целый комплекс социальных характеристик. Следовательно, ответы на такие вопросы могут опираться на разные представления о группах риска, что снижает их сопоставимость и затрудняет интерпретацию получаемых результатов.

Эффект третьего лица в контексте фейковых новостей может иметь ряд негативных последствий как на индивидуальном, так и на социальном уровне. Во-первых, убежденность, что фейковые новости влияют на других, но не на самого человека, создает ложное чувство защищенности, снижая мотивацию к проверке информации и критическому осмыслению контента. Это может привести к пассивному потреблению новостей и увеличению рисков распространения дезинформации. Во-вторых, эффект третьего лица способствует формированию патерналистских установок, когда люди начинают воспринимать определенные группы (например, пожилых, жителей провинции или малообразованных) как неспособных самостоятельно справляться с информационными угрозами. Такое снисходительное отношение может подкреплять социальное неравенство и стигматизацию уязвимых групп.

Исследование не свободно от ограничений. Во-первых, хотя выборка является гетерогенной по многим ключевым параметрам (пол, возраст, вовлеченность в потребление новостей, сфера деятельности информантов), она имеет ряд смещений. В частности, среди информантов минимально представлено сельское население, а также преобладают люди с высшим образованием или те, кто находится в процессе его получения. Например, только для 12 интервьюируемых наивысшим уровнем образования является среднее или среднее профессиональное. Вместе с тем, учитывая большой объем собранных данных, эти группы оказываются все же охвачены в исследовании. Разумеется, они представлены в выборке меньше, чем в генеральной совокупности. Однако для качественного исследования, не претендующего на репрезентативность в ее «количественном» понимании, это не критично. Во-вторых, сложностью при проведении эмпирического этапа исследования могла стать ограниченная рефлексивность информантов. Абстрактные вопросы о фейковых новостях, над которыми кто-то из интервьюируемых ранее мог не задумываться, могли вызывать затруднение. С целью решения этой проблемы при разработке гайда была предпринята попытка сбалансировать более абстрактные вопросы о фейках как о феномене (требующие относительно высокой рефлексивности) и вопросы, относящиеся к непосредственному опыту потребления новостей и столкновения с дезинформацией (в отношении которых могли возникать затруднения с припоминанием). Сочетание этих подходов позволило получить развернутые ответы.

Список литературы (References)

1. Вырковский А. В., Шамсутдинова Ю. Ф. Категория доверия к массмедиа в условиях информационной турбулентности: время обновлять концепции? // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 6. С. 182—203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529>.

- Vyrkovsky A. V., Shamsutdinova Y. F. (2024) The Category of Trust in Mass Media in the Conditions of Information Turbulence: Time to Update the Concepts? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 182—203. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.6.2529>. (In Russ.)
2. Дорофеева В. В. Фейковые новости в современном медиапространстве // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. № 4. С. 774—786. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).774-786](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).774-786).
Dorofeeva V. V. (2019) Fake News in Modern Media Space. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. No. 4. P. 774—786. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8\(4\).774-786](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2019.8(4).774-786). (In Russ.)
3. Зуйкина К. Л., Соколова Д. В. Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2019. № 4. С. 3—22.
Zuikina K. L., Sokolova D. V. (2019) The Specifics of Russian Fake News Content on the Internet and Television. *Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism*. No. 4. P. 3—22. (In Russ.)
4. Казун А. Д. «Народные теории» фейковых новостей // Полис. Политические исследования. 2025а. № 6. С. 73—85. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.06.06>.
Kazun A. D. (2025a) Folk Theories of Fake News. *Polis. Political Studies*. No. 6. P. 73—85. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.06.06>. (In Russ.)
5. Казун А. Д. «Очернить светлое и чистое, обелить темное и грязное»: представления россиян о потенциальных рисках фейковых новостей // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2025б. Т. 17. № 3. С. 35—54. <https://doi.org/10.19181/inter.2025.17.3.2>.
Kazun A. D. (2025b) “To Tarnish the Bright and Pure, to Whitewash the Dark and Dirty”: Russians’ Perceptions of the Potential Risks of Fake News. *Interaction. Interview. Interpretation*. Vol. 17. No. 3. P. 35—54. <https://doi.org/10.19181/inter.2025.17.3.2>. (In Russ.)
6. Казун А. Д., Петрова Д. В. Борьба без надежды: Общественные представления о способах противодействия фейковым новостям // Политика: Анализ. Хроника. Прогноз. 2025. № 3. С. 108—126. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2025-118-3-108-126>.
Kazun A. D., Petrova D. V. (2025) Fighting Without Hope: Public Perceptions of Strategies for Countering Fake News. *Politeia: Analysis. Chronicle. Forecast*. No. 3. P. 108—126. <https://doi.org/10.30570/2078-5089-2025-118-3-108-126>. (In Russ.)
7. Петрова Д. В. Потребление новостей в сельской местности: (не)доверие и стратегии верификации информации // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 91—114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572>.

- Petrova D. V. (2024) News Consumption in Rural Area: (Dis)Trust and Verification Strategies. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 4. P. 91—114. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2572>. (In Russ.)
8. Ушкин С. Г. Не только социальные сети: каналы распространения фейковых новостей в представлениях населения // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2024. № 2. С. 162—176. <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.460>.
Ushkin S. G. (2024) Not Only Social Networks: Channels of Dissemination of Fake News in the Views of the Population. *Galactica Media: Journal of Media Studies*. Vol. 6. No. 2. P. 162—176. <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.460>. (In Russ.)
 9. Banning S. A. (2001) Do You See What I See?: Third-Person Effects on Public Communication Through Self-Esteem, Social Stigma, and Product Use. *Mass Communication and Society*. Vol. 4. No. 2. P. 127—147. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0402_01.
 10. Brown J. D. (1986) Evaluations of Self and Others: Self-Enhancement Biases in Social Judgments. *Social Cognition*. Vol. 4. No. 4. P. 353—376.
 11. Büchi M., Just N., Latzer M. (2016) Modeling the Second-Level Digital Divide: A Five-Country Study of Social Differences in Internet Use. *New Media & Society*. Vol. 18. No. 11. P. 2703—2722. <https://doi.org/10.1177/1461444815604154>.
 12. Chambers J. (2008) Explaining False Uniqueness: Why We are Both Better and Worse Than Others. *Social and Personality Psychology Compass*. No. 2. P. 878—894. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00076.x>.
 13. Cohen J., Mutz D., Price V., Gunther A. (1988) Perceived Impact on Defamation: An Experiment on Third-Person Effects. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 52. No. 2. P. 161—173. <https://doi.org/10.1086/269092>.
 14. Corbu N., Oprea D.-A., Frunzar V. (2022) Romanian Adolescents, Fake News, and the Third-Person Effect: A Cross-Sectional Study. *Journal of Children and Media*. Vol. 16. No. 3. P. 387—405. <https://doi.org/10.1080/17482798.2021.1992460>.
 15. Corbu N., Oprea D.-A., Negrea-Busuioac E., Radu L. (2020) 'They Can't Fool Me, But They Can Fool the Others!' Third Person Effect and Fake News Detection. *European Journal of Communication*. Vol. 35. No. 2. P. 165—180. <https://doi.org/10.1177/0267323120903686>.
 16. Davison W. P. (1983) The Third-Person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*. Vol. 47. No. 1. 1—15. <https://doi.org/10.1086/268763>.
 17. Egelhofer J. L., Lecheler S. (2019) Fake News as a Two-Dimensional Phenomenon: A Framework and Research Agenda. *Annals of the International Communication Association*. Vol. 43. No. 2. P. 97—116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>.
 18. Eveland JR. W. P., Nathanson A. I., Detenber B. H., McLeod D. M. (1999) Rethinking the Social Distance Corollary: Perceived Likelihood of Exposure and the Third-

- Person Perception. *Communication Research*. Vol. 26. No. 3. P. 275—302. <https://doi.org/10.1177/009365099026003001>.
19. Gibbon P., Durkin K. (1995) The Third Person Effect: Social Distance and Perceived Media Bias. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 25. No. 5. P. 597—602. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420250509>.
 20. Gunther A. C. (1995) Overrating the X-Rating: The Third-Person Perception and Support for Censorship of Pornography. *Journal of Communication*. Vol. 45. No. 1. P. 27—38. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1995.tb00712.x>.
 21. Gunther A. C., Storey J. D. (2003) The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*. Vol. 53. No. 2. P. 199—215. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02586.x>.
 22. Guo L., Johnson B. G. (2020) Third-Person Effect and Hate Speech Censorship on Facebook. *Social Media + Society*. Vol. 6. No. 2. Art. 2056305120923003. <https://doi.org/10.1177/2056305120923003>.
 23. Hoffner C., Buchanan M., Anderson J. D., Hubbs L. A., Kamigaki S. K., Kowalczyk L., Pastorek A., Plotkin R. S., Silberg K. J. (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of the Third-Person Effect and News Exposure. *Communication Research*. Vol. 26. No. 6. P. 726—742. <https://doi.org/10.1177/009365099026006004>.
 24. Jang S. M., Kim J. K. (2018) Third Person Effects of Fake News: Fake News Regulation and Media Literacy Interventions. *Computers in Human Behavior*. No. 80. P. 295—302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>.
 25. Kim M. (2025) A Direct and Indirect Effect of Third-Person Perception of COVID-19 Fake News on Support for Fake News Regulation on Social Media: Investigating the Role of Negative Emotions and Political Views. *Mass Communication and Society*. Vol. 28. No. 2. P. 229—252. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2227601>.
 26. Lev-On A. (2017) The Third-Person Effect on Facebook: The Significance of Perceived Proficiency. *Telematics and Informatics*. Vol. 34. No. 4. P. 252—260. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.07.002>.
 27. Liu P. L., Huang L. V. (2020) Digital Disinformation About COVID-19 and the Third-Person Effect: Examining the Channel Differences and Negative Emotional Outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Vol. 23. No. 11. P. 789—793. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0363>.
 28. Luo M., Hancock J. T., Markowitz D. M. (2022) Credibility Perceptions and Detection Accuracy of Fake News Headlines on Social Media: Effects of Truth-Bias and Endorsement Cues. *Communication Research*. Vol. 49. No. 2. P. 171—195. <https://doi.org/10.1177/0093650220921321>.
 29. McCombs M. (2014) *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. 2nd ed. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity Press.

30. McLaughlin B., Gotlieb M. R., Mills D. J. (2023) Caught in a Dangerous World: Problematic News Consumption and Its Relationship to Mental and Physical Ill-Being. *Health Communication*. Vol. 38. No. 12. P. 2687—2697. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2106086>.
31. McLeod D. M., Detenber B. H., Eveland Jr. W. P. (2001) Behind the Third-Person Effect: Differentiating Perceptual Processes for Self and Other. *Journal of Communication*. Vol. 51. No. 4. P. 678—695. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2001.tb02902.x>.
32. McLeod D. M., Eveland W. P., Nathanson A. I. (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the Third-Person Effect. *Communication Research*. Vol. 24. No. 2. P. 153—174. <https://doi.org/10.1177/009365097024002003>.
33. Meirick P. C. (2005) Rethinking the Target Corollary: The Effects of Social Distance, Perceived Exposure, and Perceived Predispositions on First-Person and Third-Person Perceptions. *Communication Research*. Vol. 32. No. 6. P. 822—843. <https://doi.org/10.1177/0093650205281059>.
34. Nelson J. L., Lewis S. C. (2023) Only “Sheep” Trust Journalists? How Citizens’ Self-Perceptions Shape Their Approach to News. *New Media & Society*. Vol. 25. No. 7. P. 1522—1541. <https://doi.org/10.1177/14614448211018160>.
35. Pardun C. J., McKeever R., Bedingfield S. (2017) Smoke Gets in Their Eyes? Third-Person Effects of Electronic Cigarette Advertising. *Journal of Promotion Management*. Vol. 23. No. 5. P. 708—726. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1297980>.
36. Park S.-Y. (2005) The Influence of Presumed Media Influence on Women’s Desire to Be Thin. *Communication Research*. Vol. 32. No. 5. P. 594—614. <https://doi.org/10.1177/0093650205279350>.
37. Paul B., Salwen M. B., Dupagne M. (2000) The Third-Person Effect: A Meta-Analysis of the Perceptual Hypothesis. *Mass Communication and Society*. Vol. 3. No. 1. P. 57—85. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_04.
38. Peiser W., Peter J. (2000) Third-Person Perception of Television-Viewing Behavior. *Journal of Communication*. Vol. 50. No. 1. P. 25—45. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02832.x>.
39. Perloff R. M. (1999) The Third Person Effect: A Critical Review and Synthesis. *Media Psychology*. Vol. 1. No. 4. P. 353—378. https://doi.org/10.1207/s1532785x-mep0104_4.
40. Perloff R. M., Shen L. (2023) The Third-Person Effect 40 Years After Davison Penned It: What We Know and Where We Should Traverse. *Mass Communication and Society*. Vol. 26. No. 3. P. 384—413. <https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2134802>.

41. Rojas H., Shah D. V., Faber R. J. (1996) For the Good of Others: Censorship and the Third-Person Effect. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 8. No. 2. P. 163—186. <https://doi.org/10.1093/ijpor/8.2.163>.
42. Ross L. (1977) The Intuitive Psychologist and His Shortcomings: Distortions in the Attribution Process. *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 10. P. 173—220. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60357-3](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60357-3).
43. Rucinski D., Salmon C. T. (1990) The 'Other' as the Vulnerable Voter: A Study of the Third-Person Effect in the 1988 U. S. Presidential Campaign. *International Journal of Public Opinion Research*. Vol. 2. No. 4. P. 345—368. <https://doi.org/10.1093/ijpor/2.4.345>.
44. Russmann U., Hess A. (2020) News Consumption and Trust in Online and Social Media: An In-Depth Qualitative Study of Young Adults in Austria. *International Journal of Communication*. Vol. 14. P. 3184—3201.
45. Salwen M. B., Dupagne M. (1999) The Third-Person Effect: Perceptions of the Media's Influence and Immoral Consequences. *Communication Research*. Vol. 26. No. 5. P. 523—549. <https://doi.org/10.1177/009365099026005001>.
46. Schmierbach M., Andsager J., Banning S., Chung M., Lyons B., McLeod D. M., Meirick P. C., Pan Z., Rojas H., Sun Y. (2023) Another Point of View: Scholarly Responses to the State of Third-Person Research. *Mass Communication and Society*. Vol. 26. No. 3. P. 359—383. <https://doi.org/10.1080/15205436.2023.2193512>.
47. Silva G. M. (2012) Folk Conceptualizations of Racism and Antiracism in Brazil and South Africa. *Ethnic and Racial Studies*. Vol. 35. No. 3. P. 506—522. <https://doi.org/10.1080/01419870.2011.589523>.
48. Ștefăniță O., Corbu N., Buturoiu R. (2018) Fake News and the Third-Person Effect: They are More Influenced than Me and You. *Journal of Media Research*. Vol. 11. No. 3. P. 5—23.
49. Sun Y., Pan Z., Shen L. (2008) Understanding the Third-Person Perception: Evidence From a Meta-Analysis. *Journal of Communication*. Vol. 58. No. 2. P. 280—300. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00385.x>.
50. Svenson O. (1981) Are We All Less Risky and More Skillful Than Our Fellow Drivers? *Acta Psychologica*. Vol. 47. No. 2. P. 143—148. [https://doi.org/10.1016/0001-6918\(81\)90005-6](https://doi.org/10.1016/0001-6918(81)90005-6).
51. Tsifti Y., Cohen J. (2012) Perceptions of Media and Media Effects. In: Valdivia A. N. (ed.) *The International Encyclopedia of Media Studies*. Vol. 5: *Media Effects/Media Psychology*. Chichester, West Sussex; Malden, MA: Wiley-Blackwell. P. 128—146. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems995>.
52. Van Dijk J. A. G. M. (2005) *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. London; Thousand Oaks, CA; New Delhi: SAGE Publications.

53. Van Dijk J. A. G. M. (2017) Digital Divide: Impact of Access. In: Rössler P. (ed.-in-chief), Hoffner C. A., van Zoonen L. (assoc. eds.) *The International Encyclopedia of Media Effects*. Chichester, West Sussex: John Wiley & Sons. P. 1—11. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0043>.
54. Vu H. T., Guo L., McCombs M. E. (2014) Exploring “the World Outside and the Pictures in Our Heads”: A Network Agenda-Setting Study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. Vol. 91. No. 4. P. 669—686. <https://doi.org/10.1177/1077699014550090>.
55. Yang F., Horning M. (2020) Reluctant to Share: How Third Person Perceptions of Fake News Discourage News Readers from Sharing “Real News” on Social Media. *Social Media + Society*. Vol. 6. No. 3. <https://doi.org/10.1177/2056305120955173>.
56. Zell E., Strickhouser J. E., Sedikides C., Alicke M. D. (2020) The Better-Than-Average Effect in Comparative Self-Evaluation: A Comprehensive Review and Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*. Vol. 146. No. 2. P. 118—149. <https://doi.org/10.1037/bul0000218>.

Приложение

Таблица 1. Характеристики упомянутых в статье информантов

№	Город	Продолжительность (мин.)	Пол	Возраст	Род деятельности	Заинтересованность в новостях
2	Санкт-Петербург	48	жен	20	Студент	Высокая
5	Владивосток	47	муж	60	Машинист насосов осветленной воды	Высокая
11	Краснодар	57	жен	17	Школьница	Низкая
12	Москва	69	жен	45	ИП	Высокая
15	Барнаул	50	жен	23	Студентка	Высокая
17	Москва	32	муж	20	Студент	Средняя
18	Рязань	30	жен	54	Домохозяйка	Средняя
20	Москва	42	жен	46	Архитектор	Высокая
21	Москва	39	жен	21	Стилист	Высокая
25	Междуреченск	50	муж	43	ИП, юрист	Высокая
29	Владивосток	41	муж	26	Менеджер	Средняя
36	Москва	44	муж	18	Студент	Высокая
42	Санкт-Петербург	46	муж	21	Студент, тренер по баскетболу	Высокая
50	Екатеринбург	58	муж	24	Аналитик	Высокая
56	Владивосток	47	жен	68	Фрилансер (переводы и юридическая консультация)	Высокая

№	Город	Продолжительность (мин.)	Пол	Возраст	Род деятельности	Заинтересованность в новостях
57	Москва	66	муж	52	Предприниматель (онлайн-школа)	Средняя
58	Москва	49	муж	25	Фрилансер (программист)	Низкая
59	Рязань	40	жен	33	Бухгалтер	Высокая
63	Пенза	36	жен	71	Преподаватель музыкальной школы	Средняя
69	Оренбург	61	муж	19	Студент	Средняя
77	Пенза	43	жен	68	Пенсионер	Средняя
80	Москва	59	жен	53	Переводчик	Низкая
81	Санкт-Петербург	40	муж	19	Студент	Низкая
94	Москва	36	муж	18	Студент	Средняя
96	п.Акбулак	41	жен	41	Специалист тех. поддержки в Яндекс.Такси	Низкая
100	Хабаровск	52	жен	55	Предприниматель	Средняя
101	Москва	83	муж	55	Антрополог	Средняя
105	Санкт-Петербург	44	жен	19	Студент, тренер по эстетической гимнастике	Средняя
113	Дзержинск	32	муж	42	Электротехника, IT	Высокая
116	Москва	40	муж	22	Студент, менеджер по продажам	Средняя

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3117](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3117)



Р. А. Щербаков

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ:
СВЯЗЬ С СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ СТАТУСОМ
И ОПЫТОМ ПЕРЕЖИВАНИЯ РИСКОВ**

Правильная ссылка на статью:

Щербаков Р. А. Индивидуальные практики кибербезопасности: связь с социально-экономическим статусом и опытом переживания рисков // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 216—235. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3117>.

For citation:

Shcherbakov R. A. (2026) Individual Cybersecurity Practices: Relationship with Socioeconomic Status and Risk Experience of Risk Exposure. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 216—235. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3117>. (In Russ.)

Получено: 02.10.2025. Принято к публикации: 18.02.2026.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ: СВЯЗЬ С СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ СТАТУСОМ И ОПЫТОМ ПЕРЕЖИВАНИЯ РИСКОВ

ЩЕРБАКОВ Роман Андреевич — аспирант, стажер-исследователь Лаборатории исследований науки и технологий, Институт статистических исследований и экономики знаний, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: rashcherbakov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-5054-3869>

Аннотация. Цель исследования состояла в выявлении факторов, связанных с использованием россиянами практик кибербезопасности. В качестве факторов рассматривались социально-экономический статус (пол, возраст, наличие высшего образования, тип поселения и материальное положение), а также опыт столкновения с цифровыми рисками и связанная с ним обеспокоенность приватностью в сети. Эмпирической базой послужили данные Мониторинга цифровой трансформации экономики и общества Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ за 2024 г. ($N=10\,038$). Практики кибербезопасности были разделены на две группы: инструментальные — простые действия, такие как установка паролей и использование биометрической идентификации, и стратегические — более сложные меры, включающие управление доступом к данным и настройку параметров безопасности. Анализ показал, что около пятой части населения вовсе не использует меры защиты, тогда как примерно половина сочетает инструментальные и стратегические практики. Социально-экономический статус в большей степени связан с использованием стратегических практик по сравнению с инструментальными. Кроме того, именно в отношении

INDIVIDUAL CYBERSECURITY PRACTICES: RELATIONSHIP WITH SOCIOECONOMIC STATUS AND RISK EXPERIENCE OF RISK EXPOSURE

Roman A. SHCHERBAKOV¹ — Doctoral Student; Research Assistant, Laboratory for Science and Technology Studies, Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge
E-MAIL: rashcherbakov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0002-5054-3869>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Abstract. The aim of this study is to identify factors related to the use of cybersecurity practices among the Russian population. The author considers factors such as socioeconomic status (gender, age, higher education, type of settlement, and financial situation) and experience of exposure to digital risk (the fact of being exposed to risks and declared concerns about online privacy). The empirical basis of the study is data from the Monitoring of the Digital Transformation of the Economy and Society, 2024 ($N=10\,038$) conducted by Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge (ISSEK) at HSE University. Cybersecurity practices were divided into two groups: instrumental — simple actions such as setting passwords and using biometric identification, and strategic — more complex actions such as managing access to data and adjusting security settings. The analysis showed that about one-fifth of the population does not use any protective practices at all, while about half combine simple and complex ones. At that, socioeconomic status has stronger relation to the choice of strategic practices in comparison with instrumental practices. In addition, concern about online privacy is significantly related only to complex practices. Experience of digital risks is a significant predictor of both simple and complex practices. The results sug-

стратегических практик была зафиксирована положительная связь с обеспокоенностью приватностью в интернете. Опыт столкновения с киберрисками оказался значимым предиктором использования как инструментальных, так и стратегических практик. Полученные результаты позволяют предположить, что рефлексивное поведение в цифровой среде формируется на основе индивидуального опыта столкновения с рисками, тогда как выбор стратегий защиты зависит от объема материальных и культурных ресурсов. Таким образом, рефлексивность в отношении цифровых рисков может рассматриваться как одно из измерений социального неравенства.

Ключевые слова: риски цифровизации, кибербезопасность, практики противостояния рискам, цифровизация, цифровое неравенство, рефлексивное поведение

Благодарность. Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ (HSE-BR-2025-018).

gest that reflective behavior in the digital environment is formed by individual experiences of risk, while the choice of strategies for protection depends on the amount of material and cultural resources. Therefore, reflectivity towards digital risks can be considered as one of the dimensions of social inequality.

Keywords: digitalization risks, cybersecurity, risk mitigation practices, digitalization, digital divide, reflexive behavior

Acknowledgments. This article is an output of a research project HSE-BR-2025-018 implemented as part of the Basic Research Program at HSE University.

Введение

Цифровизация — это использование оцифрованной информации в различных процессах, а также трансформация социально-экономической среды под влиянием данного процесса [Gradillas, Thomas, 2025]. За последние десятилетия цифровизация охватила почти все сферы жизни, в результате чего цифровые технологии стали неотъемлемой частью быта большей части населения мира. Согласно данным Международного союза электросвязи (МСЭ), в 2025 г. более половины мирового населения (74 %) пользовалась интернетом, владела мобильным телефоном (82 %) или проживала в зоне покрытия высокоскоростного интернета (93 %) ¹.

Такое масштабное распространение цифровых технологий преобразовывает социальную реальность. С одной стороны, цифровые технологии дают пользователям много преимуществ — более быструю и гибкую коммуникацию, облегченный доступ к информации, больше возможностей для развлечений, образования и проч. С другой стороны, цифровизация связана и с определенными рисками для общества [Lupton, 2016]. К примерам такого воздействия можно отнести раз-

¹ Statistics // ITU. URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/pages/stat/default.aspx> (дата обращения: 08.04.2026).

личные виды прямых рисков — интернет-зависимость и риски кибербезопасности, включая киберпреступления. При этом риски, связанные с цифровыми технологиями, могут быть непрямыми и иметь отложенные эффекты. К ним можно отнести цифровое неравенство, которое выражается в негативном изменении социального статуса из-за неравного доступа к технологиям или недостатка в навыках по их использованию.

Прямые риски, в частности риски кибербезопасности, оказываются одной из наиболее актуальных проблем в современном мире. Кибербезопасность — это защита индивида или организации, а также любых активов от угроз в киберпространстве, способных привести к несанкционированному доступу, утрате или неправомерному использованию информации [von Solms, van Niekerk, 2013]. Риски кибербезопасности включают в себя широкий спектр событий, которые могут нарушить безопасность в интернете, таких как заражение компьютерными вирусами, онлайн-мошенничество, кража личных данных. Эти риски все больше становятся частью повседневного опыта пользователей. По данным Росстата, с 2020 г. по 2024 г. доля интернет-пользователей от 15 лет и старше, столкнувшихся с проблемами кибербезопасности², выросла с 29 % до 48 %.

Противостояние рискам

Для защиты от цифровых угроз индивиды и организации адаптируют различные практики кибербезопасности. В литературе по исследованию рисков четко различаются коллективные, или институциональные, стратегии управления рисками и индивидуальные [Giritli Nygren, Olofsson, 2020]. Типичным примером первых стратегий является социальное страхование, когда организация берет на себя ответственность за управление и минимизацию рисков для определенной группы. Индивидуальные стратегии означают сознательные действия или модели поведения, которые используют люди для снижения риска в разных сферах. Например, для борьбы с игровой зависимостью некоторые игроки могут устанавливать самозапрет или лимиты на использование денежных средств [Drawson et al., 2017].

Когда речь идет о киберрисках, таких как утечка личных данных, онлайн-мошенничество и проч., институциональные решения включают в себя системы цифровой безопасности, созданные и внедренные техническими экспертами. Примерами таких решений могут служить системы аутентификации, антивирусные программы, шифрование данных и пр. на цифровых устройствах или в приложениях. Однако исследования в области кибербезопасности показывают, что реальное поведение людей часто не соответствует ожиданиям, заложенным в подобные решения, так как они не учитывают осведомленность пользователей о технологиях, их восприятие и умение ими пользоваться [Ng, Kankanhalli, Xu, 2009; Ögütçü, Testik, Chouseinoglou, 2016]. В результате эти технические решения сами по себе не всегда эффективны. Таким образом, кибербезопасность — это не только технологическая проблема, но и вопрос социального поведения.

В некоторых исследованиях рисков способность предотвращать или снижать риски, используя знания, описывается понятием рефлексивности. Эта идея про-

² Включая заражение вирусами, спам, получение мошеннических писем, кражу денежных средств, перенаправление на поддельные сайты, несанкционированный доступ к устройству и взлом учетных записей.

исходит из теории общества риска, разработанной Энтони Гидденсом [Гидденс, 2011] и Ульрихом Бекон [Бек, 2000]. Рефлексивность означает планирование жизни в условиях неопределенности с использованием знаний, произведенных в рамках различных экспертных систем [Гидденс, 2011]. Экспертные или абстрактные системы в понимании Гидденса означают системы профессиональной экспертизы или технического знания (например, медицина или право), на основе которых строится материальная или социальная сфера жизни [ibid.]. Рефлексивность помогает индивидам справляться с неопределенностью и рисками, вызванными модернизацией, и включает в себя общественное или индивидуальное осознание рисков, а также стратегии, то есть действия или практики по противостоянию им [Olofsson, Öhman, 2007].

В работах Гидденса и Бека рефлексивность рассматривается как характеристика поздней современности, связанная с возможностью индивидов (как и институтов) осмысливать и оценивать свои действия в условиях неопределенности. Однако рефлексивность не является универсальной чертой. Ряд авторов утверждают, что она неравномерно распределена в обществе и связана с социальной позицией индивида [Lash, 1997]. Рефлексивный индивид — это представитель социально и экономически привилегированных групп, имеющих материальные и культурные ресурсы для осознания рисков и адаптации стратегий для противостояния им [Lupton, 1999: 116]. Несмотря на то что разные социальные группы могут одинаково воспринимать риски, их способность отвечать на них может варьировать в зависимости от социальных условий и жизненных обстоятельств [Olofsson, Öhman, 2007].

Важным фактором принятия решений в отношении рисков оказывается также доверие экспертным системам, которое балансирует риск и обеспечивает индивидам опыт безопасности. В случае неудачного опыта взаимодействия с такими системами одна из реакций индивида может выражаться в попытке избежать контактов с ней и заполнить пробел самостоятельными действиями. Например, выходя в интернет, индивид принимает риски, связанные с этим, полагаясь на системы цифровой безопасности и предполагая, что вероятность столкнуться с утечкой данных или взломом аккаунта минимизирована. Нарушение цифровой безопасности в таком случае приводит к недоверию, то есть отрицательному или скептическому отношению к системе [Гидденс, 2011]. По мысли Гидденса, нарастающая, недоверие превращается в беспокойство. Таким образом, недоверие и беспокойство из-за функционирования систем безопасности могут приводить к выработке индивидами практик по самостоятельной минимизации рисков.

Хотя риски цифровизации затрагивают значительную часть общества, остается недостаточно ясно, какие практики индивиды используют для самозащиты в цифровом пространстве и как это связано с социально-экономическим статусом. Одна из причин этого — редкое обращение исследователей к цифровизации как к источнику угроз. В связи с этим цель настоящей работы заключается в выявлении того, каким образом способность противостоять рискам цифровой безопасности соотносится с социально-экономическим статусом и опытом переживания рисков. Предполагается, что анализ практик кибербезопасности позволит сделать выводы о характере и распределении рефлексивности в условиях цифровизации.

Методический подход к изучению практик кибербезопасности

Данные

Эмпирическая база исследования основана на материалах второй волны Мониторинга цифровой трансформации экономики и общества, реализованного Институтом статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. Сбор данных проходил по месту жительства респондентов в формате личных интервью в апреле — мае 2024 г. Выборка включала население России из 64 регионов в возрасте от 14 лет и старше и формировалась с учетом пола, возраста, уровня образования и типа населенного пункта. В опросе приняли участие 10 038 человек, из которых 8404 (83 %) пользуются интернетом. Для обеспечения корректного представления генеральной совокупности применялось взвешивание по полу, возрасту, типу поселения, федеральному округу и региону. Так как работа фокусируется на противостоянии рискам цифровизации, в анализ включены только интернет-пользователи.

Анкета состояла из 14 тематических блоков, охватывающих широкий спектр вопросов — от доступа к интернету и использования устройств до цифровизации повседневных практик, онлайн-заработка и рисков.

Зависимая переменная. Практики кибербезопасности

Несмотря на большое разнообразие практик кибербезопасности, в исследовании охватывались только практики, доступные рядовым пользователям, тем самым не учитывались технически сложные инструменты, применяемые на уровне организаций, — криптографическое шифрование, системы обнаружения вторжений и пр. Набор практик кибербезопасности, о которых спрашивали респондентов, включает в себя: 1) использование пин-кода или пароля для разблокировки устройства, 2) использование отпечатка пальца или Face ID для разблокировки устройства, 3) сознательную замену паролей время от времени, 4) проверку безопасности сайта (например, наличие в адресе букв `https`, сертификата или логотипа безопасности и др.), 5) ознакомление с соглашением о конфиденциальности персональных данных при регистрации на сайтах и при установке приложений, 6) ограничение или отказ в доступе к местоположению при использовании приложений или сайтов, 7) ограничение доступа к профилю, контенту в соцсетях или облачных хранилищах (закрытие профиля, ограничение возможности просматривать страницу и др.), 8) отказ от разрешения использовать персональные данные в рекламных целях (например, отказ от рекламной рассылки по электронной почте и др.), 9) изменение настроек веб-браузера (например, Google Chrome, Яндекс. Браузер и др.) для блокировки сохранения файлов `cookie` на любом из устройств.

Практики с четвертой по девятую выделялись по методологии, используемой Евростатом, а с 2024 г. — Росстатом, для расчета цифровых навыков, в частности навыков безопасности. Практики с первой по третью были добавлены в опрос с целью измерить не только более продвинутый набор действий, но и базовый, включающий использование паролей и других средств защиты. Подобные вопросы, в частности, содержатся в методологическом гайде Международного союза электросвязи³.

³ Manual for Measuring ICT Access and Use by Households and Individual // International Telecommunication Union. 2020. URL: https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/manual/ITUManualHouseholds2020_E.pdf (дата обращения: 08.04.2026).

Для измерения способности к рефлексивным действиям в области кибербезопасности все практики были разделены на две группы: инструментальные и стратегические. В группу инструментальных практик вошли практики 1—2, а во вторую — 3—9. Инструментальные практики включают в себя использование базовых функций цифровой безопасности, которые обычно встроены в устройства или приложения, например установку пароля или использование других форм идентификации [Steyaert, 2002]. Эти действия не требуют от пользователей особых технических знаний, а их эффективность во многом возлагается на организацию, которая их разработала. Стратегические практики, напротив, предполагают более продвинутое использование цифровых инструментов [van Deursen, van Dijk, 2009, 2010, 2011]. Они включают в себя такие действия, как ограничение поведения в сети и изменение настроек безопасности. Стратегические практики предполагают постоянный поиск и мониторинг информационной среды, которые выступают основой для действий. Чтобы применять эти практики, индивиду необходимо обладать некоторыми набором знаний о цифровой безопасности. Таким образом, инструментальные практики являются менее, а стратегические — более рефлексивными.

Независимые переменные

В качестве независимых переменных выступали основные социально-демографические характеристики, а также социально-экономический статус. В качестве социально-демографических переменных выступали: пол, возраст, наличие высшего образования и тип поселения. Тип поселения кодировался в три категории — село, города кроме Москвы и Санкт-Петербурга и Москва с Санкт-Петербургом.

В качестве индикатора социально-экономического статуса использовалась переменная материального положения домохозяйства. Материальное положение измерялось через субъективные оценки благосостояния домохозяйства индивида по шкале от 1 до 6, где 1 — «Мы едва сводим концы с концами. Денег не хватает даже на еду. Приходится сильно экономить», а 6 — «Можем позволить себе все, в том числе покупку квартиры или дачи». Чтобы обеспечить наполненность всех категорий, некоторые из них были объединены. В результате были получены четыре категории, закодированные от 0 до 3 — малообеспеченные, среднеобеспеченные, состоятельные и обеспеченные.

Кроме того, в модели были включены переменные, отражающие опыт столкновения с рисками информационной безопасности и степень беспокойства приватностью в интернете. Первая переменная позволяет выявить, сталкивался ли респондент ранее с проблемами информационной безопасности. Вторая переменная выражает доверие респондента абстрактной системе: чем выше беспокойство, тем ниже уровень доверия.

Для оценки опыта столкновения с рисками информационной безопасности респондентам предлагали выбрать из списка проблемы, с которыми они сталкивались за 12 месяцев до проведения опроса. В список включались следующие риски: 1) потеря из-за заражения вирусами файлов, фотографий и других данных на компьютере, на мобильном телефоне или другом устройстве, 2) получение мо-

шеннических писем по электронной почте, телефонных звонков или смс, в том числе с просьбой указать персональные данные, 3) перенаправление на фальшивые сайты с просьбой указать персональные данные, 4) хищение денежных средств с банковской карты или счета, 5) утечка персональных данных, 6) взлом и использование неизвестными лицами профиля в социальных сетях, электронной почты и т. п., 7) вымогательство денежных средств, 8) другое. Переменная кодировалась как бинарная, где 1 — респондент сталкивался хотя бы с одним риском, 0 — респондент не сталкивался ни с одним риском.

В качестве переменной, отражающей уровень доверия к системам цифровой безопасности, использовался показатель беспокойства из-за приватности в интернете. Для его измерения респондентам предлагалось оценить степень беспокойства относительно следующих ситуаций: 1) порталы государственных и муниципальных услуг хранят все мои персональные данные, 2) другие люди могут найти в интернете личную информацию обо мне, 3) при регистрации на веб-сайтах и в приложениях требуется предоставлять персональную информацию, 4) информация о моих действиях в интернете может собираться и анализироваться в коммерческих целях, 5) моя личная информация может попасть в открытый доступ в результате взломов/утечек, 6) органы власти могут получить доступ к информации о моих действиях в интернете. Степень беспокойства измерялась по шкале от 0 до 3, где 0 — совсем не беспокоит, а 3 — очень беспокоит. Итоговая оценка для каждого респондента рассчитывалась как средняя оценка от всех ситуаций. Стоит отметить, что респондентов спрашивали преимущественно не про раскрытие информации другим людям, а про доверие организациям, которые собирают и обрабатывают персональные данные, поэтому переменная отражает институциональное доверие.

Анализ данных

Так как зависимая переменная имеет порядковый характер, для проведения анализа изначально предполагалось использовать порядковую логистическую регрессию. Однако при проверке допущений выяснилось, что не выполняется условие пропорциональности шансов. По этой причине выбор был сделан в пользу построения серии логистических регрессий, которые не требуют этого допущения. Всего было составлено две модели с отдельными зависимыми переменными. В модели 1 зависимая переменная выражалась как 0 — не используют практики (если респондент не отметил ни одной практики) и 1 — используют только инструментальные практики (если респондент отметил хотя бы одну инструментальную практику и ни одной стратегической). В модели 2 рассматривались две другие группы: 0 — используют только инструментальные и 1 — используют стратегические или комбинируют их с инструментальными (если респондент отметил хотя бы одну стратегическую или одну стратегическую и одну инструментальную практику).

Перед анализом данных была проведена проверка на наличие мультиколлинеарности между независимыми переменными. Результаты проверки показали варьирование коэффициента VIF от 1,3 до 3,7 для первой модели и 1,7 до 4,5 для второй. Такие значения указывают на отсутствие существенной мультиколлинеарности и считаются приемлемыми для социальных исследований.

Результаты

Распространенность и социальная дифференциация практик кибербезопасности

Результаты анализа показывают, что практики кибербезопасности используются крайне неравномерно. Наиболее распространены самые простые практики — установка паролей (65 % интернет-пользователей 14 лет и старше) или разблокировка устройств с помощью биометрии — по отпечатку пальца или по лицу (37 %) (см. рис. 1). Меньшее распространение второго способа может быть связано с тем, что такие функции имеют более дорогие устройства, а значит, они доступны меньшей группе населения.

Рис. 1. Индивидуальные практики кибербезопасности
(в % от опрошенных пользователей интернета 14 лет и старше, N = 8404)



Стратегические практики применяются гораздо реже инструментальных, однако даже внутри этой группы можно наблюдать вариацию. Наиболее распространенная практика — сознательная периодическая смена паролей. Среди стратегических практик разные виды ограничительных действий (ограничение сбора данных о местоположении, отказ в использовании своих данных в рекламных целях, ограничение доступа к своему контенту в социальных сетях) применяются чаще, чем проверка и управление специфическими настройками безопасности (проверка безопасности сайта, изменение настройки браузера для блокировки файлов cookie).

Заметная часть пользователей по-прежнему не применяет никаких практик кибербезопасности — таких оказалось 21 % (см. табл. 1). Наиболее выражено это среди пожилых, малообеспеченных и жителей сел ($p < 0,05$). Пользователи, сталкивавшиеся с киберугрозами (21 %), существенно реже игнорируют меры безопасности по сравнению с теми, у кого такого опыта не было (33 %) ($p < 0,05$).

Более четверти опрошенных (29 %) используют только инструментальные практики. Парные тесты показали, что внутри этой группы значимые различия по основным социально-экономическим категориям минимальны. Это позволяет предположить, что принадлежность к группе слабо связана с социально-экономическим положением и может быть обусловлена другими факторами. Представителей этой группы больше среди мужчин, чем среди женщин, а также среди тех, кто не сталкивался с рисками информационной безопасности ($p < 0,05$).

Таблица 1. Использование практик кибербезопасности по типу практик (в % от опрошенных интернет-пользователей 14 лет и старше, N = 8404)

	Не используют практики	Используют		
		Только инструментальные	Стратегические или инструментальные и стратегические	Только стратегические
Всего	21,4	28,9	49,8	8,2
<i>Пол</i>				
Мужчины	20,2	30,8	49,0	7,4
Женщины	22,3	27,4	50,3	8,9
<i>Возраст</i>				
Подростки (14—17 лет)	10,9	27,8	61,3	5,6
Молодые (18—44 года)	16,3	30,2	53,6	8,0
Средний возраст (45—59 лет)	25,4	30,0	44,6	11,0
Пожилые (60 лет и старше)	45,5	25,4	29,0	8,6
<i>Высшее образование</i>				
Без высшего обр.	22,4	30,0	47,6	7,9
С высшим обр.	19,0	26,3	54,7	9,0
<i>Уровень материальной обеспеченности</i>				
Малообеспеченные	34,4	30,2	35,4	7,4
Среднеобеспеченные	22,5	30,0	47,5	8,3
Состоятельные	16,2	26,4	57,4	8,8
Обеспеченные	16,1	31,0	52,9	6,1

	Не используют практики	Используют		
		Только инструментальные	Стратегические или инструментальные и стратегические	Только стратегические
Тип поселения				
Село	25,5	31,8	42,6	6,6
Города кроме Москвы и Санкт- Петербурга	21,4	27,7	50,9	8,0
Москва и Санкт- Петербург	15,4	29,9	54,8	11,5
Опыт столкновения с рисками информационной безопасности				
Не сталкивались	27,7	32,8	39,5	6,4
Сталкивались	8,6	21,0	70,4	11,8
Обеспокоенность приватностью (среднее)	1,2	1,3	1,6	1,8

Источник: составлено автором на основе данных Мониторинга цифровой трансформации экономики и общества ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Половина опрошенных (50%) используют стратегические практики, в том числе комбинируя их с инструментальными. Это преимущественно подростки (14—17) и молодые респонденты (18—44) ($p < 0,05$). Кроме того, для этого вида практик более выражена дифференциация по ряду социально-демографических характеристик и социально-экономическому положению — к стратегическим практикам чаще обращаются респонденты с высшим образованием, материально обеспеченные и проживающие в Москве или Санкт-Петербурге ($p < 0,05$). Подавляющее большинство респондентов, сталкивавшихся с рисками информационной безопасности, обращаются к стратегическим практикам ($p < 0,05$).

В ходе анализа также была выделена немногочисленная группа (8%) опрошенных, которые используют стратегические практики, но не используют инструментальные. Хотя эта группа и не выделялась для дальнейшего анализа, важно указать ее характерные особенности. Во-первых, ее представителей заметно больше в возрастной группе 45—59 лет. Во-вторых, только к стратегическим практикам обращаются чаще те, кто сталкивался с рисками (12%), чем те, кто не сталкивался с ними (6%). В-третьих, в этой группе заметно более высокий уровень беспокойства из-за приватности, чем в других. Малочисленность группы и недостаточность данных для ее изучения не позволили выделить ее для регрессионного анализа, хотя ее изучение может представлять интерес для дальнейших исследований.

Детерминанты использования инструментальных и стратегических практик кибербезопасности

Результаты регрессионного анализа показывают, что связь между социально-экономическим статусом и использованием практик кибербезопасности различа-

ется в зависимости от вида практик. Так, при сопоставлении индивидов, не использующих практики и использующих только инструментальные, эта связь выражена слабее, чем при сравнении пользователей только инструментальных и стратегических практик. С возрастом шансы оказаться в группе, использующей только инструментальные практики, снижаются. Жители Москвы и Санкт-Петербурга по сравнению с жителями сельской местности имеют в 1,76 раза больше шансов попасть в группу использующих только инструментальные практики. Индивиды, сталкивавшиеся с рисками информационной безопасности, имеют больше шансов на использование только инструментальных практик. Этот предиктор демонстрирует самый высокий коэффициент — 2,422. Кроме того, по мере роста беспокойства приватностью в интернете повышаются шансы попасть в группу использующих только инструментальные практики. Остальные факторы — наличие высшего образование и материальное положение домохозяйства — не показали значимой связи.

Таблица 2. **Результаты регрессионного анализа: отношения шансов**

	Модель 1	Модель 2
	Не используют практики = 0, Используют только инструментальные практики = 1	Используют только инструментальные практики = 0, Используют оба вида практик = 1
Константа	4,463** [3,09, 6,44]	1,133 [0,84, 1,53]
Пол: 1 = Мужской	1,183 [0,99, 1,41]	0,844* [0,73, 0,97]
Возраст	0,965** [0,96, 0,97]	0,981** [0,98, 0,99]
<i>Тип поселения (референс — село)</i>		
Города кроме Москвы и Санкт-Петербурга	1,102 [0,90, 1,35]	1,287** [1,08, 1,54]
Москва и Санкт-Петербург	1,762** [1,30, 2,39]	1,194 [0,94, 1,52]
Наличие высшего образования	1,117 [0,91, 1,37]	1,225** [1,04, 1,44]
Материальное положение	0,954 [0,88, 1,04]	1,136** [1,05, 1,23]
Опыт столкновения с киберрисками	2,422** [1,91, 3,07]	2,693** [2,31, 3,14]
Беспокойство приватностью	1,070 [0,98, 1,17]	1,387** [1,28, 1,50]
N	4084	6458
Pseudo R2	0,097	0,089

* p-value < 0,01, ** p-value < 0,001.

Источник: составлено автором на основе данных Мониторинга цифровой трансформации экономики и общества ИСИЭЗ НИУ ВШЭ.

Результаты второй модели показали, что вероятность попасть в группу использующих стратегические практики выше среди женщин. Как и в предыдущей модели, с возрастом вероятность попасть в группу использующих стратегические практики снижается. Также вероятность прибегнуть к стратегическим практикам выше у жителей городов, кроме Москвы и Санкт-Петербурга, чем у жителей сел. Наличие высшего образования увеличивает шансы использования стратегических практик примерно в 1,2 раза. С ростом материального благосостояния шансы использовать стратегические практики увеличиваются в 1,14 раза. Как и в первой модели, опыт столкновения с рисками информационной безопасности продемонстрировал самый высокий коэффициент (2,693) и значимую положительную связь. По мере роста уровня беспокойства возрастают и шансы использования стратегических практик.

Дискуссия

Результаты анализа показали, что применение практик кибербезопасности связано с социально-демографическими характеристиками пользователей интернета. В то же время именно на уровне стратегических практик отчетливо проявляется влияние факторов, определяющих социально-экономическое положение. Таким образом, социально-экономическое неравенство выражается в различиях использования сложных стратегических практик, требующих от пользователей не только определенных знаний, но и более высокой степени вовлеченности в управление цифровой безопасностью.

Использование простых практик кибербезопасности характерно для более молодых пользователей, а также для жителей Москвы и Санкт-Петербурга. Ранее исследования показывали, что представители разных возрастных категорий по-разному воспринимают приватность в интернете и относятся к защитным практикам [Elueze, Quan-Haase, 2018; Quan-Haase, Ho, 2020]. Пожилые пользователи по сравнению с молодыми уделяют меньше внимания вопросам собственной приватности и проявляют большую готовность к обмену информацией. Личную информацию они чаще считают менее ценной и, следовательно, менее требующей защиты. Это может быть связано как с ограниченным использованием интернета, так и с меньшей осведомленностью о сопутствующих рисках [Blackwood-Brown, Levy, D'Arcy, 2021]. В то же время в анализ включались и более новые технологии, в частности биометрические методы идентификации. В одном из исследований показано, что среди старших пользователей наблюдается настороженное отношение к биометрической идентификации, что объясняется низким доверием к новым технологиям и трудностями их освоения [Kumalasari et al., 2024]. Значимая связь с проживанием в крупных мегаполисах может быть обусловлена именно включением в анализ использования биометрических методов. Жители Москвы и Санкт-Петербурга чаще имеют доступ к более дорогим и технологически продвинутым устройствам, поддерживающим биометрическую идентификацию, чем жители сельской местности.

Обращает на себя внимание отсутствие значимых связей с факторами, считающимися «классическими» предикторами цифрового неравенства (за исключением возраста), в частности уровня образования. Использование простых ме-

тодов цифровой защиты не формируется напрямую социально-экономическим статусом. Вероятно, это связано с преодолением «первого» цифрового разрыва, то есть разрыва в доступе к технологиям, который обуславливался в первую очередь возрастом и образованием. Установка паролей доступна на большинстве современных устройств, как и сами эти устройства (смартфоны или мобильные телефоны). Например, среди россиян в 2024 г. 87 % владели смартфонами⁴. Вероятно, этот разрыв перешел на уровень различий в восприятии приватности и необходимости защищать свою цифровую информацию.

При сравнении использования только простых и более сложных стратегических практик использование вторых более тесно связано с социально-экономическим положением. К стратегическим практикам чаще прибегают женщины, молодые пользователи, люди с более высоким уровнем дохода и с высшим образованием. Эти результаты согласуются с выводами предыдущих исследований, показавших связь между социально-экономическим положением и выбором стратегий безопасного поведения в интернете, которая объясняется феноменом цифрового неравенства [Dodel, Mesch, 2018; Dodel, Kaiser, Mesch, 2020]. Традиционные различия по возрасту, уровню образования и доходу определяли неравенство в доступе к технологиям (интернету и цифровым устройствам), а доступ, в свою очередь, влиял на формирование цифровых навыков. Пользователи с более высоким уровнем таких навыков, успешно прошедшие «социализацию» в интернете, лучше осознают потенциальные риски его использования и обладают более широким набором средств для самозащиты. Подобная дифференциация между более активными и более пассивными стратегиями адаптации к рискам наблюдалась и вне цифровой сферы: российские исследования показывают, что активные стратегии адаптации чаще выбирают более молодые и более образованные группы. Последнее позволяет предположить сходство механизмов адаптации к рискам различной природы [Мозговая, Шлыкова, 2014; Мозговая, 2021].

Некоторые результаты выглядят несколько противоречивыми. В частности, выяснилось, что женщины имеют больше шансов использовать стратегические практики защиты. Это не согласуется с выводами других исследователей, утверждающих, что мужчины демонстрируют более высокий уровень цифровых навыков и склонны быть более технологически подкованными, а значит, должны иметь более широкое представление о рисках и способах защиты [Hargittai, 2010]. Вероятно, в этом случае играет роль различие в восприятии рисков, которое фиксируется и на гендерном уровне. Женщины демонстрируют более выраженное беспокойство и страх стать жертвами киберпреступлений [Henson, Reyns, Fisher, 2013]. Это может способствовать более осторожному поведению в интернете и адаптации более продвинутых практик киберзащиты.

Помимо социально-экономических факторов, значимая связь выявлена и с опытом столкновения с киберрисками. При этом обеспокоенность вопросами приватности оказалась релевантной лишь на уровне продвинутых практик. Вероятно, это связано с тем, что базовые действия, такие как использование паролей или биометрии, направлены преимущественно на защиту устройства, а не персо-

⁴ Кузина Л. С., Полякова В. В. Что россияне делают со старыми гаджетами? // ИСИЭЗ НИУ ВШЭ. 2024. 5 декабря. URL: <https://issek.hse.ru/news/993901856.html> (дата обращения: 08.04.2026).

нальных данных напрямую, тогда как стратегические практики ориентированы именно на защиту информации. Поскольку обеспокоенность приватностью выступает индикатором недоверия к системам безопасности, полученные результаты подтверждают предположение, что уровень доверия влияет на адаптацию практик. Можно заключить, что недоверие к способам сбора, хранения и управления пользовательскими данными стимулирует самостоятельные усилия по их защите. Эти выводы согласуются с рядом исследований, фиксирующих прямую зависимость между доверием к цифровым системам и готовностью делиться персональной информацией или, напротив, ограничивать доступ к ней [Wang, Yu, 2015; Kumar, Kumar, Bhasker, 2018].

Наконец, опыт столкновения с цифровыми рисками оказался значимым предиктором не только для базовых, но и для продвинутых практик, причем в обоих случаях самым сильным. То есть переживание киберрисков связано с формированием защитного поведения. Можно предположить, что нанесенный ущерб усиливает чувство тревожности и стимулирует адаптацию как инструментальных, так и стратегических защитных стратегий. Само столкновение с риском нередко интерпретируется пользователями как свидетельство ненадежности цифровых систем, что порождает недоверие и усиливает беспокойство. Ряд исследований также показали, что связь между киберрисками и формированием защитных практик опосредуется их субъективным восприятием: опыт кибервиктимности повышает чувствительность к угрозам, что, в свою очередь, способствует как избеганию рисков, так и переходу к более сложным стратегиям защиты [Henson, Reyns, Fisher, 2013; Ngo et al., 2020].

Такой механизм может быть связан с особенностями самих цифровых рисков. Исследования в рамках психометрической парадигмы в социологии рисков показали, что восприятие цифровых рисков несколько отличается от восприятия более традиционных рисков (например, глобальное потепление, курение, преступность и пр.). Цифровые риски являются частью повседневного опыта, взаимодействие с ними стало традиционной практикой для населения [Гаврилов, Бутылко, 2021]. Одновременно с этим они не воспринимаются как катастрофические по своим последствиям, вызывая только умеренный страх. По этой причине именно личный опыт переживания рисков влияет на уровень беспокойства.

Результаты работы позволили взглянуть на рефлексивность с точки зрения неравно распределенного качества. В исследованиях риска неравномерное распределение рефлексивности объясняется через концепцию габитуса П. Бурдьё [Lewis, 2006; Threadgold, Nilan, 2009]: управление рисками структурируется как личным опытом, так и материальными и культурными ресурсами индивида. Переноса эту идею на киберриски, можно предположить, что управление индивидуальной кибербезопасностью формуется личным опытом столкновения с рисками, но выбор стратегий и их адаптация зависят от объема располагаемых ресурсов. Неолиберальная, то есть индивидуализированная, модель управления цифровыми рисками ориентирована на материально и культурно привилегированные слои общества, в то время как другие вынуждены выбирать более простые методы или полагаться на те способы защиты, которые предлагают цифровые системы.

Заключение

Исследование показало, что практики кибербезопасности среди интернет-пользователей в России распределены неравномерно. Наибольшее распространение получили самые простые меры — установка паролей и использование биометрической идентификации на цифровых устройствах. Более сложные практики, такие как управление доступом к личным данным, требующие определенной технической осведомленности и готовности к принятию решений, применяются значительно реже. При этом, несмотря на то что заметная часть россиян по-прежнему не использует никаких средств защиты, для большинства характерно комбинирование простых и сложных практик.

Кроме того, было установлено, что шансы использовать сложные и продвинутое практики определяются в большей степени социально-экономическими характеристиками индивидов, тогда как обращение к простейшим мерам защиты по сравнению с полным их отсутствием связано лишь с частью этих факторов. Тем самым подтверждаются выводы исследований цифрового неравенства о воспроизводстве традиционного социального неравенства на цифровом уровне.

В то же время выявлено, что способность противостоять цифровым рискам обусловлена не только социально-экономическим положением, но и опытом их непосредственного переживания. Опыт измерялся через факт столкновения с проблемами информационной безопасности и через уровень обеспокоенности вопросами приватности в интернете. Анализ показал, что если сам опыт столкновения с рисками связан как с простыми, так и со сложными практиками, то обеспокоенность приватностью играет значимую роль только на уровне сложных практик. Поскольку данный показатель рассматривался как индикатор недоверия к системам цифровой безопасности, полученные результаты подтверждают предположения теории общества риска: недоверие к абстрактным системам побуждает индивидов предпринимать самостоятельные действия по защите от угроз.

Таким образом, личный опыт переживания рисков и их восприятие, — в частности доверие к системам, призванным обеспечивать цифровую безопасность, — способны стимулировать защитные реакции. Однако выбор практик зависит от объема и качества материальных и культурных ресурсов индивида. В этом смысле рефлексивность, понимаемая как способность самостоятельно отвечать на риски, выступает еще одним измерением социального неравенства.

Ряд ограничений исследования связан с особенностями сбора данных. Во-первых, перечень практик, предложенных респондентам, был ограничен и не предусматривал возможность указать вариант «другое», что сужает спектр зафиксированных практик. Во-вторых, в вопросе о киберрисках фиксировался только факт их переживания, без оценки величины полученного ущерба или субъективного восприятия последствий. Кроме того, данная переменная не позволяет учитывать частоту столкновения с рисками. В будущих исследованиях стоит уделить больше внимания взаимосвязи между адаптацией практик кибербезопасности и восприятием цифровых угроз. Наконец, субъективная оценка материального положения домохозяйства может рассматриваться как общая характеристика социально-экономического положения индивида, не отражая влияния отдельных его аспектов — положения в хозяйственной иерархии, наличия различных видов активов и проч.

Исходя из полученных результатов меры по противодействию угрозам цифровой безопасности следует фокусировать на развитие технической осведомленности и цифровых навыков населения. Такая осведомленность предполагает не только информирование о существующих рисках, но и распространение знаний о доступных средствах защиты — настройках безопасности, управлении доступом к персональным данным, регулярной смене паролей и других практиках. Особое внимание при этом целесообразно уделять группам с ограниченным опытом социализации в интернете, прежде всего пожилым пользователям.

Список литературы (References)

1. Бек У. Общество риска. На пути у другому модерну / пер. с нем. В. Седельникова, Н. Федорова, М.: Прогресс-Традиция, 2000.
Beck U. (2000) *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Moscow: Progress-Tradition. (In Russ.)
2. Гаврилов К., Бутылко М. Восприятие традиционных рисков и киберрисков: опыт использования «психометрической парадигмы» // Социологический журнал. 2021. Т. 27. № 4. С. 146—168. <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.4.8649>.
Gavrilov K. A., Butynko M. V. (2021) The Perception of Cyber and Traditional Risks: Experience of Using the Psychometric Paradigm Approach. *Sociological Journal*. Vol. 27. No. 4. P. 146—168. <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.4.8649>. (In Russ.)
3. Гидденс Э. Последствия современности / пер. с англ. Г.К. Ольховикова; Д.А. Кибальчица. М.: Праксис, 2011.
Giddens A. (2011) *The Consequences of Modernity*. Moscow: Praxis. (In Russ.)
4. Мозговая А. Адаптация к средовым изменениям: риски социальных и технологических нововведений // Социологический журнал. 2021. Т. 27. № 3. С. 60—77. <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.3.8424>.
Mozgovaya A. V. (2021) Adapting to Environmental Changes: The Risks of Social and Technological Innovations. *Sociological Journal*. Vol. 27. No. 3. P. 60—77. <https://doi.org/10.19181/socjour.2021.27.3.8424>. (In Russ.)
5. Мозговая А., Шлыкова Е. Социальные ресурсы и адаптация к риску: выбор Стратегии (на примере Социальной общности в Ситуации конкретного риска) // Социологическая наука и социальные практики. 2014. Т. 8. № 4. С. 25—49. URL: <https://www.socnp.ru/index.php/snsp/article/view/3089> (дата обращения: 30.04.2026).
Mozgovaya A. V., Shlykova E. V. (2014) Social Resources and Adaptation to Risk: The Choice of Strategy (by the Example The Social Community in the Situation of Particular Risk). *Sociological Science and Social Practice*. Vol. 8. No. 4. P. 25—49. URL: <https://www.socnp.ru/index.php/snsp/article/view/3089> (date of access: 30.04.2026). (In Russ.)

6. Blackwood-Brown C., Levy Y., D'Arcy J. (2021) Cybersecurity Awareness and Skills of Senior Citizens: A Motivation Perspective. *Journal of Computer Information Systems*. Vol. 61. No. 3. P. 195—206. <https://doi.org/10.1080/08874417.2019.1579076>.
7. Dodel M., Mesch G. (2018) Inequality in Digital Skills and the Adoption of Online Safety Behaviors. *Information, Communication & Society*. Vol. 21. No. 5. P. 712—728. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428652>.
8. Dodel M., Kaiser D., Mesch G. (2020) Determinants of Cyber-Safety Behaviors in a Developing Economy: The Role of Socioeconomic Inequalities, Digital Skills and Perception of Cyber-Threats. *First Monday*. Vol. 25 No. 7. <https://doi.org/10.5210/fm.v25i7.10830>.
9. Drawson A. S., Tanner J., Mushquash C. J., Aislin R. M., Dwight M. (2017) The Use of Protective Behavioural Strategies in Gambling: a Systematic Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*. Vol. 15. No. 6. P. 1302—1319. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9754-y>.
10. Elueze I. and Quan-Haase A. (2018) Privacy Attitudes and Concerns in the Digital Lives of Older Adults: Westin's Privacy Attitude Typology Revisited. *American Behavioral Scientist*. Vol. 62. No. 10. P. 1372—1391. <https://doi.org/10.1177/0002764218787026>.
11. Giritli Nygren K., Olofsson A. (2020) Managing the COVID-19 Pandemic Through Individual Responsibility: The Consequences of a World Risk Society and Enhanced Ethopolitics. *Journal of Risk Research*. Vol. 23. No. 7—8. P. 1031—1035. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756382>.
12. Gradillas M., Thomas L. D.W. (2025) Distinguishing Digitization and Digitalization: A Systematic Review and Conceptual Framework. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 42. No. 1. P. 112—143. <https://doi.org/10.1111/jpim.12690>.
13. Hargittai E. (2010) Digital Na(t)ives? Variation in Internet Skills and Uses among Members of the 'Net Generation.' *Sociological Inquiry*. Vol. 80. No. 1. P. 92—113. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.2009.00317.x>.
14. Henson B., Reyns B. W., Fisher B. S. (2013) Fear of Crime Online? Examining the Effect of Risk, Previous Victimization, and Exposure on Fear of Online Interpersonal Victimization. *Journal of Contemporary Criminal Justice*. Vol. 29. No. 4. P. 475—497. <https://doi.org/10.1177/1043986213507403>.
15. Kumalasari R. A.D., Rahardjo K., Kusumawati A., Sunarti S. (2024) Biometric-Based Self-Service Technology Adoption by Older Adult: Empirical Evidence from Pension Fund Sector in Indonesia. *Cogent Business & Management*, Vol. 11. No. 1. Art. 232543. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2325543>.
16. Kumar S., Kumar P., Bhasker B. (2018) Interplay Between Trust, Information Privacy Concerns and Behavioural Intention of Users on Online Social Networks. *Behaviour & Information Technology*. Vol. 37. No. 6. P. 622—633. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1470671>.

17. Lash S. (1997) La Reflexividad y sus Dobles: Estructura, Estética, Comunidad. En: Beck U., Giddens A., Lash S. (eds.) *Modernización reflexive: Política, tradición y estética en el orden social modern*. Madrid: Alianza Editorial, S.A. P. 137—209.
18. Lewis T. (2006) DIY selves? Reflexivity and Habitus in Young People's Use of the Internet for Health Information. *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 9. No. 4. P. 461—479. <https://doi.org/10.1177/1367549406069068>.
19. Lupton D. (1999) *Risk*. New York, NY: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003316299>.
20. Lupton D. (2016) Digital Risk Society. In: Burgess A., Alemanno A., Zinn J. (eds.) *Routledge Handbook of Risk Studies*. New York, NY: Routledge. P. 301—309. <https://doi.org/10.4324/9781315776835>.
21. Ng B.-Y., Kankanhalli A. and Xu Y. (Calvin) (2009) Studying Users' Computer Security Behavior: A Health Belief Perspective. *Decision Support Systems*. 46. No. 4. P. 815—825. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2008.11.010>.
22. Ngo F.T., Piquero A.R., LaPrade J., Duong B. (2020) Victimization in Cyberspace: Is It How Long We Spend Online, What We Do Online, or What We Post Online? *Criminal Justice Review*. Vol. 45. No. 4. P. 430—451. <https://doi.org/10.1177/0734016820934175>.
23. Ögütçü G., Testik Ö. M., Chouseinoglou O. (2016) Analysis of Personal Information Security Behavior and Awareness. *Computers & Security*. No. 56. P. 83—93. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2015.10.002>.
24. Olofsson A., Öhman S. (2007) Views of Risk in Sweden: Global Fatalism and Local Control — An Empirical Investigation of Ulrich Beck's Theory of New Risks. *Journal of Risk Research*. Vol. 10. No. 2. P. 177—196. <https://doi.org/10.1080/13669870601122451>.
25. Quan-Haase A., Ho D. (2020) Online Privacy Concerns and Privacy Protection Strategies Among Older Adults in East York, Canada. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. Vol. 71. No. 9. P. 1089—1102. <https://doi.org/10.1002/asi.24364>.
26. Steyaert J. (2002) Inequality and the Digital Divide: Myths and Realities. In: Hick S., McNutt J. (eds.) *Advocacy, Activism and The Internet*. Chicago, IL: Lyceum Press. P. 199—211.
27. Threadgold S., Nilan P. (2009) Reflexivity of Contemporary Youth, Risk and Cultural Capital. *Current Sociology*. Vol. 57. No. 1. P. 47—68. <https://doi.org/10.1177/0011392108097452>.
28. Van Deursen A.J.A.M., van Dijk J.A.G.M. (2009) Using the Internet: Skill Related Problems in Users' Online Behavior. *Interacting with Computers*. Vol. 21. No. 5—6. P. 393—402. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2009.06.005>.

29. Van Deursen A. J. A. M. V., van Dijk J. A. G. M. (2010) Measuring Internet Skills. *International Journal of Human-Computer Interaction*. Vol. 26. No. 10. P. 891—916. <https://doi.org/10.1080/10447318.2010.496338>.
30. Van Deursen A., van Dijk J. (2011) Internet Skills and the Digital Divide. *New Media and Society*. Vol. 13. No. 6. P. 893—911. <https://doi.org/10.1177/1461444810386774>.
31. Von Solms R., van Niekerk J. (2013) From Information Security to Cyber Security. *Computers & Security*. No. 38. P. 97—102. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2013.04.004>.
32. Wang Z., Yu Q. (2015) Privacy Trust Crisis of Personal Data in China in the Era of Big Data: The Survey and Countermeasures. *Computer Law & Security Review*. Vol. 31. No. 6. P. 782—792. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2015.08.006>.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3008](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3008)



С. Г. Давыдов

**ПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТЕВЫМИ СОЦИАЛЬНЫМИ
МЕДИА В ТУРБУЛЕНТНОМ ОБЩЕСТВЕ:
СЛУЧАЙ РОССИИ 2022—2024 ГГ.**

Правильная ссылка на статью:

Давыдов С. Г. Пользование сетевыми социальными медиа в турбулентном обществе: случай России 2022—2024 гг. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 236—258. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3008>.

For citation:

Davydov S. G. (2026) Online Social Media Consumption in a Turbulent Society: The Case of Russia 2022—2024. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 236—258. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3008>. (In Russ.)

Получено: 02.05.2025. Принято к публикации: 24.01.2026.

ПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТЕВЫМИ СОЦИАЛЬНЫМИ МЕДИА В ТУРБУЛЕНТНОМ ОБЩЕСТВЕ: СЛУЧАЙ РОССИИ 2022—2024 ГГ.

ONLINE SOCIAL MEDIA CONSUMPTION IN A TURBULENT SOCIETY: THE CASE OF RUSSIA 2022—2024

ДАВЫДОВ Сергей Геннадьевич — кандидат философских наук, старший научный сотрудник Международной лаборатории исследований социальной интеграции, аналитик Международной лаборатории прикладного сетевого анализа, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-MAIL: sdavydov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

Sergey G. DAVYDOV¹ — Cand. Sci (Philos.), Senior Researcher at the International Laboratory of Social Integration Research; Analyst at the International Laboratory of Applied Network Research
E-MAIL: sdavydov@hse.ru
<https://orcid.org/0000-0001-8455-9976>

¹ HSE University, Moscow, Russia

Аннотация. Статья представляет результаты анализа динамики аудитории сетевых социальных медиа в России с января 2022 г. по сентябрь 2024 г. Работа основана на данных из двух мониторинговых источников: проекта измерения аудитории интернета Cross Web компании «Медиаскоп» и исследования публикационной активности компании «Медиалогия». Для решения сравнительных задач предложены два индекса: динамический структурный и динамический интегральный. Анализ позволил зафиксировать различные аудиторные эффекты у платформ, подверженных замедлению и блокировке со стороны регулятора, а также медиа, продолжающих работу без ограничений. Рассматриваются причины роста аудитории Telegram — единственного крупного бенефициара изменений в ландшафте социальных медиа, происходивших в изучаемый период. Отмечена неуспешность к сентябрю 2024 г. попыток вывода на рынок новых отечественных платформ в рамках реализации политики импортозамещения. Анализируемый кейс вводится в более широкий контекст международных конфликтов, связанных с управлением сетевыми платформами, а также теоретический контекст осмысления феномена сетевых социальных коммуникаций на современном этапе развития.

Abstract. The article analyses the dynamics of the audience of online social media in Russia from January 2022 to September 2024. The study is based on statistical data coming from two sources, namely, Mediascope's Cross Web online audience measurement and Medialogia's monitoring of user-generated content (UGC). The author proposes two indexes for solving comparative tasks, Dynamic Structural Index and Dynamic Integral Index. The following analysis made it possible to identify different audience effects for platforms subject to slowdowns and blocking by regulators, as well as for media outlets that continue to operate without restrictions. The author examines the reasons for the growth of Telegram's audience—the only major beneficiary of the changes in the social media landscape that occurred during the period under study—and notes the failure of attempts to introduce new domestic platforms to the market as part of the import substitution policy by September 2024. The analyzed case is introduced into the broader context of international conflicts related to the management of UGC online platforms, as well as the theoretical context of understanding the phenomenon of online social communications at the current stage of development.

Ключевые слова: социальные медиа, измерения аудитории, пользовательский контент, блокировка доступа, онлайн-коммуникации, социальная турбулентность

Благодарность. Публикация подготовлена в ходе проведения исследования № 25-00-004 «Исследование цифровых экосистем как новых субъектов медиакommunikационной индустрии и элементов национальной медиасистемы (на основе разработки кейсов «Яндекс» и VK)» в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)».

Автор выражает искреннюю благодарность коллегам, без которых исследование было бы невозможно: С. Алибекову и К. Зендрикову (Фонд развития Интернет-инициатив), И. Задорину и А. Сапоновой (ЦИРКОН), М. Мачерет («Медиалогия»), И. Шпунтовой и В. Мануйловой («Медиаскоп»), С. Вартанову, И. Зангиевой, А. Тыщечкой, Е. Ярской-Смирновой (НИУ ВШЭ).

Keywords: social media, audience measurement, user-generated content, access blocking, online communications, social turbulence

Acknowledgments. This publication was prepared in the course of research No. 25-00-004, “A study of digital ecosystems as new entities in the media communications industry and elements of the national media system (based on the Yandex and VK cases),” within the framework of the Scientific Foundation of the HSE University program.

The author expresses his sincere gratitude to his colleagues who made the research possible: S. Alibekov and K. Zendrikov (Internet Initiatives Development Fund), I. Zadorin and A. Saponova (ZIRCON), M. Macheret (Medialogia), I. Shpuntova and V. Manuilova (Mediascope), A. Tyshetskaya, S. Vartanov, E. Yarskaya-Smirnova, and I. Zangieva (HSE University).

Понятие турбулентного общества, активно используемое социологами с начала 2010-х годов [Ядов, 2012], предполагает состояние хаоса, неопределенности и многовариантности развития. Подобные ситуации неизбежно приводят к трансформации информационного пространства. При этом изменения, как правило, не ограничиваются характеристиками производимого контента, находя отражение в том числе на уровне субъектов медиакommunikационной деятельности. Для аудиторий потребность в отслеживании социальных изменений порождает вызовы, связанные с «пересборкой» медиапредпочтений, а иногда и паттернов медиапотребления.

Начало открытого военного конфликта России с Украиной 24 февраля 2022 г. повлияло на систему сетевых социальных медиа и стало причиной изменений, во многом уникальных и хотя бы по этой причине заслуживающих внимания медиаисследователей. В течение короткого промежутка времени коммуникации оказались ограничены одновременно со стороны регулятора и ряда крупных платформ. Осмысление последствий данных ограничений для российской интернет-аудитории — основная задача нашего анализа. Хотя произошедшие изменения по природе своей не могли пройти незамеченными, их обсуждение в публичном пространстве не сопровождалось ни надежными измерениями, ни сбалансиро-

ванными оценками. Мы ставим задачу восполнить данный пробел за счет использования сопоставимых, надежных и устойчивых данных за весь период анализа, охватывающих различные аспекты деятельности пользователей на рассматриваемых платформах.

Начало данного исследования было положено в рамках проекта «Развитие российского рынка социальных медиа: тенденции настоящего и сценарии будущего», реализованного Исследовательской группой ЦИРКОН по заказу Фонда развития интернет-инициатив (ФРИИ)¹. Исследование ЦИРКОН/ФРИИ фокусировалось на оценке потенциала развития рынка социальных медиа и выявлении перспективных ниш для дальнейшей разработки. Позднее аудиторный анализ был продолжен автором в рамках проекта № 25-00-004 «Исследование цифровых экосистем как новых субъектов медиакommunikационной индустрии и элементов национальной медиасистемы (на основе разработки кейсов „Яндекс“ и VK)» Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ». На данном этапе в аналитическую модель были включены дополнительные параметры, рассматриваемый временной ряд продлен на 12 месяцев, а также разработаны и рассчитаны два аналитических индекса для сравнения динамики аудитории различных платформ.

К определению объекта исследования.

Сетевые социальные медиа в России в 2022—2024 гг.

Для обозначения совокупности онлайн-платформ, поддерживающих функцию массовой коммуникации между пользователями, в научной литературе и обыденной речи используются термины «социальные сети» и «социальные медиа». Авторы часто считают их интуитивно понятными и взаимозаменяемыми; в качестве комментария иногда приводятся примеры наиболее известных и крупных ресурсов, что не способствует терминологической точности. В некоторых случаях употребляются более сложные терминологические конструкции, например, «виртуальные социальные сети» [Ушкин, 2015; Гуркина, Мальцева, 2015] или «онлайн социальные сети» [Данина, Шаляпин, 2012; Минина, Василькова, 2019]. Такие дополнения используются для отстройки от социологической концепции социальных сетей, возникшей в 1950-х годах и исходно никак не связанной с контекстом онлайн-коммуникаций. Некоторые авторы употребляют термин «социальные сети» в узком смысле, рассматривая их в качестве одной из многих разновидностей UGC-платформ, работающих по сетевому принципу, наряду с фото-, аудио- и видеохостингом, микроблогингом, лайфкастингом и т. д. (см., например, [Safko, Brake, 2009]).

Словосочетание «сетевые социальные медиа» (или «социальные сетевые медиа»), используемое нами для обозначения объекта исследования, тоже встречается в научной литературе, хотя и нечасто (см., например, [Чэнь Ди, 2012; Сулейманова, 2017; Моросанова, 2022]). В то же время оно представляется содержательно перспективным, поскольку включает в предметное поле платформы, одновременно обладающие свойствами распространения пользовательского контента и се-

¹ Развитие российского рынка социальных медиа: тенденции настоящего и сценарии будущего // Информационно-аналитический материал, подготовленный по результатам исследования и прогнозирования развития рынка социальных медиа в России в 2021—2023 гг., выполненного Исследовательской группой «ЦИРКОН» (АНО «Социологическая мастерская Задорина») по заказу Фонда развития интернет-инициатив. М.: ФРИИ, 2024. URL: <https://sprint.iidf.ru/upload/razvitie-rossiiskogo-rinka-socialnih-media.pdf> (дата обращения: 29.04.2025).

тевого принципа взаимодействия (в отличие от иерархических социальных медиа, в качестве примеров которых можно привести многочисленные коммуникационные сервисы на платформах электронной коммерции).

В настоящем исследовании рассматриваются сетевые социальные медиа, на период проведения исследования аккумулирующие в России более или менее значительные аудитории. В это число входят платформы, официально заблокированные или замедленные Роскомнадзором, однако доступные при условии использования инструментов обхода блокировки. Полный список сетевых социальных медиа, включенных в анализ, представлен в таблице 1.

**Таблица 1. Сводные данные о сетевых социальных медиа в России
(по состоянию на 2022—2024 гг.)**

№	Название	Год запуска	Владелец	Тип
1	Живой журнал (Livejournal.com)	1999	Rambler&Co (Россия)	Блог-платформа
2	LinkedIn	2002	Microsoft (США)	Деловая социальная сеть
3	Facebook*	2004	Meta* (США)	Социальная сеть
4	Reddit	2005	Advanced Publications (США)	Веб-форум / социальная сеть
5	YouTube	2005	Google (США)	Видеохостинг
6	RuTube	2006	«Газпром-медиа» (Россия)	Видеохостинг
7	«ВКонтакте»	2006	ВК (Россия)	Социальная сеть
8	«Одноклассники»	2006	ВК (Россия)	Социальная сеть
9	X (Twitter)**	2006	X Corp. (США)	Микроблог-платформа
10	Мой мир@Mail.ru	2007	ВК (Россия)	Социальная сеть
11	Pinterest	2010	Pinterest (США)	Визуальная социальная сеть
12	Instagram*	2010	Meta* (США)	Визуальная социальная сеть
13	Snapchat	2011	Snapchat (США)	Визуальная социальная сеть
14	Telegram	2013	Telegram (ОАЭ)	Мессенджер / социальная сеть
15	«Дзен»	2015	ВК (Россия)	Блог-платформа
16	TikTok	2018	ByteDance (Китай)	Визуальная социальная сеть
17	ЯРУС	2021	Диалог (Россия)	Социальная сеть
18	Tenchat	2021	ББЦ (Россия)	Деловая социальная сеть
19	Yappy	2021	«Газпром-медиа» (Россия)	Визуальная социальная сеть
20	Looky	2022	Мотивационные решения (Россия)	Визуальная социальная сеть

* Здесь и далее в статье знаком ** отмечены Facebook и Instagram, заблокированные на территории РФ Роскомнадзором. Обе социальные сети принадлежат корпорации Meta Platforms, Inc., признанной террористической организацией, деятельность которой запрещена в РФ.

** Здесь и далее знаком ** отмечена микроблог-платформа X (ранее — Twitter), заблокированная на территории РФ Роскомнадзором. Официальная смена названия произошла в июле 2023 г., смена домена — в мае 2024 г. Главная страница Twitter была переименована в X 24 июля 2023 г. в результате приобретения сервиса И. Маском.

*** Сделка о приобретении Группой ВК сервиса «Дзен» у «Яндекса» была закрыта в сентябре 2022 г.

Особую оговорку необходимо сделать по поводу мессенджеров. Большинство из них поддерживают функции межличностной и групповой, но не массовой коммуникации. На территории Российской Федерации Telegram — единственный мессенджер, который допускает создание каналов — анонимных онлайн-групп, фактически представляющих собой средства массовой информации. Именно поэтому Telegram включен нами в предметную область анализа. Технически эта функция реализована и в WhatsApp², однако в России она запущена не была из-за угрозы блокировки³. Обратим внимание, что этот мессенджер по параметрам охвата российской аудитории опережает не только другие мессенджеры, но и сетевые социальных медиа⁴.

Факторы трансформации сегмента сетевых социальных медиа после начала военного конфликта с Украиной

Изменения в сегменте сетевых социальных медиа после начала конфликта на Украине связаны с действием нескольких факторов.

Во-первых, со стороны регулятора усилилось давление на некоторые зарубежные сетевые социальные медиа, выразившееся в их замедлении или блокировке. Уже 25 февраля 2022 г. Роскомнадзор объявил о замедлении доступа к Facebook* в качестве реакции на ограничения, наложенные площадкой на некоторые российские государственные медиа (РИА «Новости», Lenta.ru, Gazeta.ru, телеканал «Звезда» и др.)⁵. 11 марта 2022 г. оба сетевых социальных медиа Meta Platforms, Inc.* — Facebook* и Instagram* — были заблокированы. В качестве причины называлось данное руководством компании разрешение использовать язык вражды по отношению к российским военным, а также президентам России и Белоруссии⁶. Несмотря на то что 14 марта 2022 г. Meta Platforms, Inc.* отозвала данное разрешение, блокировка отменена не была; более того, 21 марта 2022 г. Тверской суд г. Москвы удовлетворил иск Генпрокуратуры России, поддержанный Роскомнадзором и ФСБ, о признании Meta Platforms, Inc.* экстремистской организацией и запрете ее деятельности на территории страны. Согласно комментариям судебного органа, данное решение не запрещало россиянам пользоваться Facebook* и Instagram*, а также не распространялось на еще одну разработку компании — мессенджер WhatsApp⁷.

² Принадлежат корпорации Meta Platforms, Inc.*, признанной террористической организацией, деятельность которой запрещена в РФ.

³ См.: Мингазов С. Из-за угрозы блокировки мессенджер WhatsApp отказался от запуска каналов в России // Forbes.ru. 2023. 26 августа. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/497203-iz-za-ugrozy-blokirovki-messendzher-whatsapp-otkazalsya-ot-zapuska-kanalov-v-rossii> (дата обращения: 29.04.2025).

⁴ В. Звоновский и А. Ходыкин приводят следующие данные исследовательской компании «Медиаскоп»: в январе 2022 г. среднесуточный охват аудитории WhatsApp составлял 58 %, а в апреле 2023 г. — 63 %; у Telegram данный показатель в указанных временных точках был равен соответственно 20 % и 42 % [Звоновский, Ходыкин, 2023: 177].

⁵ Роскомнадзор разъяснил ограничение доступа к Facebook* // РБК. 2022. 25 февраля. URL: <https://www.rbc.ru/politics/25/02/2022/62193a8c9a7947dd5f96ef9c> (дата обращения: 29.04.2025).

⁶ Соответствующую новость опубликовало агентство Reuters (см.: Vengattil M., Culliford E. Facebook* Allows War Posts Urging Violence Against Russian Invaders // Reuters. 2022. March 3. URL: <https://www.reuters.com/world/europe/exclusive-facebook-instagram-temporarily-allow-calls-violence-against-russians-2022-03-10/> (дата обращения: 18.04.2025)), вскоре ее подтвердил пресс-секретарь Meta Platforms, Inc.* Э. Стоун (см.: Stone A. Our Statement on What Is Happening // X.com. 2022. March 3. URL: <https://x.com/andymstone/status/1502048035458719746?mx=2> (дата обращения: 29.04.2025)).

⁷ См.: Локотецкая М. Суд признал Meta* экстремистской организацией и запретил на территории России // BFM. 2022. 21 марта. URL: <https://www.bfm.ru/news/495697> (дата обращения: 29.04.2025).

Еще две американские платформы по состоянию на 24 февраля 2024 г. уже находились под санкциями Роскомнадзора. Сеть профессиональных контактов LinkedIn была заблокирована в 2016 г. в связи с нарушением законодательных требований о локализации хранения персональных данных⁸. К Twitter санкции в виде замедления были применены 10 марта 2021 г. в связи с неудалением владельцами ресурса противоправного контента⁹. 4 марта 2022 г. замедление сменилось на полную блокировку¹⁰.

Наконец, к пятой платформе — видеохостингу YouTube — санкции в виде замедления были применены в середине июня 2024 г. Официальной причиной трудностей с доступом первоначально было названо прекращение обслуживания Google своего оборудования, находящегося в России, однако впоследствии регулятор признал наличие претензий к компании: «Многочисленные нарушения российского законодательства, неуважение к нашей стране и гражданам являются основанием для принятия мер в отношении YouTube. У нас достаточно инструментов для мотивации компании в такой ситуации, право на их использование остается за российской стороной»¹¹.

Во-вторых, на ограничение некоторых типов коммуникаций в сетевых социальных медиа была направлена серия нормативных актов. Наиболее существенный из них — Федеральный закон № 32-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статьи 31 и 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» от 4 марта 2022 г., устанавливающий административную и уголовную ответственность за «публичное распространение под видом достоверных сообщений заведомо ложной информации, содержащей данные об использовании Вооруженных Сил Российской Федерации»¹². В числе других нормативных актов, направленных на схожие эффекты, — Федеральный закон от 29.12.2022 № 584-ФЗ¹³, запрещающий российским компаниям использовать иностранные мессенджеры; приказ Роскомнадзора, запрещающий «пропаганду VPN»¹⁴, и т. д.

⁸ См.: Суд признал законной блокировку LinkedIn в России // Forbes. 2016. 10 ноября. URL: <https://www.forbes.ru/news/332607-sud-priznal-zakonnoi-blokirovku-linkedin-v-rossii> (дата обращения: 29.04.2025).

⁹ См.: РКН объявил о замедлении работы Twitter в России // Интерфакс. 2021. 10 марта. URL: <https://www.interfax.ru/russia/755246> (дата обращения: 29.04.2025).

¹⁰ См.: Щигарева М. В Роскомнадзоре высказались о разблокировке Twitter // Lenta.ru. 2023. 22 июня. URL: <https://lenta.ru/news/2023/06/22/twitter/> (дата обращения: 29.04.2025).

¹¹ См.: Роскомнадзор обвиняет Google в замедлении YouTube в России. Google говорит, что на его стороне проблем нет // CNews. 2024. 20 декабря. URL: https://www.cnews.ru/news/top/2024-12-20_roskomnadzor_vinit_google_v (дата обращения: 29.04.2025).

¹² УК РФ Статья 207.3. Публичное распространение заведомо ложной информации об использовании Вооруженных Сил Российской Федерации, исполнении государственными органами Российской Федерации своих полномочий, оказании добровольческими формированиями, организациями или лицами содействия в выполнении задач, возложенных на Вооруженные Силы Российской Федерации или войска национальной гвардии Российской Федерации // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/19bf2b8e4b62e143a17a50041a204252d0e263ce/ (дата обращения: 29.04.2025). Наказание за нарушение закона предусмотрено в виде штрафа до 1 млн руб., а также лишения свободы до 15 лет. Фактически нарушением закона может считаться распространение любых сведений о Вооруженных Силах, не подтвержденное официальным источником — Министерством обороны РФ. Закон был внесен на рассмотрение еще в 2018 г., однако тогда был отклонен. См.: Истомин С. Закон об ответственности за фейки о ВС РФ. За какие действия могут конфисковать имущество или назначить реальный срок? // Lenta.ru. 2024. 20 марта. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/03/20/feikivsr/#a1b0dmgnaylr58r> (дата обращения: 29.04.2025).

¹³ Вступил в силу с 1 марта 2023 г. См.: Федеральный закон от 29.12.2022 № 584-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212290045> (дата обращения: 29.04.2025).

¹⁴ См.: Роскомнадзор полностью запретил распространять информацию о VPN для обхода блокировок // Skillbox. 2024. 22 ноября. URL: <https://skillbox.ru/media/code/roskomnadzor-polnostyu-zapretil-rasprostranyat-informaciyu-o-vpn-dlya-obhoda-blokirovok/> (дата обращения: 29.04.2025).

В-третьих, еще одним фактором снижения присутствия зарубежных социальных медиа, наряду с их блокировкой Роскомнадзором, является санкционная политика ряда западных стран, в результате которой многие крупные IT-компании прекратили осуществлять деятельность на территории России. Помимо Meta Platforms, Inc.^{*}, в их число вошли Google, Microsoft, X.com, отказавшиеся от рекламной деятельности в стране. В результате коммерческие пользователи платформ в России были лишены официальных возможностей для монетизации публикуемого контента.

Особый случай — позиция китайской компании ByteDance, собственника сервиса TikTok. Через два дня после принятия Федерального закона № 32-ФЗ компания объявила о приостановке деятельности в России. Было принято решение заблокировать для россиян возможность публикации нового контента и прямых трансляций. Хотя Китай не присоединился к антироссийским санкциям, уход TikTok из страны был аргументирован соображениями безопасности сотрудников и пользователей¹⁵.

В-четвертых, необходимо учитывать изменения, произошедшие в сегменте профессиональных медиа. После начала военного конфликта с Украиной некоторые российские негосударственные медиа по разным причинам были закрыты или столкнулись с невозможностью продолжать деятельность на территории страны. Значимое число журналистов покинули Россию. В этих условиях сетевые социальные медиа оказались фактически единственным возможным каналом доступа к российской аудитории из-за рубежа.

Контекст исследования: от глобальной деревни к цифровому суверенитету

Рассматриваемый случай жестких государственных мер, применяемых к некоторым зарубежным платформам социальных медиа в Россию, отнюдь не единственный. Он вписывается в целую серию кейсов, вызванных конфликтами между государственными регуляторными органами, с одной стороны, и владельцами медиаплатформ — с другой. Предпринимаемые меры сопровождаются дискуссиями об информационной безопасности и средствах ее обеспечения, при этом оказывая влияние на аудиторные практики, которые имеют комплексный характер. Перечислим некоторые кейсы такого рода.

1) Блокировка группы российских интернет-ресурсов на территории Украины начиная с мая 2017 г., которая в дальнейшем неоднократно продлевалась. В санкционный список попали антивирусы Kaspersky Lab и Dr. Web, все сервисы «Яндекса», компании АBBYY, 1С и VK Group (в том числе «ВКонтакте» и «Одноклассники»)¹⁶. По состоянию на апрель 2017 г. сеть «ВКонтакте» занимала третье место по охвату пользователей в рейтинге всех сайтов, а «Одноклассники» находились на шестом месте. Три года спустя российские ресурсы покинули список самых популярных сайтов в Украине, на их место пришли продукты Meta Platforms, Inc.^{*}

¹⁵ Совина М. TikTok приостановила работу в России из-за закона о фейках // Lenta.ru. 2022. 6 марта. URL: https://lenta.ru/news/2022/03/06/tiktok_priostanovka/ (дата обращения: 29.04.2025).

¹⁶ Указ президента України № 184/2020 // Офіційне інтернет-представництво президента України. 2020. 14 мая. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1842020-33629> (дата обращения: 31.10.2025).

и Google. Российские социальные сети остались доступны через VPN и некоторых интернет-провайдеров, не выполняющих санкционные требования, но их использование среди украинцев невелико¹⁷.

2) Запрет 59 китайских приложений в Индии министерством электроники и информационных технологий (MEITY) в июне 2020 г. Данная мера была принята в качестве реакции на приграничный инцидент, который повлек за собой гибель 20 индийских военных. Под санкции попали TikTok, WeChat, Weibo, Helo и др., аудиторные показатели которых существенно снизились. Например, после запрета TikTok в Индии число загрузок приложения упало с 313,53 млн загрузок в первом квартале 2020 г. до 291,99 млн во втором и 197,04 млн в третьем квартале 2020 г.¹⁸ По оценкам аналитика исследовательской компании Counterpoint Т. Патхака, запрет оказал влияние примерно на каждого третьего пользователя смартфона в Индии. Суммарная аудитория запрещенных приложений на май 2020 г. составила более 500 млн активных пользователей¹⁹.

3) Ограничения на использование TikTok в США. Конфликт между китайской компанией ByteDance и правительством Соединенных Штатов начался в 2020 г., когда сервис был объявлен несущим угрозу национальной безопасности страны. В апреле 2024 г. президент Д. Байден подписал Закон о защите американцев от приложений, контролируемых иностранными противниками (H.R. 7521), согласно которому в январе 2025 г. должен был наступить запрет на использование приложения, если ByteDance не совершит продажу. С тех пор действующий президент США Д. Трамп несколько раз откладывал вступление в силу закона в связи с обсуждением сделки по приобретению активов американской компанией.

Приведенные примеры свидетельствуют о возрастающей роли национальных государств в сфере регулирования цифровых технологий и платформенных коммуникаций в условиях роста значимости данных как ресурса цифровой экономики. Исследователи в целом сходятся во мнении, что в современных условиях повышается роль данных как ключевого ресурса социально-экономического развития. Согласно К. Поланьи, данные относятся к числу фиктивных товаров, так как не создаются для купли-продажи и не обладают реальными товарными свойствами [Поланьи, 2002]. При этом контроль за оборотом данных находится на стороне цифровых платформ. Ш. Зубофф называет такое положение вещей «надзорным капитализмом»: «Надзорный капитализм в одностороннем порядке претендует на человеческий опыт как на бесплатное сырье для превращения его в данные о человеческом поведении» [Зубофф, 2022: 17]. Отчасти данные используются для совершенствования товаров и услуг, однако помимо этого они становятся необходимым ресурсом для обучения алгоритмов искусственного интеллекта и создания прогнозных продуктов, формирующих рынки поведенческих фьючерсов. Возникает угроза колониализма данных — захвата последних

¹⁷ Дослідження інтернет-аудиторії // Ukrainian Internet Association. URL: <https://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi> (дата обращения: 31.10.2025).

¹⁸ Number of TikTok Downloads from 1st quarter 2018 to 2nd quarter 2025 (in millions) // Statista. 2025. URL: <https://www.statista.com/statistics/1377008/tiktok-worldwide-downloads-quarterly/> (дата обращения: 31.10.2025).

¹⁹ Липанова Л. Индийские власти запретили работу TikTok, WeChat, Weibo и других китайских приложений на территории страны // VC.ru. 2020. 29 июня. URL: <https://vc.ru/social/138217-indijskie-vlasti-zapretili-rabotu-tiktok-wechat-weibo-i-drugih-kitayskih-prilozheniy-na-territorii-strany> (дата обращения: 31.10.2025).

как ценного ресурса без адекватной компенсации [Mejias, Couldry, 2024]. Развитие нейросимволического искусственного интеллекта ведет к углублению цифрового разрыва между технологическими лидерами и остальными странами, обеспечивая не только экономические преференции, но и возможности доминирования в сфере цифровой безопасности [Fernandez-Garcia, Gamboa, Castillo, 2025]. Фактически контроль за оборотом данных и ИИ становится действенным инструментом геополитики.

Усиление роли государства как актора современного цифрового развития рассматривается в рамках концепций цифрового протекционизма и цифрового суверенитета. Автор первой из них С. Ааронсон отмечает, что переход контролирующих функций за оборотом данных к транснациональным платформам приводит к размыванию понятия суверенитета [Aaronson, 2019, 2024]. Государство становится вынуждено балансировать между защитой национальных интересов и необходимостью обеспечения открытости и гражданских прав. В турбулентные периоды, характеризующиеся повышением уровня социальных угроз, обострением социальных противоречий и конфликтов, повышается востребованность мер по обеспечению цифровой безопасности на различных уровнях, и в первую очередь — на национальном.

О сложности и противоречивости концепции цифрового суверенитета свидетельствует научная дискуссия, развернувшаяся после публикаций М. Мюллера [Mueller, 2020] и Д. Хеллера [Heller, 2021]. Если первый утверждает, что понятие суверенитета неприменимо к киберпространству, поскольку в последнем территориальность и власть разделены, то второй придерживается противоположной точки зрения, рассматривая два конкурирующих подхода: чистый и относительный суверенитет. Разница заключается в том, что с позиций чистого суверенитета любые операции низкой интенсивности (то есть не нарушающие ни запрет на применение силы, ни принцип невмешательства) нарушают суверенитет, поскольку связаны с несанкционированным проникновением в компьютерную систему, находящуюся на территории другого государства. С позиций относительного суверенитета нарушением являются не все кибероперации, а лишь те, которые либо наносят ущерб цифровой инфраструктуре, либо представляют собой вмешательство в государственные функции [Heller, 2021: 1498]. Ф. Мусиани предлагает рассматривать цифровой суверенитет как «ситуативные практики», направленные на автономизацию цифровых инфраструктур [Musiani, 2022].

В российском информационном дискурсе понятие цифрового суверенитета появилось в первой половине 2010-х годов. В частности, в 2013 г. предприниматель и эксперт в области информационной безопасности И. Ашманов называл цифровой суверенитет ключевым элементом государственного суверенитета в современных условиях, определяя его как «право и возможность национального правительства самостоятельно и независимо определять и внутренние, и геополитические национальные интересы в цифровой сфере»²⁰.

В указанном контексте изменения в потреблении социальных медиа россиянами следует рассматривать как результат влияния различных акторов на меж-

²⁰ Елисеев И. Игорь Ашманов: Мы пережили много инфовойн — развал СССР, Югославия, Ирак // Российская газета. 2013. 22 мая. URL: <https://rg.ru/2013/05/23/ashmanov.html> (дата обращения: 29.04.2025).

страновые информационные потоки с целью их перераспределения. Социальная турбулентность в 2022 г. обострила комплекс проблем и противоречий, сформировавшихся на более ранних этапах развития отечественного сегмента социальных медиа.

Источники данных и методика анализа

Для решения задачи, поставленной в рамках исследования, было необходимо соблюсти следующие условия.

1) Работать с мониторинговой информацией — сопоставимыми, устойчивыми и надежными данными за весь период анализа.

2) Сформировать набор данных, комплексно характеризующих использование рассматриваемых платформ. Для сетевых социальных медиа это параметры не только медиапотребления, но и медиапроизводства.

В качестве источника данных о медиапотреблении использовались результаты измерений аудитории интернета Cross Web компании «Медиаскоп». Проект реализуется с января 2022 г. Генеральная совокупность измерений — вся российская аудитория интернета в возрасте от 12 лет и старше, пользующаяся доступом в сеть с мобильных и настольных (desktopных) устройств.

Сбор информации осуществляется в рамках нескольких пользовательских панелей. По состоянию на начало исследования (2022 г.) действующих панелей было три:

- десктопная панель ($n = 13\,000$);
- мобильная панель с офлайн-рекрутом ($n = 8\,000$);
- мобильная панель с онлайн-рекрутом ($n = 14\,000$).

Панели частично пересекаются: 4 000 респондентов одновременно участвуют в десктопной и одной из мобильных панелей.

В проект также входит установочное исследование, реализуемое ежегодно на выборке $n = 35\,000$ методом телефонных интервью (CATI). Его данные необходимы для определения контрольных параметров панели, формирования панельной матрицы и расчета статистических показателей для процедуры взвешивания. Обработка данных предполагает объединение информации из различных источников при помощи методики фьюжн и формирования так называемой синтетической популяции, основанной на юнитах — синтетических респондентах, сформированных на основе информации из нескольких источников²¹.

На основе данных исследования «Медиаскоп» Cross Web были рассчитаны следующие метрики для каждого из 20 отобранных сетевых социальных медиа:

²¹ На сайте «Медиаскоп» проект охарактеризован следующим образом: «Для интернет-измерений мы используем комбинацию сразу нескольких технологий: панельные измерения, счетчики, обработку внешних логов и решения наших технологических партнеров. Данные наших интернет-измерений отражают аудиторию в людях, а не технических метриках (просмотры, уникальные пользователи и др.) — это главное отличие Mediascope от других вендоров аналитических решений. В измерениях Mediascope участвуют все крупнейшие игроки российского интернет-рынка — это позволяет клиентам компании комплексно оценить свою аудиторию в интернете» (см.: Интернет // Mediascope. URL: <https://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/description/> (дата обращения: 29.04.2025). Более подробная информация о методике исследования доступна в презентации проекта (см.: Cross Web. Измерение аудитории Интернета в России // Mediascope. URL: https://mediascope.net/upload/doc/Cross_Web.pdf (дата обращения: 29.04.2025)).

— *monthly reach*: месячный охват аудитории (мобильной и десктопной) каждой из платформ сетевых социальных медиа, в тысячах человек и процентах от населения России в возрасте 12+;

— *average daily reach*: средний охват за сутки в течение месяца аудитории (мобильной и десктопной) каждого из платформ сетевых социальных медиа, в тысячах человек и процентах от населения России в возрасте 12+;

— *average daily duration*: средняя продолжительность потребления платформ сетевых социальных медиа за день, в минутах, среди населения России в возрасте 12+.

Обозначим ряд существенных особенностей сбора данных применительно к отдельным платформам:

- 1) данные по Looku доступны начиная с 1 декабря 2022 г.;
- 2) десктопные и мобильные данные по Snapchat доступны с 7 февраля 2022 г.;
- 3) данные по Tenchat доступны с 1 апреля 2022 г.;
- 4) данные по Yappu MEDIA доступны с 1 января 2022 г.;
- 5) десктопные и мобильные данные по ЯРус доступны с 16 марта 2022 г.;
- 6) данные по «Дзен» доступны с 1 октября 2022 г. С 1 марта 2023 г. доучтена аудитория на главной странице мобильного приложения «Яндекс.Старт».

В качестве источника данных о медиапроизводстве и цитируемости онлайн-платформ в профессиональных медиа использовались данные компании «Медиадиалогия». Специальное измерение публикационной активности на платформах сетевых социальных медиа было выполнено в две волны. Первая волна включает данные с 1 января 2022 г. по 30 сентября 2023 г., вторая — с 1 октября 2023 г. по 30 сентября 2024 г. Расчеты были произведены для семи площадок исследования с наибольшим количеством активности в сегменте крупных блогеров.

В рамках запроса были выставлены следующие фильтры:

- Регион публикации: Российская Федерация или не определено;
- Язык публикации: русский или не определено.

В случае Telegram учитывались посты и комментарии к ним в Telegram-каналах, данные представлены суммарно.

Все данные собраны на основе анализа контента каналов и авторов с аудиторией от 100 000 подписчиков и более, что существенно ограничивает исследование. Следует также учитывать, что на результаты по западным социальным медиа оказывает влияние фактор неполного сбора данных из-за технических ограничений самих площадок.

Медиадиалогией были рассчитаны следующие параметры:

- Количество сообщений, опубликованных в течение месяца в каналах с аудиторией не менее 100 000 подписчиков;
- Количество активных в течение месяца каналов с аудиторией не менее 100 000 подписчиков (то есть таких, в которых было опубликовано по крайней мере одно сообщение);
- Количество ссылок и (или) упоминаний социального медиа в российских СМИ (без учета платформ социальных медиа).

Все показатели были рассчитаны помесечно за период с января 2022 г. по сентябрь 2024 г. включительно.

Динамика потребления сетевых социальных медиа

Для начала рассмотрим параметры потребления сетевых социальных медиа. На рисунках 1 и 2 отражена динамика месячного охвата аудитории (в %). На рисунке 1 приведены данные о первой десятке социальных медиа по рассматриваемому параметру, на рисунке 2 — о второй десятке.

Рис. 1. Динамика месячного охвата аудитории социальных медиа (%) в России в январе 2022 г. — сентябре 2024 г. (№ 1—10)

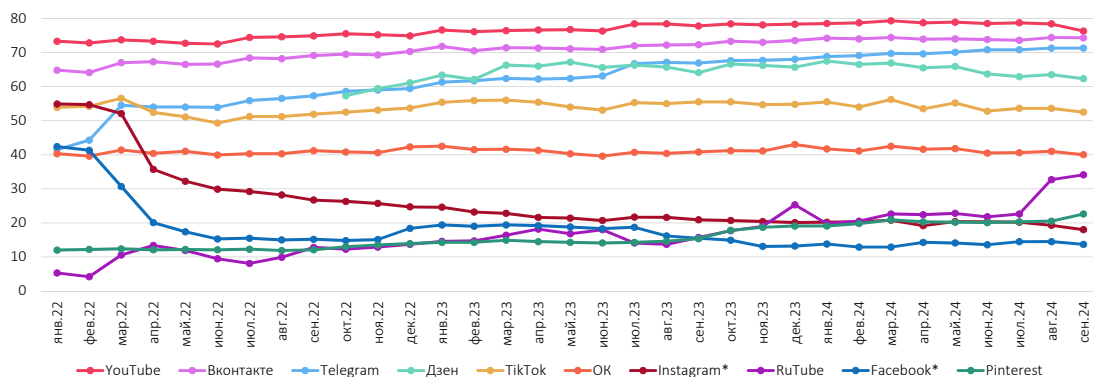
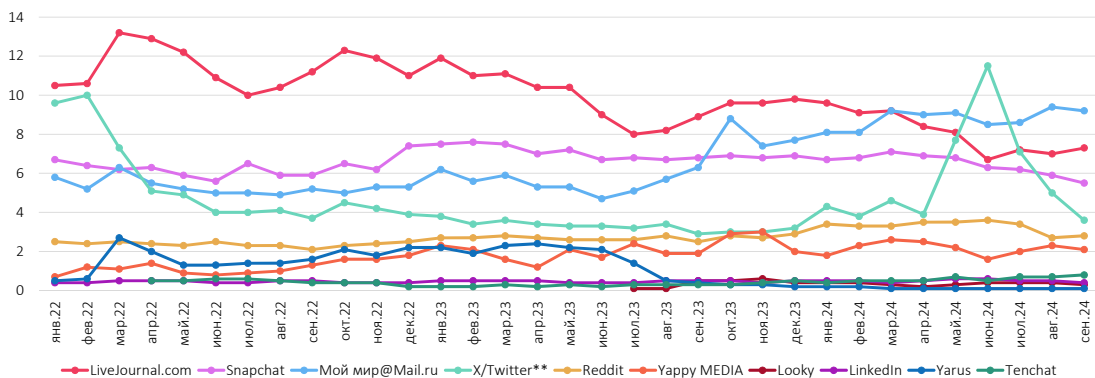


Рис. 2. Динамика месячного охвата аудитории социальных медиа (%) в России в январе 2022 г. — сентябре 2024 г. (№ 11—20)



Приведенные рисунки свидетельствуют, что март 2022 г. определенно стал периодом наиболее значимых трансформаций в потреблении анализируемых социальных медиа. С февраля по апрель 2022 г. произошли события, позволяющие говорить о радикальных изменениях в рассматриваемом сегменте медиасистемы. Значимые аудиторные трансформации наблюдаются и в дальнейшем, однако они затрагивают только отдельные медийные платформы.

Существенно снизился месячный охват аудитории зарубежных информационных платформ, подвергнутых блокировке со стороны Роскомнадзора. Если в январе 2022 г. Instagram*, Facebook* и X/Twitter** занимали третье, пятое

и двенадцатое места среди анализируемых ресурсов по рассматриваемому параметру соответственно, то уже в апреле этого же года они находились на шестой, восьмой и четырнадцатой позициях соответственно. Далее падение ресурсов Meta Platforms, Inc.* продолжилось. По состоянию на сентябрь 2024 г. Instagram* был уже на девятом месте, Facebook* — на десятом, позиция X/Twitter** не изменилась.

О действительно резком росте в первые месяцы военного конфликта можно говорить применительно только к одному сетевому социальному медиа — Telegram. На фоне блокировок он за несколько месяцев переместился с шестой на третью позицию. Правда, до октября 2022 г. отсутствовали данные по «Дзену», опережавшему Telegram с ноября 2022 г. по июнь 2023 г. включительно. Начало измерения «Дзена» совпало со сменой владельца — платформа была продана «Яндексом» Группе ВК. Последняя привязала стартовую страницу «Дзена» к приобретенному адресу www.yandex.ru, ранее ассоциировавшемуся с одноименной поисковой системой. Данный формальный прием привел к временному росту показателей охвата аудитории, в дальнейшем они понизились.

Первые две позиции на протяжении всего периода анализа удерживали YouTube и «ВКонтакте», месячные охваты которых плавно росли. В целом стабильными были показатели у «Одноклассников» и TikTok (в последнем случае — исключая небольшое снижение непосредственно после начала военных действий). Выросла аудитория у Pinterest и — в большей степени — RuTube, последнее особенно заметно на фоне начала замедления YouTube в августе и сентябре 2024 г.

Во второй десятке социальных медиа, помимо уже отмеченного падения охвата X/Twitter**, наблюдаются следующие тенденции. Охват аудитории «политизированного» LiveJournal.com в целом продолжил снижаться, однако за период анализа коммуникации на площадке дважды «ожили». Одно пиковое значение показателя связано с началом военных действий (март 2022 г.), второе — с объявлением о частичной мобилизации (октябрь 2022 г.). Показатели Snapchat, Reddit, LinkedIn более-менее стабильные. Определенное оживление аудитории «исторического» Моего мира@Mail.ru наблюдается в период с октября 2023 г., что может быть объяснено использованием платформы для распространения зарубежного аудиовизуального контента.

Отметим поведение аудитории X/Twitter** в период с мая по июль 2024 г. На пике (июнь 2024 г.) месячный охват достигает 11,5 %, что на 1,5 % превышает максимум, зафиксированный до блокировки сети (февраль 2022 г.). Данный рост активности объясняется специфической событийностью периода, активно обсуждавшейся пользователями платформы. К числу событий, актуальных для пользователей ресурса, относятся ход электоральной кампании Д. Трампа (в том числе покушение на кандидата в президенты США, совершенное 13 июля), резонансные публикации И. Маска и начало Олимпийских игр в Париже.

Отдельно следует остановиться на динамике аудитории группы отечественных сетевых социальных медиа, разработанных в рамках импортозамещения. До определенного момента лидерство в этом сегменте принадлежало сети ЯРус, «ожившей» с началом военных действий. Впоследствии, однако, было объявлено о пре-

крашении ее поддержки²², поэтому с августа 2023 г. ее аудиторные показатели минимальные. С июля 2023 г. безоговорочное первое место здесь принадлежит Yappy MEDIA, наиболее высокое значение месячного охвата у которой — 3,0 % — зафиксировано в ноябре 2023 г. Тем не менее общая картина для новых отечественных сетевых социальных медиа выглядит неутешительно. Ни одному из этих ресурсов не удалось достичь параметров охвата, близких к замещаемым зарубежным аналогам, даже в условиях блокировок. Также ни одной из этих площадок не удалось аккумулировать значимых объемов активной аудитории.

Коротко рассмотрим еще один показатель медиапотребления — среднее количество времени в минутах, которое аудитория уделяет той или иной платформе за сутки. В данном случае лидерство принадлежит платформам, предлагающим аудиовизуальный контент. Первое место и на начало, и на конец периода анализа также принадлежит YouTube (84 и 94 минуты соответственно, пиковое значение — 113 минут в январе и мае 2024 г.). Впечатляет прогресс RuTube, среднее время потребления которого выросло с трех до 48 минут (!), что позволило этому медиа из числа аутсайдеров переместиться на четвертое место (помимо YouTube, впереди также TikTok и «ВКонтакте»). Пятое место у Telegram, прогресс которого менее впечатляющий, но тоже весьма существенный (с 24 до 47 минут). У заблокированных Instagram* и Facebook* на фоне общего снижения продолжительности просмотра к концу периода наблюдается определенный рост рассматриваемого показателя, что связано с уходом неактивных пользователей при сохранении более активного ядра аудитории.

Динамика публикационной активности российских топовых блогеров

Перейдем к рассмотрению публикационной активности российских пользователей сетевых социальных медиа с числом подписчиков от 100 000 и более. Соответствующие данные, рассчитанные для восьми социальных медиа, отражены на рисунках П1—П8, доступных в Приложении к настоящей статье²³.

У YouTube-блогеров после начала военного конфликта существенно снизилась публикационная активность, особенно в апреле и мае 2022 г. Отмеченный спад связан в первую очередь с уходом компании Google из России, в результате которого перестали работать официальные механизмы монетизации контента. Впоследствии блогеры нашли новые способы монетизации, и объемы производства контента стали расти; с октября 2023 г. они превышают показатели начала 2022 г. Пик приходится на май 2024 г., однако позже на фоне замедления платформы публикационная активность стала постепенно снижаться.

У пользователей Telegram произошел резкий рост показателей и объемов контента, и количества авторов после февраля 2022 г. «ВКонтакте» демонстрирует стабильность в области как создания контента, так и количества авторов; правда, во второй половине рассматриваемого периода количество сообщений немного снижается. На «Одноклассниках» объемы публикуемого контента снижались в пе-

²² Литвиненко Ю. Связываемая с Евгением Пригожиным соцсеть Ярус объявила о закрытии // Коммерсантъ. 2023. 29 июня. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6070886> (дата обращения: 29.04.2025).

²³ Приложение см.: <https://monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/publicFile/submissionFile?fileId=19018&hash=cdbc54f64616ff06909d42a17b44f780>.

риод с января по сентябрь 2022 г. при стабильности числа авторов. Далее объемы публикуемого контента также стабилизировались.

Любопытная ситуация наблюдается на платформе TikTok. После запрета на размещение нового контента начиная с марта 2022 г. заметно снизились и его объем, и число авторов. Однако с мая 2024 г. возобновилась публикационная активность. Объемы последней с июля 2024 г. превышают показатели января и февраля 2022 г. На период подготовки статьи (апрель 2025 г.) TikTok официально не заявил о возвращении в Россию, однако в СМИ периодически появляются свидетельства постепенного снятия ограничений на платформе для российских пользователей, которые и объясняют зафиксированную динамику²⁴.

В случае Instagram*, несмотря на снижение аудиторных показателей, в период наблюдения сохранилась стабильность объемов производимого контента и количества уникальных авторов. Это связано с тем, что Instagram* функционирует как рекламная площадка, ориентированная на международную аудиторию, поэтому продолжение ее использования в таком качестве для блогеров из России остается оправданным. Также обратим внимание, что Instagram* — единственное сетевое социальное медиа из анализируемых, для которого выражена сезонность производства контента: снижение летом с последующим повышением по мере возобновления деловой активности в осенне-зимний период.

Публикационная активность в Facebook* снижалась в период с начала военного конфликта и до июля 2023 г., в дальнейшем показатели немного выросли. В целом можно сказать, что с марта 2023 г. публикационная активность российских пользователей этой социальной сети стабилизировалась. Похожие тенденции наблюдаются и в случае X/Twitter**, за тем исключением, что здесь снижение аудитории оказалось более длительным. Если и можно говорить о стабилизации публикационной активности, то только в самые последние месяцы наблюдения. Обратим внимание, что рост потребления данной сети летом 2024 г. не был поддержан положительной динамикой публикационной активности.

Цитирования/упоминания социальных медиа в российских СМИ

Перейдем к рассмотрению динамики числа цитирований и упоминаний социальных медиа в российских СМИ. Соответствующие данные для девяти социальных медиа приводятся на рисунке 3.

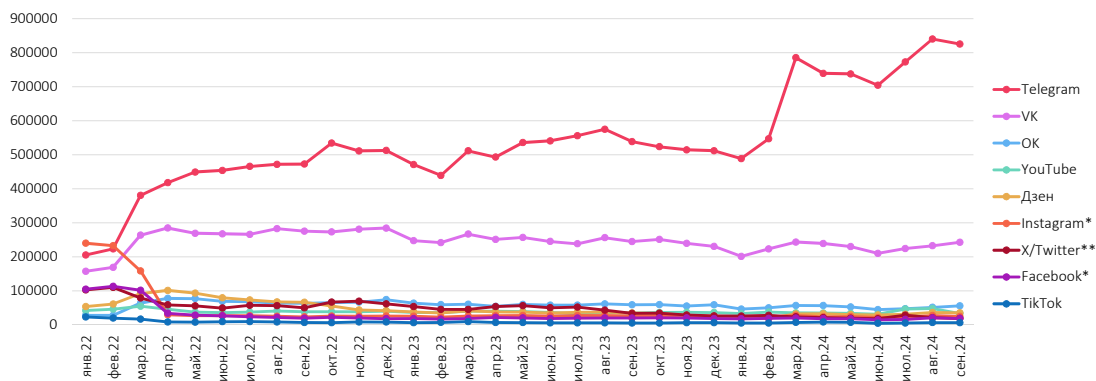
Полученные показатели позволяют зафиксировать, что по состоянию на январь 2022 г. из девяти рассматриваемых социальных медиа пять получили более 100 тыс. упоминаний. При этом на первом месте по данному показателю был Instagram* — 240 106 упоминаний. Также в пятерку вошли Telegram (205 632), «ВКонтакте» (157 667), Facebook* (105 227) и X/Twitter** (102 997).

После начала военного конфликта показатели упоминаемости существенно изменились. Их рост отмечен у трех социальных медиа. Наиболее существенный — у Telegram, на конец анализируемого периода уверенно занимавшего лидирующую позицию по данному параметру. В сентябре 2024 г. его значение составляло 825 522

²⁴ См., например: Демидкина К., Селизарова В. Пользователи TikTok в России рассказали о возобновлении доступа к новому контенту // Forbes. 2024. 29 января. URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/504969-pol-zovateli-tiktok-v-rossii-rasskazali-o-vozbouovlenii-dostupa-k-novomu-kontentu> (дата обращения: 29.04.2025).

упоминания, что свидетельствует о 301 % роста. У вышедшего на второе место «ВКонтакте» рост за анализируемый период составил 54 %. Еще одна платформа, повысившая свою цитируемость, — «Одноклассники». В данном случае рост составил 96 %; хотя абсолютные значения у этой социальной сети и не столь велики, количество упоминаний на конец периода (56 117) позволило ей выйти на уверенное третье место.

Рис. 3. Динамика упоминаний/цитирований девяти социальных медиа в российских СМИ (абс.) в январе 2022 г. — сентябре 2024 г.



У остальных сетевых социальных медиа наблюдается снижение упоминаемости. Наиболее резко показатель упал у Instagram* (–89%), Facebook* (–82%) и X/Twitter** (–81%). У последнего ресурса, однако, снижение показателя оказалось наиболее плавным. Наименее заметно снижение упоминаемости у YouTube (–21%), далее следуют «Дзен» (–34%) и TikTok (–71%).

Примечательно, что суммарная цитируемость девяти социальных медиа на протяжении периода анализа существенно не изменилась: разница между значениями на начало и конец периода составляет +4,1%. Максимальное значение приходится на март 2022 г., минимальное — на февраль 2023 г. Отметим, однако, что если на начальной точке на лидера по цитируемости — Instagram* — приходилась четверть (25,0%) от общего числа упоминаний, то лидер на завершающей точке периода — Telegram — получил уже более половины от их общего числа (53,9%). Таким образом, наблюдения позволяют сделать вывод о качественной трансформации потенциала сетевых социальных медиа как источника референтных сообщений. В начале периода существовала группа из пяти платформ (Instagram*, Telegram, «ВКонтакте», Facebook* и X/Twitter**), публикации на которых активно цитировались в отечественных СМИ, однако в течение времени три платформы такой статус утратили. При этом «ВКонтакте» сохранила свой потенциал, а Telegram его значительно повысила.

Количественная оценка динамики ведущих сетевых социальных медиа в России

Для количественной оценки динамики ведущих социальных медиа в рассматриваемый период на основании характеристик пяти рассмотренных выше пара-

метров было построено два индекса. Расчеты в обоих случаях были проведены для восьми сетевых социальных медиа, для которых доступен полный набор необходимых параметров за весь период анализа. Данные индексы решают сугубо аналитическую задачу, связанную с более глубокой интерпретацией собранных данных, однако автор не исключает, что они могут оказаться полезны в последующих исследованиях.

Для построения первого — Динамического структурного индекса — значения всех показателей по состоянию на январь 2022 г. были приняты за 100. Показатели за остальные месяцы были пропорционально пересчитаны. Соответственно, значения менее 100 свидетельствуют о снижении показателей по сравнению с исходной точкой, а значения более 100 — об их росте. Интегральное значение Динамического структурного индекса рассчитано как среднее арифметическое между значениями пяти параметров. Задача построения Структурного индекса заключается в выявлении прогресса либо регресса в отдельных показателях каждой из сетей.

Таблица 2. Значения Динамического структурного индекса по состоянию на сентябрь 2024 г.

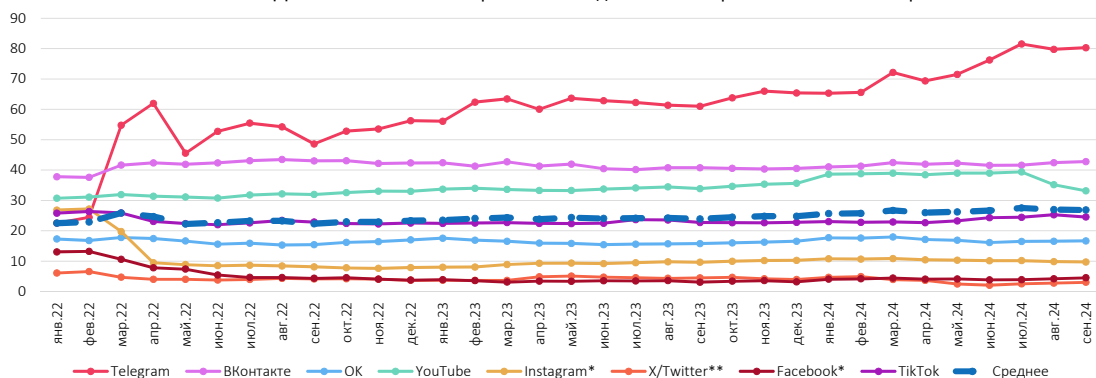
	Упоминания/ цитирования	Авторы 100 000+	Публикации 100 000+	Средний суточный охват	Средняя суточная продолжительность пользования	Интегральный индекс
Telegram	401	457	967	253	196	455
YouTube	79	148	136	105	112	116
«ВКонтакте»	154	89	92	121	111	114
«Одноклассники»	196	64	50	91	125	105
TikTok	29	141	107	94	95	93
Instagram*	11	89	97	15	78	58
X/Twitter**	19	35	32	31	87	41
Facebook*	18	39	31	15	67	34
Среднее значение	108	133	189	95	120	128

Результаты расчета на конец анализируемого периода (сентябрь 2024 г.), представленные в таблице 2, свидетельствуют, что у четырех социальных медиа из восьми интегральные показатели выросли, а у четырех снизились. Явный бенефициар изменений — Telegram. Положительную динамику также продемонстрировали YouTube, «ВКонтакте» и «Одноклассники». Слабо отрицательная динамика у TikTok, у оставшихся трех медиа сильно выражена негативная динамика.

Для каждого из сетевых социальных медиа картина по отдельным параметрам выглядит по-разному. Telegram вырос по всем направлениям, наиболее существенно — по количеству публикаций. YouTube имеет отрицательную динамику по одному параметру — упоминания/цитирования. «ВКонтакте» удалось упрочить позиции по медиапотреблению и цитируемости, однако производство контента сократилось. «Одноклассники» выиграли по цитируемости, проиграли по производству контента; что касается медиапотребления, здесь зафиксировано снижение охвата при увеличении продолжительности использования. TikTok стал существенно реже упоминаться в СМИ, производство контента в конечном счете выросло, однако показатели потребления контента упали. У Instagram*, X/Twitter** и Facebook* в той или иной степени произошло снижение по всем параметрам.

Перейдем ко второму индексу — Динамическому интегральному. Здесь для каждого из пяти показателей были выявлены минимальное и максимальное значения, полученные за период наблюдения среди всех восьми социальных медиа. Далее была использована процедура нормализации — значения были приведены к шкале от «0» до «100», где за «0» был взят фактический минимум, а за «100» — фактический максимум. Значения Динамического интегрального индекса, в отличие от Динамического структурного индекса, позволяют осуществлять динамическое сопоставление объектов анализа друг с другом, однако без дифференцирования по отдельным параметрам — рассматривается только интегральное значение. Результаты расчета Динамического интегрального индекса отражены на рисунке 4.

Рис. 4. Значения Динамического интегрального индекса в январе 2022 г. — сентябре 2024 г.



Динамический интегральный индекс демонстрирует критическую значимость периода начала военного конфликта для всего сегмента сетевых социальных медиа. Telegram — единственное социальное медиа, у которого значение Динамического интегрального индекса резко повысилось. Незначительное повышение произошло у YouTube и «ВКонтакте», не изменилось у «Одноклассников». О незначительном снижении следует говорить в случае TikTok. У Instagram* и Facebook* снижение значительное, то же самое, по крайней мере в относительном выражении, можно сказать и об X/Twitter**, правда, значение индекса у этой сети изначально было невысоким.

Обратим внимание на динамику значения среднего арифметического показателя Динамического интегрального индекса. На протяжении всего времени наблюдения оно колеблется между 22 и 28 пунктами. В январе и феврале 2022 г. его значение равно 23, а в конце периода (август и сентябрь 2024 г.) — 27. Минимально значение (22) приходится на май и сентябрь 2022 г., а максимальное (28) — на июль 2024 г.; в целом наблюдение за динамикой позволяет говорить о слабой тенденции роста, то есть формально есть основания говорить о повышении активности в социальных медиа, вопреки регуляторным действиям, направленным на ее снижение. В то же время данное повышение отмечается исключительно благодаря одной платформе — Telegram.

Дискуссия и заключение

Рассмотренные данные показывают, что в анализируемый период времени сегмент социальных медиа в России был сформированным и высококонкурентным. Аудиторные показатели, рассчитанные на месячном уровне, демонстрируют стабильность, хотя и подвержены изменениям под влиянием различных факторов. Данные факторы обычно затрагивают отдельные платформы; исключение составляют изменения в феврале — марте 2022 г., которые привели к значительным системным трансформациям. Аудиторные изменения, произошедшие под влиянием изменений государственной информационной политики, связаны с ограничениями доступности некоторых зарубежных ресурсов либо по причинам замедления и блокировки (Instagram*, Facebook*, X/Twitter**, позднее — YouTube), либо вследствие изменений корпоративной политики (TikTok). Крупнейшим бенефициаром произошедших изменений стал Telegram, созданный выходцем из России П. Дуровым, однако также являющийся зарубежной платформой.

Анализ не выявил каких-либо аудиторных прорывов среди новых российских проектов социальных медиа, созданных в рамках импортозамещения. Возможно, говорить об их полной неуспешности несправедливо, однако на сегодняшний день по аудиторным показателям они уступают заблокированным конкурентам. Особый случай — RuTube, созданная в 2006 г., вскоре после запуска YouTube. По аудиторным показателям российская платформа продолжает существенно уступать американской, однако в анализируемый отрезок времени ее показатели значимо выросли.

Характерно, что аудитория по-разному реагирует на ограничения доступа к платформам. В одних случаях снижаются и потребление, и публикационная активность (Facebook*, X/Twitter**), в других — преимущественно потребление (Instagram*), в третьих — преимущественно публикационная активность (TikTok). Однако в той или иной степени все эти ресурсы испытывают негативный эффект от накладываемых ограничений.

Предположение о падении аудиторной активности в сетевых социальных медиа в России в рассматриваемый период на основании анализа восьми ведущих площадок не подтверждается. Государственные меры, направленные на снижение пользования некоторыми зарубежными платформами, а также сокращение активности по производству пользовательского контента на «военную» тематику, были компенсированы противоположно направленным вектором активизации пользовательских коммуникаций в условиях социальной турбулентности.

Уход пользователей заблокированных ресурсов в Telegram не следует рассматривать как простое замещение одних коммуникационных площадок на другую. После февраля 2022 г. произошли изменения в самой структуре коммуникаций. Рост Динамического интегрального индекса на 4 пункта связан в первую очередь с активизацией использования коротких текстовых сообщений, тогда как в сегментах более сложных и затратных в производстве форм контента наблюдается спад. Кроме того, аккумулярование аудитории вокруг одного ресурса создает известные риски в случае ограничений или сбоев в его работе, какими бы факторами они ни были вызваны.

Список литературы

1. Гуркина О. А., Мальцева Д. В. Мотивы использования виртуальных социальных сетей подростками // Социологические исследования. 2015. № 5. С. 123—130.
Gurkina O. A., Maltseva D. V. (2015) Adolescents' Motivations to Use Virtual Social Networking Sites. *Sociological Studies*. No. 5. P. 123—130. (In Russ.)
2. Данина М. М., Шалыпин А. А. Социально-психологический аспект исследования социальных сетей в Интернете // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. 2012. № 3. С. 16—33.
Danina M. M., Shalyapin A. A. (2012) Socio-Psychological Approach to the Research of Online Social Networks. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*. No. 3. P. 16—33. (In Russ.)
3. Звоновский В. Б., Ходыкин А. В. Российское общественное мнение в условиях военного конфликта, 2022—2023. Кишинев: Historical Expertise, 2024.
Zvonovsky V. B., Khodykin A. V. (2024) Russian Public Opinion in the Context of Military Conflict, 2022—2023. Chisinau: Historical Expertise. (In Russ.)
4. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М.: Издательство Института Гайдара, 2022.
Zuboff S. (2022) The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontiers of Power. Moscow: Gaidar Institute. (In Russ.)
5. Минина В. Н., Василькова В. В. От социального пространства к пространству онлайн социальных сетей: исследовательские подходы и вызовы // Социальное пространство. 2019. № 5. Ст. 10.
Minina V. N., Vasilkova V. V. (2019) From Social Space to the Space of Online Social Networks: Research Approaches and Challenges. *Social Space*. No. 5. Art. 10. (In Russ.)
6. Моросанова А. А. Социальные сетевые медиа и цифровые платформы в новых условиях: quo vadis? // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2022. № 4. С. 39—63.
Morosanova A. A. (2022) Social Media and Digital Platformism New Conditions: Quo Vadis? *Lomonosov Economics Journal*. No. 4. P. 39—63. (In Russ.)
7. Поланьи К. Великая трансформация: политические и экономические истоки нашего времени. СПб.: Алетейя, 2002.

- Polanyi K. (2002) *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. St. Petersburg: Aletheia. (In Russ.)
8. Сулейманова Л. В. Конструирование женственности в дискурсе социальных сетевых медиа (на примере Instagram*) // *Общество: социология, психология, педагогика*. 2017. № 1. С. 37—42.
Suleimanova L. V. (2017) Construction of Femininity in the Social Media Discourse (Case Study of Instagram*). *Society: Sociology, Psychology, Pedagogy*. No. 1. P. 37—42. (In Russ.)
 9. Ушкин С. Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: дисс. ... канд. социол. наук. Саранск, 2015.
Ushkin S. G. (2015) *The Impact of Virtual Social Networks on Protest Activity in Russian Society*. PhD Dissertation in Sociology. Saransk. (In Russ.)
 10. Чэнь Ди. Социальные сетевые медиа и социальные сети в концепциях американских и российских исследователей // *Вестник СПбГУ*. 2012. Сер. 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. Вып. 3. С. 223—230.
Chen Di. (2012) Concepts of American and Russian Researchers in Online Social Media and Social Networking. *Bulletin of St. Petersburg State University. Series 9*. No. 3. P. 223—230. (In Russ.)
 11. Ядов В. А. Каким мне видится будущее социологии // *Социологические исследования*. 2012. № 4. С. 3—7.
Yadov V. A. (2012) How I See the Future of Sociology. *Sociological Studies*. No. 4. P. 3—7. (In Russ.)
 12. Aaronson S. A. (2019) What Are We Talking about When We Talk about Digital Protectionism? *World Trade Review*. Vol. 18. No. 4. P. 541—577. <https://doi.org/10.1017/S1474745618000198>.
 13. Aaronson S. A. (2024) Trade Agreements and Cross-Border Disinformation: Patchwork or Polycentric? In: Aguerre C., Campbell-Verduyn M., Scholte J. A. (eds.) *Global Digital Data Governance*. London: Routledge. P. 125—147.
 14. Heller K. J. (2021) In Defense of Pure Sovereignty in Cyberspace. *International Law Studies*. Vol. 97. P. 1432—1499.
 15. Mejias U. A., Couldry N. (2024) *Data Grab: The New Colonialism of Big Tech and How to Fight Back*. London: WH Allen.
 16. Mueller M. L. (2020) Against Sovereignty in Cyberspace. *International Studies Review*. Vol. 22. No. 4. P. 779—801. <https://doi.org/10.1093/isr/viz044>.
 17. Musiani F. (2022) Infrastructuring Digital Sovereignty: A Research Agenda for an Infrastructure-Based Sociology of Digital Self-Determination Practices. *Information, Communication and Society*. Vol. 25. No. 6. P. 785—800. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2049850>.
 18. Fernandez-Garcia C. E., Gamboa S. G., Castillo P. G. (2025) Digital Imperialism: Neurosymbolic Artificial Intelligence, International Security, Information Flows, and So-

cial Media in the Twenty-First Century. In: Roumate F., La Rosa E. (eds.) *Artificial Intelligence, Media and International Security. The Weaponization of AI Use in Media and International Security*. Cham: Springer. P. 35—58.

19. Safko L., Brake D. K. (2009) *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3010](https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3010)**А. Д. Абдулаев****ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧАСТИЯ
НА ИНТЕНСИВНОСТЬ КОНФЛИКТОВ В СФЕРЕ ЖКХ
(НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)****Правильная ссылка на статью:**

Абдулаев А. Д. Влияние государственного участия на интенсивность конфликтов в сфере ЖКХ (на примере Санкт-Петербурга) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 259—283. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3010>.

For citation:

Abdulaev A. D. (2026) The Impact of State Involvement on Conflict Intensity in the Housing and Utilities Sector: Evidence from St. Petersburg. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 259–283. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3010>. (In Russ.)

Получено: 06.05.2025. Принято к публикации: 25.02.2026.

**«ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УЧАСТИЯ
НА ИНТЕНСИВНОСТЬ КОНФЛИКТОВ В СФЕ-
РЕ ЖКХ (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)»**

*АБДУЛАЕВ Арсен Джапарович — аспирант
Лаборатории экономико-социологических
исследований, факультет социальных наук,
Национальный исследовательский универ-
ситет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия*

*E-MAIL: arsen.abdulaev@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3915-1741>*

**THE IMPACT OF STATE INVOLVEMENT ON
CONFLICT INTENSITY IN THE HOUSING AND
UTILITIES SECTOR: EVIDENCE FROM ST.
PETERSBURG**

*Arsen D. ABDULAEV¹ — Graduate Student,
Laboratory for Studies in Economic Sociology,
Faculty of Social Sciences
E-MAIL: arsen.abdulaev@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3915-1741>*

¹ HSE University, Moscow, Russia

Аннотация. В статье представлены результаты изучения связи между формами присутствия государства на рынке и конфликтностью отношений жильцов и управляющих компаний в многоквартирных домах Санкт-Петербурга. Государственные структуры рассматриваются как многоуровневый агент, выступающий на рынке жилищно-коммунальных услуг не только в роли регулятора, но и поставщика, а также получателя услуг. Уровень конфликтности определен через частоту применения гражданами жалоб по вопросам ЖКХ в электронной форме. Базой для анализа стали электронные обращения жителей на портале «Наш Санкт-Петербург» с 2015 г. по май 2022 г. о проблемах в многоквартирных домах в адрес управляющих компаний. Сведения дополнены данными об управляющих организациях, местоположением и техническими характеристиками многоквартирных домов. На основе сетевого анализа выявлена система подконтрольных администрации города организаций, которая управляет более чем 50% городского фонда многоквартирных домов. Такая система организации формирует двустороннюю административную систему контроля рынка: помимо роли поставщика жилищно-коммунальных услуг государство может выступать их получателем при наличии имущества в многоквартирном доме.

Abstract. This paper examines the relationship between various forms of state market presence and the intensity of conflicts between residents and management companies in multi-family housing in St. Petersburg. State entities are conceptualized as multi-level agents operating within the housing and utilities market, functioning not only as regulators but also as service providers and consumers. Conflict intensity is operationalized through the frequency of digital citizen complaints regarding housing and utility issues. The study is based on a longitudinal dataset of electronic reports filed via the "Our St. Petersburg" portal between 2015 and May 2022, targeting management companies. These data were supplemented with organizational details of management companies, as well as the geographical and technical specifications of the housing stock. Utilizing network analysis, the study identifies a system of organizations controlled by the municipal administration that manages over 50% of the city's multi-family housing. This organizational framework establishes a bilateral system of administrative market control: beyond its role as a service provider, the state acts as a consumer when it holds ownership stakes within residential buildings. Regression analysis reveals a statistically significant correlation between ownership structure, the legal form of the man-

Регрессионный анализ показал статистически значимую связь структуры собственников и формы управляющей компании с количеством поданных жалоб. Управление домом компанией со смешанным капиталом (ГЧП) в наибольшей мере связано с увеличением количества обращений в сопоставлении с государственными, частными компаниями и товариществами собственников жилья. Также с количеством жалоб положительно связаны количество квартир в государственной собственности в многоквартирном доме и уровень монополизации рынка поставщиков жилищных услуг.

Ключевые слова: формы государственного участия, жилищно-коммунальное хозяйство, институциональные противоречия, административные жалобы, многоквартирные дома, жилищные практики

agement company, and the volume of filed complaints. Findings indicate that management by mixed-capital companies (Public-Private Partnerships) is associated with the highest increase in complaint frequency compared to state-owned enterprises, private firms, and homeowners' associations (HOAs). Furthermore, the volume of complaints is positively correlated with the proportion of state-owned units within a building and the degree of market monopolization among housing service providers.

Keywords: forms of state involvement, housing and utilities sector, institutional contradictions, administrative complaints, multi-family housing, housing practices

Введение

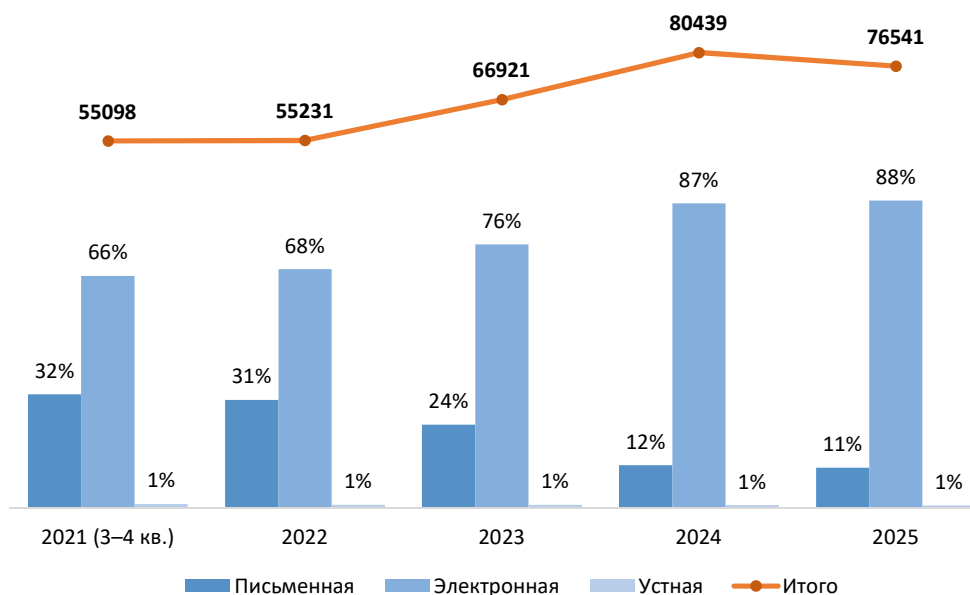
В результате проведенных в постсоветское время неолиберальных реформ сфера жилищно-коммунального хозяйства в России претерпела существенные изменения. Одним из важных нововведений стало открытие с начала 2000-х годов сферы управления многоквартирными домами (МКД) для частных компаний [Богданова, 2021: 78]. Помимо форм управления с участием собственников (непосредственного управления и управления через товарищества и кооперативы) на рынке можно наблюдать управляющие компании (УК) с различными конфигурациями учредителей: от государственных либо частных до компаний со смешанным капиталом. Выбор формы управления многоквартирным домом — неотъемлемое право его собственников¹. Законом предусмотрены необходимые процедуры для отстаивания жильцами своих интересов: утверждение перечня работ, согласование стоимости услуг, смена управляющей организации и пр. На федеральном уровне и в отдельных регионах² развернуты электронные порталы, которые агрегируют жалобы по жилищным вопросам и позволяют собственникам решать типовые проблемы в МКД. Коммуникация посредством жалоб выступает универсальным механизмом обратной связи [Бессонова, 2022: 140]. Их количество и содержание сигнализируют о происходящих изменениях в жилищной сфере.

¹ Ст. 44 «Жилищного кодекса Российской Федерации» от 29.12.2004 N 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

² К примеру, портал «Наш Санкт-Петербург» в Санкт-Петербурге, «Электронный дом» в Москве, «Решаем проблемы вместе» в Московской области, «Электронный Кузбасс» в Кемеровской области, «Управляем вместе» в Пермском крае, «Камчатка в порядке» в Камчатском крае, «Открытый регион» в Тульской области и др.

Особого внимания заслуживает непрекращающийся рост количества жалоб по вопросам ЖКХ в органы власти. В 2024 г. на федеральный портал информационной системы ГИС «ЖКХ» было подано 3,5 млн обращений, что в 2,8 раза больше значений 2023 г. (1,3 млн). Доля жалоб, направленных в адрес управляющих организаций, выросла на 18 % (2,6 млн ед.)³. Схожую тенденцию можно наблюдать на региональном уровне, в частности в Санкт-Петербурге (см. рис. 1).

Рис. 1. Динамика количества поданных жалоб по вопросам ЖКХ в Санкт-Петербурге в разрезе форм подачи⁴



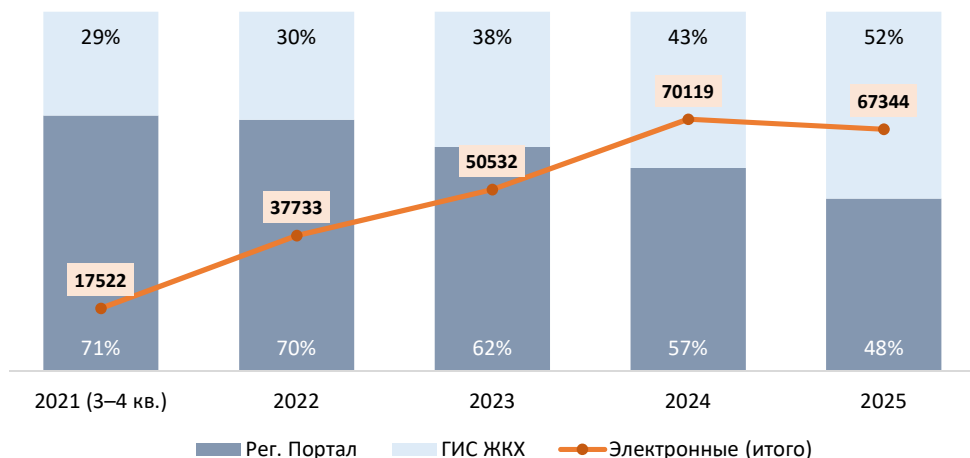
В адрес Государственной жилищной инспекции Санкт-Петербурга в 2024 г. было подано более 80,4 тыс. обращений⁵, что на 20,2 % больше значений 2023 г. (66,9 тыс.), 70,1 тыс. поступило в электронной форме. Доля электронных обращений от года к году стабильно растет. В 2025 г. впервые прирост количества обращений прекратился и незначительно снизился до 76,5 тыс. В разрезе электронных обращений доля жалоб, направленных на федеральный портал, возрастает (см. рис. 2), что может свидетельствовать об обострении конфликтов и вынесении жилищных вопросов на более высокий административный уровень в надежде на их разрешение.

³ Государственный информационная система жилищно-коммунального хозяйства.

⁴ Данные информационно-статистического обзора обращений граждан, поступивших в Государственную жилищную инспекцию Санкт-Петербурга, URL: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/inspekciya/obrasheniya-grazhdan/obzory-obrashenij/60670/> (период сбора данных ограничен разрезами статистических наблюдений по типу обращений и источнику подачи) (дата обращения: 18.04.2026).

⁵ Там же.

Рис. 2. Общее количество и распределение электронных жалоб по вопросам ЖКХ в Санкт-Петербурге в разрезе каналов подачи⁶



Рост количества жалоб при одновременном расширении каналов обратной связи указывает на системный характер возникающих проблем. Административные жалобы выступают сигналом о неразрешенных противоречиях на уровне заказчика и поставщика услуг. Цель такого сигнала — привлечение вышестоящих инстанций (в данном случае — профильных органов власти) для разрешения возникшей проблемы [Бессонова, 2021]. При этом системные проблемы и высокий уровень конфликтности могут быть следствием комбинаций государственных и рыночных механизмов.

Государство наравне с рынками должно быть встроено в иные формы социальных отношений для обеспечения собственной эффективности [Evans, 2012: 41]. Многообразие ролей, в которых выступает государство в сфере ЖКХ, требует переосмысления подходов к анализу отношений жильцов и управляющих организаций. Органы власти выступают не только регулятором, но и арбитром в спорах, поставщиком жилищных услуг. При наличии государственного имущества в доме органы власти также выступают в роли собственника, имеющего право голоса наравне с другими жильцами.

Ключевой исследовательский вопрос состоит в том, как различные формы государственного участия в управлении многоквартирным домом влияют на уровень конфликтности между жильцами и управляющими компаниями.

Методологическая часть исследования включает три ключевых компонента:

1. Теоретически обосновывается взаимосвязь государственных и рыночных институтов. Обострения институциональных противоречий рассматриваются через призму конфигураций взаимодействия акторов ЖКХ.

⁶ Данные информационно-статистического обзора обращений граждан, поступивших в Государственную жилищную инспекцию Санкт-Петербурга, URL: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/inspekcija/obrasheniya-grazhdan/obzory-obrashenij/60670/> (период сбора данных ограничен разрезами статистических наблюдений по типу обращений и источнику подачи) (дата обращения: 18.04.2026).

2. Определяется специфика рынка жилищных услуг: типы игроков, правила взаимодействия и отличительные черты различных форм управления МКД с акцентом на множественность ролей государства.
3. На основе анализа международных исследований обосновывается использование интенсивности жалоб в качестве индикатора институциональной напряженности.

В разделе, посвященном эмпирическому анализу, проверяется гипотеза о наличии связи между формами присутствия государства на рынке и уровнем конфликтности. Для этого применяется регрессионный анализ, где в качестве зависимой переменной выступает интенсивность жалоб, а независимых переменных — форма управления домом, наличие государственных структур в роли учредителя компании, доля государственной собственности в МКД, концентрация рынка поставщиков жилищных услуг.

О связи государства и рынка

Современная экономическая социология уходит от дихотомии «государство — рынок» и рассматривает их как взаимодополняющие элементы. Государству приписывается конструирующая функция, в то время как рыночные механизмы выступают способом агрегации разрозненного выбора экономических агентов [Блок, 2004: 47]. Фокусом исследований становится не факт наличия институциональных противоречий, а поиск множественных гармоничных сочетаний государственных и рыночных механизмов [Дитрих, Питер, 2011: 56]. При этом уделяется недостаточно внимания изучению того, как различные стратегии государства влияют на возможности сторон отстаивать свои интересы при повторяющихся трансакциях [Блок, 2004: 49]. В случае с рынком ЖКУ государство формирует нормативные рамки, обуславливающие течение воспроизводимых экономических отношений. Механизмами регулирования выступают контрольно-надзорные мероприятия⁷, стандартизация услуг⁸, тарифное регулирование государственных компаний⁹, лицензирование деятельности по управлению МКД¹⁰. Одновременно государство наравне с другими агентами может глубоко интегрироваться в хозяйственную деятельность в роли рыночного игрока. К примеру, существует практика учреждения государственных и муниципальных компаний, осуществляющих управление жилыми домами. Главным вызовом для таких систем является обеспечение согласованности между различными ролями. Децентрализация, в процессе которой происходит «расщепление» (decoupling) государственного аппарата, позволяет некоторым бюрократическим единицам иметь относительную автономию для самостоятельного принятия политических и экономических решений [Дитрих, Питер, 2011: 64]. Децентрализации свойственна возрастающая потребность в ин-

⁷ Ст. 20 «Жилищного кодекса Российской Федерации» от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

⁸ Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 (ред. от 19.12.2025) «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (вместе с «Правилами предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»); Постановление Правительства РФ от 15 мая 2013 г. № 416 «О порядке осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами».

⁹ Ст. 156 «Жилищного кодекса Российской Федерации» от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

¹⁰ Ст. 192 «Жилищного кодекса Российской Федерации» от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

струментах контроля и координации для поддержания встроенной (embedded) автономии в понимании П. Эванса. Трансформация государства в развитые формы зависит от выполняемых ролей и их комбинаций [Evans, 2012: 249].

Связь государственных и негосударственных полей формирует предпосылки как для симбиоза, так и для дестабилизации социально-экономических отношений [Флигстин, Макадам, 2022: 162]. В отсутствие эффективного регулирования возникающие конфликты могут иметь деструктивный характер. Негативные результаты конфигураций государственных и рыночных институтов выражаются в состоянии квазирынка — использовании рыночных институтов в интересах отдельной группы [Бессонова, 2017]. Подобные системы правил также называют экстрактивными институтами [Асемоглу, Робинсон, 2015: 181], порядками ограниченного доступа, которые формируются посредством нормативного закрепления (enforce) привилегированного доступа к ресурсам. У доминирующих игроков снижается необходимость применения насилия в связи с возможностью извлечения наибольшей ренты посредством рыночных инструментов [Норт, Уоллис, Вайнгаст, 2012: 9]. Примеры экстрактивных институтов в сфере ЖКХ: запрет на выход из-под управления определенной компании¹¹, навязывание собственникам дополнительных услуг¹², невыполнение дорогостоящих работ, оказание услуг ненадлежащего качества¹³, необоснованное завышение платежей за ЖКУ¹⁴.

Сочетания государственных и рыночных институтов в сфере ЖКХ приводят к различным социально-экономическим эффектам. В одном случае система находится в состоянии баланса, и относительно автономные государственные единицы показывают свою эффективность. В другом создаются условия для формирования привилегированных групп, нарушения прав собственников. Можно ли понять, когда достигается гармоничное сочетание государственных и рыночных институтов и существует ли относительно универсальный маркер институциональных конфликтов?

Жалобы как маркер институциональных противоречий

Воспроизводство институтов предлагается рассматривать не как процесс сохранения, функционирования и равновесия, а как исторический процесс, протекающий в условиях потенциальных дисфункций, противоречий и трансформаций [O'Hara, 2000: 39]. В таком случае формируемые между участниками рынка институциональные логики, или представления о легитимном распределении выгод в поле [Флигстин, Макадам, 2022: 351], вырабатываются и изменяются в про-

¹¹ УК-рейдеры и мегатарифы: как устроено «жилищное рабство» в Петербурге // РБК Санкт-Петербург. 2024. 10 февраля. URL: https://www.rbc.ru/spb_sz/10/02/2024/65c47c589a794730c1bae2d3 (дата обращения: 15.12.2025).

¹² Свобода договора // Российская газета. 2024. 2 июля. URL: <https://rg.ru/2024/07/02/svoboda-dogovora.html> (дата обращения: 15.12.2025).

¹³ Жилинспекция Петербурга проверяет УК крупного застройщика после жалоб горожан // Деловой Петербург. 2024. 16 января. URL: <https://www.dp.ru/a/2024/01/16/zhilinspekciya-peterburga-proverjaet> (дата обращения: 15.12.2025).

¹⁴ Овчаренко А. Прокуратура Петербурга поймала Жилкомсервис на завышении счетов по ЖКХ // Комсомольская правда — Санкт-Петербург. 2023. 26 февраля. URL: <https://www.spb.kp.ru/online/news/5158457/> (дата обращения: 15.12.2025); Никифоров П. Визит силовиков к петербургскому девелоперу связали с завышением платежей за ЖКУ // Деловой Петербург. 2025. 24 октября. URL: <https://www.dp.ru/a/2025/10/24/vizit-silovikov-k-peterburgskomu> (дата обращения: 15.12.2025); Жилкомсервис Пушкинского района обязали сделать перерасчет за отопление // Коммерсантъ. 2024. 15 апреля. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6649501> (дата обращения: 15.12.2025).

цессе борьбы за доминирующие позиции на рынке через регулярные конфликты. При этом каждый из участников непрерывно маневрирует в силу состязательной природы поля [Флигстин, Макадам, 2022: 54] с целью сохранения либо улучшения собственных позиций.

Обратная связь и индивидуальные действия имеют потенциал как к изменению институтов [Долфсма, 2017: 171], так и к стабилизации локальных правил. Одним из фундаментальных механизмов подобной стабилизации является привлечение властного институционального игрока через жалобы. Административные жалобы выступают универсальным сигналом о происходящих нарушениях, связанных с институциональными противоречиями [Бессонова, 2021] и легальным основанием для прямого вмешательства государства в разрешение проблемы [Корнаи, 1990: 301]. Функцию жалобы как средства обратной связи во взаимодействии акторов в рыночной среде можно объяснить через интерпретацию Я. Корнаи стратегий игроков «Голос, выход, лояльность» [Хиршман, 2009]. Административная жалоба — сигнал дефицита [Корнаи, 1990: 123], способ сопротивления повышению цен, инструмент распределения благ в административной экономике. Учитывая неценовые формы регулирования отношений, жалобы могут быть использованы при снижении качества либо неоказании услуг.

В связи с этим административные жалобы выступают универсальным маркером конфликтности среды и широко используются в международных исследованиях. Во многом применение данного подхода продиктовано возможностью многоуровневого анализа: суть конфликта раскрывается не только через содержание обращения, но и через специфику подачи, сетевое взаимодействие заявителей, частоту обращений, средовые особенности, культурный контекст. Например, посредством количественного анализа жалоб предпринимались попытки установить влияние безработицы, уровня преступности, старения населения, количества граждан, а также электоральных особенностей на количество жалоб в адрес национального омбудсмана Португалии [Tavares, Pires, Teles, 2022]. Жалобы использовались для выявления социальной напряженности между различными категориями населения. Помимо геопространственных, временных и социально-экономических факторов в качестве переменной использовалось соотношение местных сообществ по национальному составу [Xie, McDowall, Houlihan, 2024]. Также в исследованиях фиксируются статистически значимые связи по отдельным категориям обращений, наличию общественных организаций, концентрации населения с определенным доходом [Wichowsky, Shah, Heideman, 2022]. Метод анализа количества поступающих жалоб и их структуры применяется при исследовании особенностей городских конфликтов. К примеру, в США и Великобритании изучалось влияние пространственных и социально-экономических факторов на количество жалоб из-за городских источников шума. Статистически значимыми факторами оказались социально-демографические характеристики населения, пространственные и временные переменные, фактор пандемии COVID-19 и пр. [Ramphal, Dworkin, Stansfeld, Pagliaccio, Margolis., 2022; Tavares, Pires, Teles, 2022]. Категоризация жалоб на вопросы безопасности, шум, условия проживания, трафик и их корреляция стали основанием для определения уровня критичности граждан по отношению к месту проживания на определенной территории [Bansal, Toshniwal, 2016: 4—5].

Международный опыт показывает, что жалобы по различным отраслевым вопросам могут выступать сигналом о возникающих конфликтах и при массовом характере указывать на системные противоречия. На основании ранее проведенного исследования [Абдулаев, 2025] установлено, что существует несколько паттернов подачи жалоб для разрешения жилищных вопросов. Одни собственники используют единичные заявки, в то время как с некоторых аккаунтов подаются тысячи электронных обращений. С точки зрения удовлетворенности разрешением проблемы наиболее эффективной считается стратегия лидерства и кооперации. Суть стратегии состоит в направлении первичного обращения лидером и присоединение обращений других жильцов по однородной тематике как подтверждение масштаба и значимости проблемы.

В результате цифровой трансформации обращения в органы власти перестали иметь четкую иерархию. Подавляющая часть проблем, касающихся управления МКД, передается через электронный портал напрямую в органы власти. Лишь затем обращения опосредованно достигают управляющей организации. В случае Санкт-Петербурга цифровой площадкой для обратной связи выступает портал «Наш Санкт-Петербург»¹⁵. Это инструмент, позволяющий оценить конфликтность отношений между собственниками жилья и управляющими организациями, что связано с высокой степенью централизации сбора обращений, возможностью фиксировать дополнительные атрибуты жилья и заявителей.

Факторы государственного участия на рынке ЖКУ

Институт можно рассматривать как застывшую социальную сеть [Грановеттер, 2004: 84]. В таком случае организационно-правовые формы управляющих компаний, тип собственника жилья и уровень концентрации рыночных игроков являются элементами сети взаимодействия жильцов, управляющих компаний и государства. В случае институциональных противоречий отдельные сочетания могут влиять на частоту применения административных жалоб. Можно выделить следующие факторы, связанные с участием государства в хозяйственной деятельности сферы ЖКХ:

- присутствие государства на рынке в роли поставщика жилищных услуг;
- присутствие государства на рынке в роли собственника жилья;
- концентрация государственных игроков на локальном рынке ЖКУ.

Присутствие государства на рынке в роли поставщика жилищных услуг

Усилия собственников по отстаиванию жилищных прав могут значительно различаться в зависимости от формы управления домом (см. табл. 1). Значение имеют регулярность взаимодействия собственников между собой, сложившиеся нормы управления и целевые установки органа управления. Российская жилищная модель сформирована из сложного сочетания заимствованных западных институтов и механизмов административного управления советского периода [Бессонова, 2011; Holm-Hansen, Sadykov, 2023: 991]. Собственники жилья могут выбирать один из трех формальных способов управления многоквартирным домом:

¹⁵ Электронный портал «Наш Санкт-Петербург»: URL: <https://gorod.gov.spb.ru/> (дата обращения: 10.10.2025).

непосредственное управление, управление посредством управляющей компании и управление через товарищества собственников жилья (ТСЖ)¹⁶.

При сопоставлении форм управления МКД можно наблюдать значимые различия, которые вытекают из структуры органов управления, особенностей коммуникации и распределения ресурсов. Отличительными чертами выступают степень вовлеченности собственников в процесс управления МКД, имущественные ограничения и требуемые управленческие компетенции. Относительно вовлеченности жильцов в управление домом все три формы можно расположить в рамках единого континуума, где непосредственное управление — форма полного вовлечения собственника и самостоятельного решения всех хозяйственных вопросов. Управление с привлечением специализированной организации — делегирование полномочий по управлению коммерческому игроку. Товарищество собственников жилья и прочие формы жилищных кооперативов являются промежуточной формой. Вопросы бюджетирования, выбора подрядчиков для выполнения работ остаются в ведении собственников жилья¹⁷. При этом регулярные задачи по управлению домом возлагаются не на всех собственников, а членов выборного органа управления¹⁸.

При всех преимуществах товарищества не в равной степени эффективны для всех МКД. Во многих случаях жителям не удастся сформировать инициативную группу, готовую взять на себя обязательства по управлению домом в качестве полноценной занятости. В связи с обязательствами по бюджетированию и управлению домом существуют требования к компетенциям участников ТСЖ. Также форма ТСЖ в значительной мере ограничена имущественным цензом, который определяется как способность группы собственников самостоятельно, исключительно посредством собственных ресурсов содержать многоквартирный дом. Если управляющая организация может генерировать бюджет за счет собственников нескольких домов, то товарищества и кооперативы ограничиваются собственными ресурсами, что делает создание товариществ собственников невыгодным в домах с малым количеством квартир и низкими доходами собственников [Богданова, 2021: 79].

Наиболее важное различие заключается в целевых установках сторон при выборе формы управления. В отличие от непосредственного управления и ТСЖ, главной целью управляющих компаний является извлечение прибыли в связи с коммерческим характером деятельности организации. Реализуемые стратегии компании направлены в первую очередь на максимизацию прибыли от оказываемых услуг.

Управляющая компания осуществляет управление домом после процедуры получения лицензии¹⁹ и решения общего собрания собственников о выборе формы управления²⁰. Собственники делегируют наибольший объем полномочий, отстраняясь от процесса управления МКД. Управляющая компания — это ком-

¹⁶ Ст. 161 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

¹⁷ Ст. 138 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

¹⁸ Ст. 148 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

¹⁹ Ст. 192 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

²⁰ Ч. 2 ст. 161 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

мерческая организация, рыночный актор, заинтересованный в максимизации рента. Средства, сэкономленные на управлении МКД, становятся прибылью компании²¹, в связи с чем необходима система контроля за качеством управления. Несмотря на условное наличие совета и председателя МКД, данные органы осуществляют деятельность нерегулярно и не наделяются реальными полномочиями в сравнении с Общим собранием собственников МКД²². В совокупности данные факторы не позволяют регулярно контролировать управляющую компанию и оперативно влиять на ее решения.

Таблица 1. **Отличительные признаки форм управления многоквартирным домом**

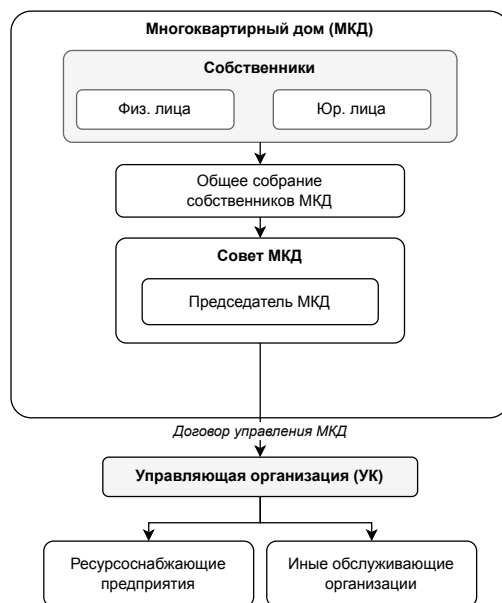
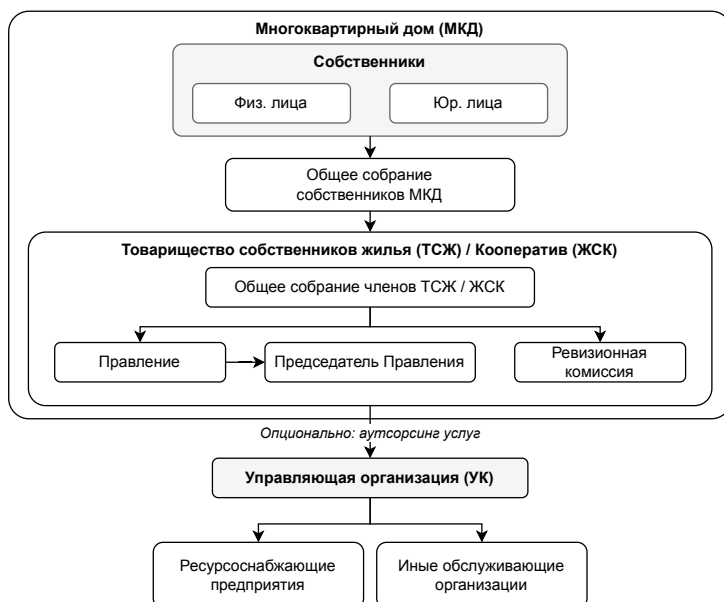
Характеристика/ Формы управления	Непосредственное управление	Товарищество собственников жилья	Управляющие компании		
			Частные	ГЧП	Государственные
Предельное количество квартир	<30	>30			
Лицензирование деятельности	Не требуется		Требуется		
Субъект управления	Собственник помещения	Некоммерческая организация	Коммерческая организация		
Интеграция собственников в управление имуществом	Непосредственная		Опосредованная		
Специализированные навыки по управлению и бюджетированию	Отсутствуют	Частично (у членов правления)	Осуществление профессионального управления имуществом		
Ограничения по управлению имуществом	Отсутствуют		Определяются договором управления		
Имущественный «ценз»	Нет	Есть	Нет		
Целевая установка	Сохранение жилья		Извлечение прибыли из деятельности по управлению МКД		

В отличие от управляющей компании товарищества и кооперативы предполагают избрание постоянных органов управления из числа собственников. ТСЖ является некоммерческой организацией, направленной на совместное управление жильем. Товарищество или кооператив выступает посредником между жителями и поставщиками услуг (см. рис. 3а—3б).

²¹ Ч. 12 ст. 162 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

²² Ст. 44 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

Рис. 3а. Управление МКД через управляющую организацию

Рис. 3б. Управление МКД через ТСЖ или кооператив с участием управляющей организации²³

²³ В связи с идентичностью структуры управления через товарищество и кооператив, приведен пример через органы управления товарищества собственников жилья.

Однако управляющие компании как отдельная форма управления неоднородны с точки зрения типов учредителей. Собственником компании может выступать не только частное лицо, но и государственная структура. Также управляющая компания может создаваться в формате государственно-частного партнерства, что может влиять на уровень конфликтности при управлении МКД.

Присутствие государства на рынке в роли собственника жилья

Жилые помещения МКД могут находиться в государственной собственности. В некоторых МКД формируется жилищный фонд, используемый для предоставления отдельным категориям граждан в рамках реализуемых государственных социальных программ²⁴. При принятии решений количество голосов определяется пропорционально доле в праве общей собственности на имущество в МКД²⁵. В результате возможны случаи, когда на голосовании мнение администрации города является решающим в связи с высокой долей государственной собственности в общем имуществе дома.

Концентрация государственных игроков на локальном рынке ЖКУ

Альтернативность обмена — один из ключевых признаков рыночных отношений [Радаев, 2010: 4]. Количество управляющих организаций, реализующих услуги, определяет уровень концентрации поставщиков услуг на локальном рынке. Теоретически возможна ситуация монополии, когда исключительное право на оказание услуг на определенной территории имеет одна организация. Также необходимо учитывать скрытую концентрацию рынка, под которой подразумевается учет аффилированности юридических лиц. В качестве меры концентрации выступает индекс Херфиндаля — Хиршмана [Herfindahl, 1950] на уровне муниципальных образований города.

Данные, измерение и анализ

Представленные особенности рынка ЖКУ и формы участия государства позволили составить концептуальную схему (см. рис. 4) и предложить основные гипотезы исследования.

Н1. При прочих равных, количество жалоб в МКД, управляемых через товарищества либо кооперативы, статистически значимо ниже количества административных жалоб в МКД, управляемых через управляющие компании. В связи с близостью целевых установок и непосредственным участием жильцов в управлении домом данная форма в наименьшей степени сопряжена с возможными институциональными конфликтами.

Н2. При прочих равных, управление многоквартирным домом через организацию государственно-частного партнерства отрицательно связано с количеством жалоб в сопоставлении с государственными и частными компаниями. Сочетание государственных и рыночных институтов будет способствовать уменьшению конфликтности при управлении жильем.

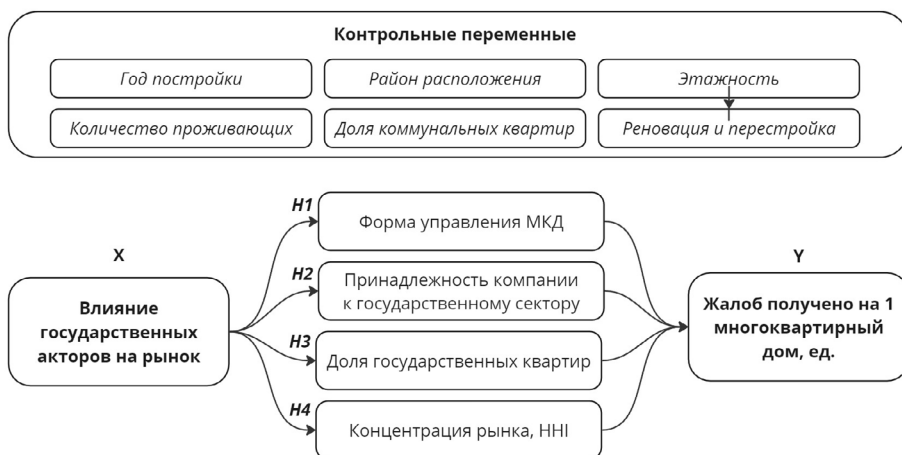
²⁴ Ч. 3 ст. 19 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

²⁵ Ч. 3 ст. 48 Жилищного кодекса Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ (ред. от 08.08.2024).

НЗ. При прочих равных, более высокая доля квартир в государственной собственности положительно связана с общим количеством жалоб, поступивших по данному многоквартирному дому. Предположение связано с возможным конфликтом интересов между группами собственников.

Н4. Увеличение концентрации рынка на уровне муниципального образования положительно связано с общим количеством жалоб, приходящимся на многоквартирный дом. Отсутствие альтернативного выбора может создавать условия для злоупотребления управляющей организацией своим положением.

Рис. 4. Концептуальная схема форм присутствия государства в поле ЖКХ



Для анализа различных конфигураций присутствия государства на рынке ЖКХ была разработана модель данных, состоящая из трех массивов:

- данных о жалобах в сфере ЖКХ портала «Наш Санкт-Петербург» (>500 тыс. ед.) с 2015 по 2022 г.²⁶;
- цифровых паспортов многоквартирных домов (>17 тыс. ед.)²⁷;
- реестра управляющих организаций с информацией об организационно-правовой форме и финансовой отчетности (>900 ед.)²⁸.

Массивы данных были сведены в единую панель, единицу наблюдения которой представляет многоквартирный дом в определенный год функционирования портала. К данным о многоквартирном доме присоединены соответствующие сведения об управляющей организации и количестве жалоб, поступивших за календарный год (см. приложение, табл. 1—2). Данные дополнены авторскими переменными: показателем концентрации рынка на уровне муниципальных

²⁶ Массив собран автором посредством автоматизированного сбора данных с открытых страниц портала «Наш Санкт-Петербург» методом Web-scraping.

²⁷ Государственная информационная система Санкт-Петербурга «Открытые данные Санкт-Петербурга», раздел «Технико-экономические паспорта многоквартирных домов»: URL: <https://data.gov.spb.ru/> (дата обращения: 18.04.2026).

²⁸ На основе реестра управляющих организаций ГИС ЖКХ (<https://dom.gosuslugi.ru/#/tr-mo-pub/registry/organizations>) и данных Спарк Интерфакс (<https://spark-interfax.ru/>) (дата обращения: 18.04.2026).

образований, количеством домов в управлении, количеством квартир в государственной собственности. Концентрация рынка рассчитывалась на основе данных об учредителях компании с глубиной анализа до пятого поколения. В расчетах использовались только те обращения, которые напрямую связаны с вопросами управления домом, находятся в ведении управляющей организации и утверждены модератором на предмет формального соответствия требованиям портала²⁹.

Массив обращений был размечен относительно автора жалобы (активист либо обычный пользователь) и агрегирован на уровне отдельных домов. С учетом ранее упомянутых различий в паттернах подачи жалоб целевая переменная была разделена на три группы: общее количество жалоб, жалобы активистов, единичные жалобы. Группа активистов подает значительно большее количество обращений (более 100 ед. за год) при среднем и медианном значении на уровне 1,5 обращения в год. Подход позволит при наличии различий во влиянии факторов детализировать природу избыточного объема обращений на портале.

Для оценки связи применялась отрицательная биномиальная регрессия с фиксированными эффектами (Fixed Effects Negative Binomial Regression), учитывающая пространственные эффекты по районам и временные эффекты по году подачи обращения (two-way fixed effects). Так как использовалась панельная структура данных, стандартные ошибки были скорректированы при помощи кластеризации (cluster-robust standard errors) на уровне многоквартирных домов. Модель может применяться для счетных данных (количество жалоб), допускает высокий уровень дисперсии (overdispersion) и непараметрический характер связи. Коэффициенты модели экспоненцируются и интерпретируются как мультипликативные эффекты [Гельман, Хилл, Вехтари, 2022: 400—402].

Базовая спецификация модели

$$\ln(\mu_{it}) = X'_{it}\beta + Z'_i\delta + \alpha_s + \gamma_t,$$

где: μ_{it} — ожидаемое количество жалоб для дома i в году t .

X_{it} — вектор переменных, меняющихся во времени (концентрация рынка, доля гос. собственности, количество проживающих).

Z_i — вектор неизменных характеристик дома (этажность, год постройки, наличие перестройки, форма управления).

α_s — фиксированные эффекты административного района позволяют оценивать влияние характеристик дома Z_i внутри пространственных кластеров.

γ_t — фиксированные эффекты года (контролируют общие временные шоки, влияющие на все МКД одновременно).

Модели были оценены с использованием метода максимального правдоподобия для отрицательной биномиальной регрессии с фиксированными эффектами. Расчеты проводились в статистической среде R версии 4.4.1. Для каждой вариации зависимой переменной была оценена отдельная модель с идентичным набором регрессоров, что позволяет проследить дифференцированное влияние форм государственного участия на различные паттерны подачи жалоб (см. табл. 4).

²⁹ Порядок работы с обращениями портала «Наш Санкт-Петербург»: URL: <https://gorod.gov.spb.ru/regulations/> (дата обращения: 28.04.2026).

Таблица 4. Результаты регрессионного анализа

Модель	Negative Binomial (two-way FE) + SE Clustering		
	Жалобы активистов	Единичные жалобы	Жалоб всего
Зависимая переменная	(1)	(2)	(3)
Н1. Форма управления: Упр. компания	0,292*	0,685***	0,528***
Н2. Тип собственника: ГЧП	0,264**	0,078**	0,138***
Н2. Тип собственника: Част	0,014	−0,094***	−0,066+
Н3. Доля квартир в гос. собственности	0,006***	0,004***	0,005***
Н4. Концентрация рынка, ННІ	−0,000	0,000***	0,000
Доля коммунальных квартир	0,003***	0,002***	0,003***
Количество жильцов	0,001***	0,001***	0,001***
Возраст дома	0,001	−0,003***	−0,002***
Перестройка	−0,115*	−0,076*	−0,096***
Этажность	0,091***	0,045***	0,058***
Observations:	66,855	66,855	66,855
Pseudo-R ²	0,036	0,047	0,057
Within R ²	0,020	0,032	0,039
RMSE	19,39	19,27	35,23

+ $p < 0,1$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Интерпретация результатов регрессионного анализа

В результате регрессионного анализа гипотеза Н1 не была опровергнута. При управлении домом через кооперативы и товарищества собственников жилья частота жалоб ниже в сопоставлении с управляющими организациями (см. рис. 5а—5б). Отсутствие статистически значимой связи в модели 1, где источником обращений выступают активисты, объясняется избыточностью обращений и отсутствием привязки жалоб активиста к конкретному МКД. Явление активизма предположительно можно связать с дефицитом благ и проистекающим фиктивным спросом [Корнаи, 1990: 123]. Наличие дефицита побуждает потребителя жилищных услуг создавать новые сигналы о дефиците через жалобы, формируя замкнутый круг из воспроизводящихся сигналов. Необходимость сигнализировать о дефиците в большей степени характерна для управления через управляющие компании. Жалоба может выступать инструментом перераспределения благ, так как управляющая компания может распределять средства между несколькими МКД. В отличие от управляющих компаний ресурсы товарищества или кооператива ограничены транзакциями его членов и не предполагают возможности получения дополнительных средств через бюджет УК от других более доходных МКД. Также данная форма управления сохраняет на стороне жителей высокую долю управленческих функций, что может препятствовать произволу со стороны управляющих организаций. Формирование органа управления из состава собственников поддерживает единство целей хозяйственной деятельности — сохранение общедомового имущества.

Рис. 5а. Различие уровня конфликтности в зависимости от количества проживающих при различных организационных формах управления (линейная регрессия)

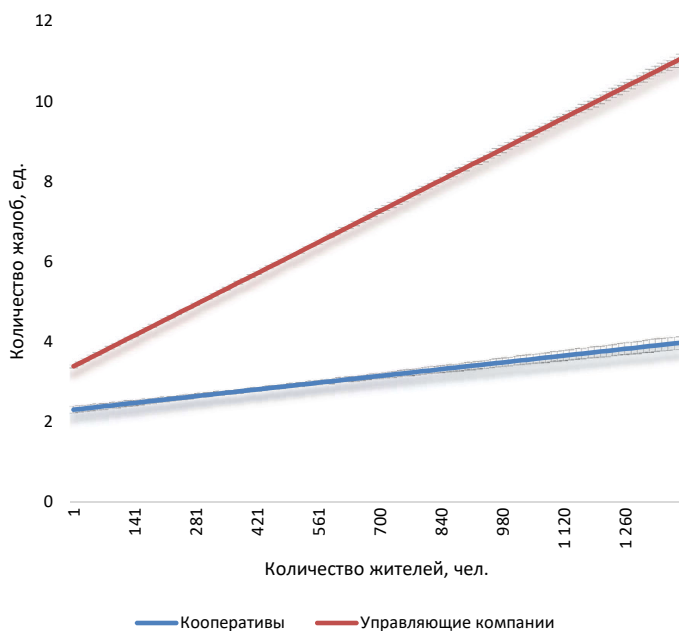
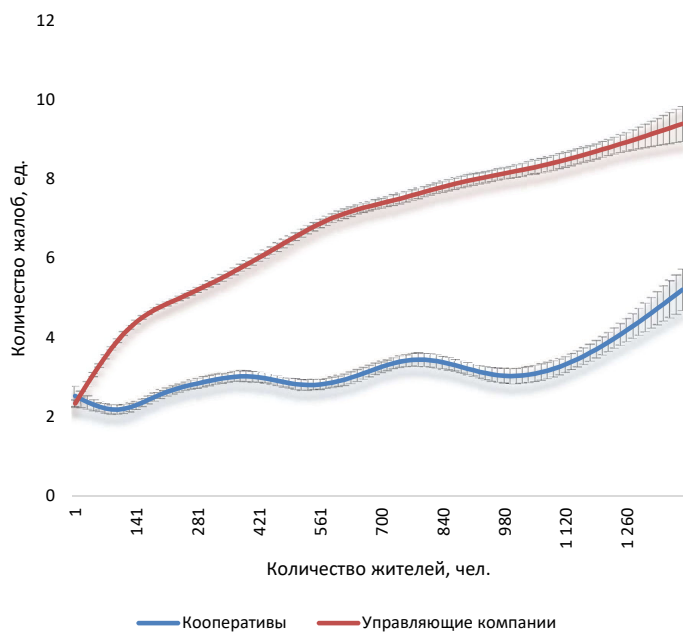


Рис. 5б. Различие уровня конфликтности в зависимости от количества проживающих при различных организационных формах управления (loess регрессия)



Гипотеза H2 была опровергнута в связи с ростом количества жалоб при управлении посредством инструментов государственно-частного партнерства. Наименее конфликтными с точки зрения количества жалоб являются частные и государственные управляющие компании (см. рис. 6а—6б). При оценке общего массива жалоб и единичных обращений частные компании связаны с наименьшим количеством жалоб в сравнении с государственными. Связь ГЧП с высоким количеством обращений можно предположительно связать с наличием институциональных ловушек [Полтерович, 1998: 11], вызванных отдельными комбинациями государственных и рыночных институтов. К примеру, могут возникнуть сложности с разграничением ответственности между собственниками компании и согласованием управленческих решений. Социальная функция такой компании может конфликтовать с интересами извлечения прибыли. При этом уровень встроенной автономии государственного игрока в доле компании в значительной степени снижается в связи с необходимостью ориентироваться на действия рыночного партнера. В некоторых случаях право регулировать действия компании через долю в ней превращается в инструмент манипуляции совладельцем [Klitgaard, 2023]. Право решающего голоса в руках коммерческой компании может привести к злоупотреблению аффилиацией с государственными структурами.

Рис. 6а. Различие уровня конфликтности в зависимости от количества проживающих при различных формах уставного капитала управляющей компании (линейная регрессия)

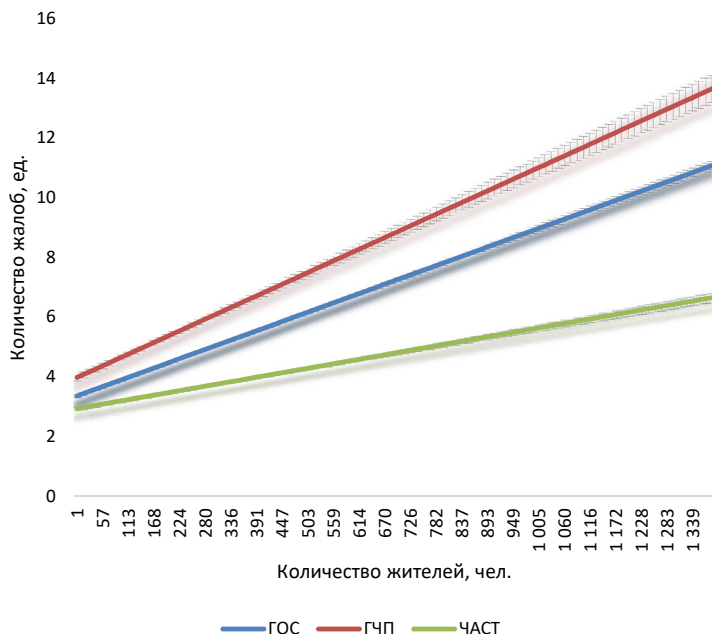
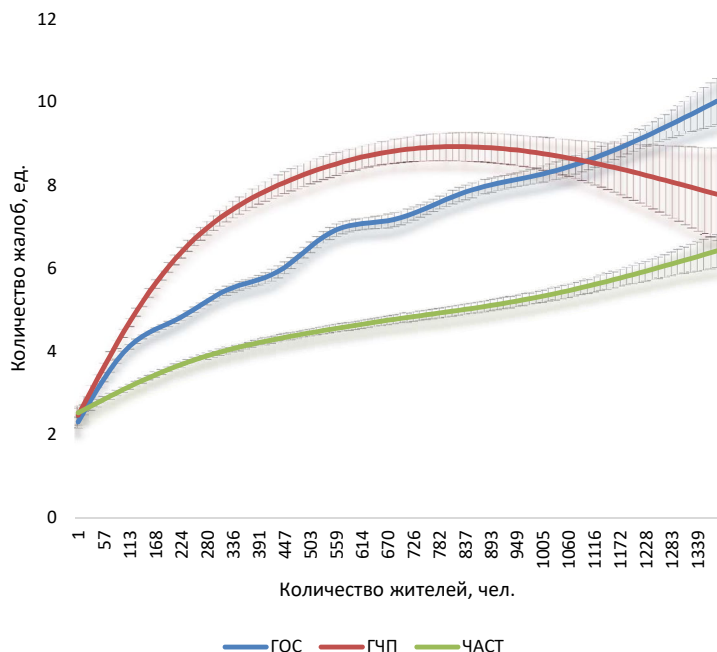


Рис. 6б. Различие уровня конфликтности в зависимости от количества проживающих при различных формах уставного капитала управляющей компании (loess регрессия)



Государственное имущество также статистически значимо увеличивает количество жалоб во всех сценариях, что не опровергло гипотезу НЗ. Принятие решений по управлению МКД сопровождается соблюдением нормативных требований. Отсутствие кворума снижает скорость принятия управленческих решений. К примеру, нередки случаи признания нелегитимности общего собрания собственников в связи с недостижением достаточного количества собственников в голосовании. Так как голоса распределяются не по числу собственников, а по доле собственности в доме, перевес в пользу государственных структур может иметь как положительные, так и отрицательные эффекты. Защита интересов жителей и поддержка групп жильцов могут сменяться пассивностью в принятии решений либо противостоянием при различии целей управления имуществом в МКД. В свою очередь затягивание решения либо отказ от участия в управлении побуждает жильцов направлять жалобы для активизации управляющей организации.

При оценке связи концентрации рынка с жалобами активистов и их общим показателем не удалось выявить статистически значимой оценки. Исключением стали единичные жалобы, что может быть обусловлено растущей ролью обращений как механизма перераспределения жилищных благ. В данном случае жалобы могут свидетельствовать не о системных сбоях, а скорее о регулярной корректировке механизма оказания жилищных услуг. В связи с тем, что в текущей версии модели был получен коэффициент, слабо отличающийся от нуля, гипотеза Н4 о концентрации рынка требует дополнительных подтверждений.

Статистически значимыми оказались контрольные переменные, пространственные и временные параметры (районы и год подачи жалобы). Различия связаны с распространенностью использования электронного портала в различные периоды времени, особенностью жилищного фонда в районах города. Повышающим количество жалоб фактором является общее количество проживающих в доме, что может быть обусловлено плотностью проживания и увеличением числа потенциальных конфликтов. Также значимым фактором является наличие коммунальных квартир в доме, что может быть обусловлено отличающейся практикой совместного проживания и сложностями организации повседневного быта. Собственники комнат не в силах достичь полной приватности, вынуждены делить места общего пользования с другими жильцами. Отсутствие общих ценностей приводит к регулярным конфликтам [Павлюк, Широкова, 2024].

В некоторых сценариях количество обращений связано с возрастом дома и фактом его перестройки, что определяется обновлением жилищной инфраструктуры и шансами снижения количества технических проблем в доме. Также фактором роста жалоб выступает этажность строения, обуславливающая плотность проживания, техническую сложность здания, что может косвенно свидетельствовать о потенциальных проблемах в МКД.

Дискуссия

Несмотря на повсеместное использование электронных порталов для сбора обратной связи, данный способ взаимодействия не единственный инструмент отстаивания прав жителей многоквартирных домов [Литвинцев, 2022: 116]. Отсутствует понимание, как связаны между собой электронные обращения и попытки неформально урегулировать конфликт при взаимодействии с управляющей компанией, представителями власти. Текущая версия регрессионной модели не учитывает ряд важных факторов, которые также могут быть связаны с частотой использования электронных жалоб. К ним относятся социально-демографические особенности заявителя, стоимость жилья, категория проблемы в доме, техническое состояние отдельных элементов здания и пр. Данные требуют дальнейшего обогащения дополнительными параметрами и поиска альтернативных объяснений избыточного роста жалоб.

Несмотря на слабую связь концентрации рынка и количества жалоб, безальтернативность выбора может стать предпосылкой к конструированию порядков ограниченного доступа и развитию экстрактивных институтов. Для проверки данного предположения необходимо рассмотреть эффекты взаимодействия сразу нескольких факторов присутствия государства на рынке ЖКУ.

Управление через компании в форме ГЧП по результатам анализа оказалось наиболее конфликтной формой в сопоставлении с управлением через государственные и частные компании. Полученные оценки структуры собственников компании требуют дополнительных содержательных уточнений на примере конкретных конфликтов жильцов и управляющих организаций.

Список литературы (References)

1. Абдулаев А. Д. Трансформация института административных жалоб: активизм и кооперация на электронных порталах при решении проблем ЖКХ // Регион: экономика и социология. 2025. № 2. С. 84—112. <https://doi.org/10.15372/REG20250204>
Abdulaev A. D. (2025) Transformation of the Institute of Administrative Complaints: Activism and Cooperation on Digital Portals in Solving Housing and Utility Problems. *Region: Economics and Sociology*. No. 2. P. 84—112. (In Russ.)
2. Асемоглу Д., Робинсон Д. А. Почему одни страны богатые, а другие бедные: происхождение власти, процветания и нищеты. М.: АСТ, 2015.
Acemoglu D., Robinson J. A. (2015) Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Moscow: AST. (In Russ.)
3. Бессонова О. Э. Результаты трансформации советской жилищной модели // Экономическая социология. 2011. Т. 12. № 5. С. 14—29.
Bessonova O. E. (2011) Results of the Transformation of the Soviet Housing Model. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 12. No. 5. P. 14—29. (In Russ.)
4. Бессонова О. Э. Формирование новой реальности: от квазирынка к контрактному раздатку // Вопросы экономики. 2017. № 7. С. 96—113. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2017-7-96-113>.
Bessonova O. E. (2017) Forming a New Reality: From Quasi-Market to Contractual Razdatok. *Voprosy Ekonomiki*. No. 7. P. 96—113. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2017-7-96-113>. (In Russ.)
5. Бессонова О. Э. Трансформация института административных жалоб в гражданские формы // Экономическая социология. 2021. Т. 22. № 2. С. 11—25. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-2-11-25>.
Bessonova O. E. (2021) Transformation of the Institution of Administrative Complaints into Civil Forms. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 22. No. 2. P. 11—25. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-2-11-25>. (In Russ.)
6. Бессонова О. Э. Институциональная природа жалоб в рыночной и раздаточной средах // Экономическая социология. 2022. Т. 23. № 5. С. 133—144. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2022-5-133-144>.
Bessonova O. E. (2022) The Institutional Nature of Complaints in Market and Distributional Environments. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 23. No. 5. P. 133—144. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2022-5-133-144>. (In Russ.)
7. Блок Ф. Роли государства в хозяйстве // Экономическая социология. 2004. Т. 5. № 2. С. 37—56.
Block F. (2004) The Roles of the State in the Economy. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 5. No. 2. P. 37—56. (In Russ.)
8. Богданова Е. А. Коллективная стратегия решения проблем ЖКХ в условиях «старого соседства» в российском мегаполисе. Можно ли песок растворить

- в воде? // *Laboratorium: журнал социальных исследований*. 2021. Т. 13. № 2. С. 104—133. <https://doi.org/10.18778/2082-9019.13.2.05>
- Bogdanova E. (2021) Collective Strategy for Solving Housing and Utility Problems in the Context of an “Old Neighborhood” in a Russian Megacity: Can One Dissolve Sand in Water? *Laboratorium: Russian Review of Social Research*. Vol. 13. No. 2. P. 104—133. (In Russ.)
9. Гельман Э., Хилл Д., Вехтари А. Регрессия: теория и практика. С примерами на R и Stan / пер. с англ. В. С. Яценкова. М.: ДМК Пресс, 2022.
Gelman A., Hill J., Vehtari A. (2022) Regression and Other Stories. Moscow: DMK Press. (In Russ.)
10. Грановеттер М. Экономические институты как социальные конструкты: рамки анализа // *Экономическая социология*. 2004. Т. 5. № 1. С. 76—89.
Granovetter M. (2004) Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 5. No. 1. P. 76—89. (In Russ.)
11. Дитрих Р., Питер Э. Государство и экономические преобразования: к анализу условий эффективного государственного вмешательства // *Экономическая социология*. 2011. Т. 12. № 3. С. 54—84.
Dietrich R., Peter E. (2011) State and Economic Transformation: Towards an Analysis of the Conditions for Effective State Intervention. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 12. No. 3. P. 54—84. (In Russ.)
12. Долфсма В. Провалы государства. Общество, рынки и правила. М.: Институт Гайдара, 2017.
Dolfsma W. (2017) Government Failure: Society, Markets and Rules. Moscow: Gaidar Institute. (In Russ.)
13. Корнаи Я. Дефицит. М.: Наука, 1990.
Kornai J. (1990) Economics of Shortage. Moscow: Nauka. (In Russ.)
14. Литвинцев Д. Б. Жалобы — не подарок: дисфункциональность института жалоб в сфере жилищно-коммунального хозяйства в России // *Экономическая социология*. 2022. Т. 23. № 4. С. 110—121.
Litvintsev D. B. (2022) Complaints Are Not a Gift: The Dysfunctional Nature of the Institution of Complaints in the Housing and Utilities Sector in Russia. *Journal of Economic Sociology*. Vol. 23. No. 4. P. 110—121. (In Russ.)
15. Норт Д., Уоллис Д., Вайнгаст Б. В тени насилия: уроки для обществ с ограниченным доступом к политической и экономической деятельности / пер. с англ. М. Дондуковского и Е. Леонтьевой; под науч. ред. А. Яковлева, Л. Полищука. М.: ИД ВШЭ, 2012.
North D. C., Wallis J. J., Weingast B. R. (2012) Violence and Social Orders: A Conceptual Framework for Interpreting Recorded Human History. Moscow: HSE. (In Russ.)
16. Павлюк А. С., Широкова О. Л. Сравнительный анализ типов коллективного жилища в зависимости от социальных условий, наличия общих целей и продол-

- жительности проживания // Строительство и архитектура. 2024. Т. 12. № 3. С. 3—3. <https://doi.org/10.29039/2308-0191-2024-12-3-3-3>.
- Pavlyuk A. S., Shirokova O. L. (2024) Comparative Analysis of Collective Housing Types Depending on Social Conditions, the Presence of Common Goals and the Duration of Residence. *Construction and Architecture*. Vol. 12. No. 3. P. 3—3. <https://doi.org/10.29039/2308-0191-2024-12-3-3-3>. (In Russ.)
17. Полтерович В. М. Институциональные ловушки и экономические реформы. М.: ИЭ РАН, 1998.
Polterovich V. M. (1998) Institutional Traps and Economic Reforms. Moscow: Institute of Economics RAS. (In Russ.)
 18. Радаев В. В. Как организуется рыночное взаимодействие. М.: ИД ВШЭ, 2010.
Radaev V. V. (2010) How Market Interaction Is Organized. Moscow: HSE. (In Russ.)
 19. Флигстин Н., Макадам Д. Теория полей. М.: ИД ВШЭ, 2022.
Fligstein N., McAdam D. (2022) A Theory of Fields. Moscow: HSE. (In Russ.)
 20. Хиршман А. О. Выход, голос и верность: реакция на упадок фирм, организаций и государств. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2009.
Hirschman A. O. (2009) Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States. Moscow: Liberal Mission Foundation. (In Russ.)
 21. Bansal P., Toshniwal D. (2016) Analyzing Civic Complaints for Proactive Maintenance in Smart City. In: *2016 IEEE/ACIS 15th International Conference on Computer and Information Science (ICIS)*. Okayama, Japan: IEEE. P. 1—6. <https://doi.org/10.1109/ICIS.2016.7550747>.
 22. Evans P. B. (2012) Embedded Autonomy: States and Industrial Transformation. Princeton, NJ: Princeton University Press.
 23. Herfindahl O. C. (1950) Concentration in the Steel Industry. New York, NY: Columbia University.
 24. Holm-Hansen J., Sadykov R. (2023) Reforming Housing and Utilities Services in Russia: Obstacles to Making Residents and Agencies Play by the New Rules. *Europe-Asia Studies*. Vol. 75. No. 6. P. 989—1013. <https://doi.org/10.1080/09668136.2022.2080808>.
 25. Klitgaard R. (2023) Policy Analysis for Big Issues: Confronting Corruption, Elitism, Inequality, and Despair. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
 26. O'Hara P. (2000) Marx, Veblen, and Contemporary Institutional Political Economy: Principles and Unstable Dynamics of Capitalism. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035303182>.
 27. Ramphal B., Dworkin J., Stansfeld S., Pagliaccio D., Margolis A. (2022) Noise Complaint Patterns in New York City from January 2010 through February 2021: Socioeconomic Disparities and COVID-19 Exacerbations. *Environmental Research*. Vol. 206. Art. 112254. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.112254>.

28. Tavares A. F., Pires S. M., Teles F. (2022) Voice, Responsiveness, and Alternative Policy Venues: An Analysis of Citizen Complaints against the Local Government to the National Ombudsman. *Public Administration*. Vol. 100. No. 4. P. 1054—1072. <https://doi.org/10.1111/padm.12787>.
29. Wichowsky A., Shah P., Heideman A. (2022) Call and Response? Neighborhood Inequality and Political Voice. *Urban Affairs Review*. Vol. 58. No. 4. P. 1182—1197. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/10780874211021327>.
30. Xie M., McDowall D., Houlihan S. (2024) Are High-Immigrant Neighborhoods Disadvantaged in Seeking Local Government Services? Evidence from Baltimore City, Maryland. *Social Forces*. Vol. 103. No. 1. P. 374—399. <https://doi.org/10.1093/sf/soae030>.

Приложение

Таблица 1. **Описательные статистики интервальных переменных**

Переменная	Пояснение	Сред.	Ст. откл.	Мин.	Макс.
Жалоб_общ (целевая)	Общее количество жалоб, поступивших на портал в год по отдельному дому, ед.	4,8	5,9	1	48
Жалоб_актив (целевая)	Количество жалоб по дому за год от пользователей, подавших в один из периодов наблюдений более 100 жалоб, ед.	0,9	2,1	0	18
Жалоб_един (целевая)	Количество жалоб по дому за год от пользователей, подавших в один из периодов наблюдений менее 100 жалоб, ед.	3,9	5,4	0	48
Проживающие (контрольная)	Количество проживающих, чел.	259,4	255,9	17	1 447
Возраст дома (контрольная)	Количество лет, прошедшее с момента постройки дома	84,9	40,7	26	217
Этажность (контрольная)	Количество этажей в доме	6,2	2,7	2	16
Гос_квартир (предиктор, НЗ)	Количество квартир, находящихся в государственной собственности в отдельном доме, ед.	9,0	9,5	0	65
Комм_квартир (контрольная)	Количество комнат в коммунальных квартирах по отдельному дому, ед.	23,4	33,1	0	225
Домов_в_упр (контрольная)	Количество домов, относящихся к управляющей организации, осуществляющей управление данным домом, ед.	341,9	213,6	1	772
Конц_рынка (предиктор, Н4)	Концентрация рынка	3606,8	1419,2	951,8	6044,0
	Концентрация рынка скорр. * в работе посредством сетевого анализа произведена корректировка переменной с учетом аффилированности юридических лиц до 5-го поколения.	4134,5	1351,9	995,6	6771,7

Таблица 2. **Описательные статистики номинальных переменных**

Переменная	Пояснение	Категория	Кол-во набл.
Район	Нахождение дома в определенном административном районе города Санкт-Петербурга	Адмиралтейский	4513
		Василеостровский	2849
		Выборгский	2719
		Калининский	3965
		Кировский	3756
		Колпинский	1584
		Красногвардейский	3212
		Красносельский	1731
		Кронштадтский	506
		Курортный	357
		Московский	3212
		Невский	5001
		Петроградский	2862
		Петродворцовый	1038
		Приморский	1353
		Пушкинский	1656
		Фрунзенский	2778
		Центральный	7082
Орг_форма (предиктор, H1)	Организационная форма управления отдельным многоквартирным домом. К кооперативам помимо жилищных кооперативов отнесены товарищества собственников жилья, жилищно-строительные кооперативы и прочие формы некоммерческого самоуправления граждан по вопросам управления многоквартирным домом.	Кооперативы	2309
		Управляющие компании	49 743
Тип_собственника (предиктор, H2)	ГОС — компания со 100 % государственным уставным капиталом; ЧАСТ — компания со 100 % частным капиталом; ГЧП — компании со смешанным уставным капиталом. <i>* в работе посредством сетевого анализа произведена корректировка переменной с учетом аффилированности юридических лиц до 5-го поколения.</i>	ГОС	31 784
		ЧАСТ	10 728
		ГЧП	7231
Перестройка	В случае, если в течение существования дома производились перестройки либо реновация, объект причисляется к категории «1»	0 (нет)	40 820
		1 (да)	8923
Год	Календарный год, в который было направлено обращение на портал	2014	100
		2015	1562
		2016	2898
		2017	4934
		2018	7363
		2019	8530
		2020	8181
		2021	9196
		2022	6979

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3087](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3087)



А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ:
ТРИНАДЦАТЬ ТЕЗИСОВ, ДВЕ ДИЛЕММЫ
(ОДНА МОРАЛЬНАЯ, ДРУГАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ)
И ПЯТЬ ВОПРОСОВ О ТОМ, ЧТО ДЕЛАТЬ**

Правильная ссылка на статью:

Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Искусственный интеллект: тринадцать тезисов, две дилеммы (одна моральная, другая политическая) и пять вопросов о том, что делать // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 284—303. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3087>.

For citation:

Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2026) Artificial Intelligence: Thirteen Theses, Two Dilemmas (One Moral, One Political), and Five Questions on What to Do. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 284—303. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3087>. (In Russ.)

Получено: 12.08.2025. Принято к публикации: 20.12.2025.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: ТРИНАДЦАТЬ ТЕЗИСОВ, ДВЕ ДИЛЕММЫ (ОДНА МОРАЛЬНАЯ, ДРУГАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ) И ПЯТЬ ВОПРОСОВ О ТОМ, ЧТО ДЕЛАТЬ

РЕЗАЕВ Андрей Владимирович — доктор философских наук, профессор, научный сотрудник, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия; профессор кафедры философии, Ташкентский государственный экономический университет, Ташкент, Узбекистан
 E-MAIL: rezaev@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3918-835X>

ТРЕГУБОВА Наталья Дамировна — кандидат социологических наук, научный сотрудник, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия; доцент кафедры сравнительной социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
 E-MAIL: n.tregubova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3259-5566>

Аннотация. В настоящих «Тезисах» анализируются изменения, произошедшие за пять лет, прошедшие после публикации работы «Двенадцать тезисов об ИИ и искусственной социальности». Опираясь на анализ специальной литературы и результаты собственных исследований, авторы определяют концептуальные основания социальной аналитики ИИ, раскрывают логику осмысления развития взаимозависимости человека и инструментов ИИ, а также характеризуют понимание возможности и действительности революционных изменений в системе искусственного мышления и компьютерных технологий. Особое внимание уделяется обсуждению нового концептуального аппарата для анализа проблем, связанных с развитием данных технологий: понятию «иная социальность», взаимозависимости

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THIRTEEN THESES, TWO DILEMMAS (ONE MORAL, ONE POLITICAL), AND FIVE QUESTIONS ON WHAT TO DO

Andrey V. REZAEV^{1,2} — Dr.Sci. (Philos.), Professor, Researcher; Professor of the Department of Philosophy
 E-MAIL: rezaev@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3918-835X>

Natalia D. TREGUBOVA^{1,3} — Cand. Sci. (Soc.), Researcher; Associate Professor, Chair of Comparative Sociology
 E-MAIL: n.tregubova@spbu.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3259-5566>

¹ Saint Petersburg State University of Economics, St Petersburg, Russia

² Tashkent State Economic University, Tashkent, Uzbekistan

³ Saint Petersburg State University, St Petersburg, Russia

Abstract. This work is a follow-up to the paper “Twelve Theses on Artificial Intelligence and Artificial Sociality” that we published five years ago. It explains why the previous work holds true and examines the evolution of AI in contemporary capitalist society. The paper provides an overview of recent changes resulting from the widespread integration of AI technologies into society’s daily life and explores developments influenced by the incorporation of AI instruments into everyday human practices. The authors analyze specialized literature dealing with AI and present findings from their own research. They define the conceptual foundations for social analytics in AI and explain the logic underlying the growing interdependence between humans and AI instruments. The discussion addresses both the potential and actual revolutionary changes in artificial thinking

«человек — алгоритм/машина» и человеко-ориентированному ИИ. Авторы делают вывод, что совместимость инструментов ИИ с человеком означает не что иное, как их социальную приемлемость. Это, в свою очередь, ведет к необходимости понять те быстрые и плохо предсказуемые изменения, которые происходят при включении инструментов ИИ в конкретные социальные отношения, культурные и экономические практики.

Ключевые слова: искусственный интеллект, взаимозависимость «человек — машина», иная социальность, этика ИИ, регуляция ИИ

Благодарность. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 26-18-00243.

and computer technologies. The paper highlights new conceptual frameworks, including alternate sociality, algorithm or machine interdependence, and human-centered AI. The authors conclude that the compatibility of AI tools with humanity currently depends on their social acceptability, emphasizing the importance of understanding the rapid and unpredictable changes that arise when AI is integrated into specific social, cultural, and economic practices.

Keywords: artificial intelligence, human-machine interdependence, alternate sociality, AI ethics, AI regulation

Acknowledgments. The research was supported by the Russian Science Foundation, project No. 26-18-00243.

Пять лет назад мы сформулировали двенадцать тезисов об искусственном интеллекте (ИИ) и искусственной социальности [Rezaev, 2021]¹. С тех пор все, что связано с феноменами ИИ, претерпело кардинальные изменения. Одно только вхождение больших языковых моделей (Large Language Models) в повседневную жизнь миллионов людей — неожиданное даже для самих разработчиков, — вывело проблему искусственного интеллекта на новый уровень.

В данной работе мы бы хотели, в развитие наших рассуждений, сформулировать *новые* тезисы и вопросы, которые:

- определяют концептуальные и теоретико-методологические основания социальной аналитики ИИ,

- раскрывают логику осмысления развития искусственной социальности и взаимозависимости человека и инструментов ИИ,

¹ Авторы анализируют научную проблематику, связанную с развитием ИИ-технологий, более 12 лет. Мы подготовили два выпуска «СоциоДиггера», тематический номер журнала «Мониторинг общественного мнения: социальные и экономические перемены», выпустили монографию (два издания) на русском и английском языках «От искусственного интеллекта к искусственной социальности», опубликовали около 30 работ об ИИ в изданиях, индексируемых в базах данных Scopus и WoS. Рискую навлечь на себя (возможно, справедливую) критику, но все-таки принимая во внимание цели и жанр данной работы, мы будем формулировать тезисы в самом общем виде, а в сносках отсылать читателя к литературным источникам, в том числе к нашим работам, опубликованным в самое последнее время, где читатель сможет найти эмпирические подтверждения тезисов. В сносках мы также сделаем в самом общем виде анализ литературы и онлайн-источников. Надо отметить, что мы не ставили перед собой задачи дать подробный анализ литературы. Данная работа качественно проведена и на русском и английском языках: см. Марков С. Охота на электроовец. Большая книга ИИ (в двух томах). М.: ДМК, 2024; [Russell, Norvig, 2016]. Также стоит выделить опубликованный в 2024 г. в журнале «Мониторинг общественного мнения: социальные и экономические перемены» тематический номер, посвященный проблематике генеративного ИИ, где читатель найдет ссылки на нужную литературу: URL: <https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring/issue/view/151> (дата обращения: 29.03.2026).

— характеризуют понимание возможности и действительности новых революционных изменений в системе искусственного мышления и компьютерных технологий.

Мы отталкиваемся от трех базовых представлений.

Во-первых, все, что будет в ближайшем (и не очень) будущем, в том или ином виде уже есть сегодня. При этом следует помнить, что на протяжении всей своей истории люди всегда умудрялись использовать себе во вред технологические прорывы и научные достижения.

Во-вторых, ученые и инженеры пока не пришли к ясному, единому и непротиворечивому пониманию того, что ИИ может дать человечеству. Однако есть ученые², которые понимают и пытаются объяснить, какой ущерб может нанести искусственный интеллект обществу при условии его нерегулируемого использования.

В-третьих, технологии и инструменты искусственного интеллекта появляются в конкретно-исторических условиях развития капитализма, который не является раз и навсегда данной социально-экономической и политико-юридической системой [Есть ли будущее..., 2017]. Отсюда, развитие ИИ и внедрение инструментов ИИ в повседневную жизнь общества обусловлено в равной мере как положительными, так и отрицательными сторонами капитализма. Причем, учитывая исторически специфический, ориентированный на получение прибыли, а не на улучшение человека, характер капиталистической системы хозяйствования, в принципе невозможно определить и развивать в инструментах искусственного интеллекта общечеловеческие параметры.

Тезис 1. Сформулированные нами пять лет назад тезисы в условиях радикальной технологической трансформации продолжают служить основанием для осмысления процессов развития и внедрения разнообразных инструментов ИИ в повседневную жизнь общества

Действительно, настоящий момент характеризуется экспоненциальным ростом вычислительных мощностей, появлением трансформерных архитектур и повсеместным внедрением генеративных моделей ИИ в повседневные практики человека. Тем не менее фундаментальные положения, сформулированные в двенадцати тезисах, демонстрируют устойчивость к изменениям технологической конъюнктуры к реалиям сосуществования человека и алгоритма. В самом общем виде значимость двенадцати тезисов обуславливается следующими характеристиками.

Во-первых, определение ИИ как ансамбля формализованных правил, а не активированной вещи, оказалось методологически продуктивным для анализа современных нейросетевых архитектур. Несмотря на кажущуюся непрозрачность больших языковых моделей, их субстанциальная природа по-прежнему определяется системой кодифицированных правил и алгоритмических процедур, пусть и многократно усложнившихся.

² Здесь следует выделить такие фигуры, как 1) Джеффри Хинтон (Geoffrey Hinton) — нобелевский лауреат, известный как «крестный отец ИИ»; 2) Йошуа Бенджио (Yoshua Bengio) — также один из основателей современных подходов к разработке ИИ, лауреат премии Тьюринга; 3) Илон Маск (Elon Musk) — основатель компании Tesla; 4) Стив Возняк (Steve Wozniak) — сооснователь компании Apple; 5) Стюарт Рассел (Stuart Russell) — один из ведущих мировых исследователей в области ИИ; 6) Тимнит Гебру (Timnit Gebru) — одна из авторов метафоры о том, что ChatGPT не что иное, как «стохастический попугай», эксперт в области этики ИИ.

Во-вторых, тезис о человеко-машинной взаимозависимости нашел свое практическое подтверждение в логике интеграции ИИ-систем в процессы принятия решений, креативного производства и интеллектуального труда. Предсказанный переход от парадигмы замещения к парадигме дополнения и кооперации реализуется в практиках совместной работы человека и алгоритма.

В-третьих, проблематика алгоритмических предубеждений и доверия не только не утратила актуальность, но стала центральной для современных публичных дискуссий о внедрении и регулировании ИИ.

В-четвертых, прогноз о необходимости создания институтов аудита развития технологий ИИ находит воплощение в конкретных шагах по формированию инфраструктуры регулирования ИИ на национальном и наднациональном уровне. *European AI Act* и аналогичные инициативы в других юрисдикциях подтверждают обоснованность исходной постановки проблемы.

В-пятых, положение о том, что технологии ИИ развиваются в системе координат товарно-денежных отношений, присущих капиталистической форме хозяйствования, со всеми вытекающими плюсами и минусами. Современный капитализм лишен цели и прагматично ориентирован на накопление капитала, который будет использован для дальнейшего накопления. При капитализме нет четко сформулированной цели, направленной на повышение общественного благосостояния. У капитализма может быть только одна миссия — самосохранение, сохранение частной собственности, рынка и прибыли³. На данном историческом этапе социально-экономического и политического развития ИИ и искусственная социальность могут лишь дополнять и усиливать эту миссию. Вопрос, что с этим делать, — фундаментальный вопрос и теории, и практики.

Таким образом, устойчивость концептуального каркаса двенадцати тезисов объясняется их ориентацией не на сиюминутные технологические новшества, но на фундаментальные характеристики взаимодействия между формализованными системами и социальной реальностью. Принципиален также и методологический выбор в пользу социальной аналитики (Social Analytics) как интегративной исследовательской перспективы. Именно это направление оказывается продуктивным для анализа феноменов искусственной/иной социальности.

Тезис 2. Человек (*Homo Sapiens*) и машина — совсем не одно и то же

Напротив, это прямо противоположные сущности, что в ситуации с алгоритмом только усиливается⁴.

Для понимания того, чем является ИИ, необходимо различать объективную и субъективную реальность. Боль, вкусовые характеристики присущи субъекту, их нет вне субъекта. Вне субъекта нет сознания. Горы, леса, реки, океаны, молекулы, электроны существуют вне и независимо от субъекта. ИИ не может существовать вне и независимо от субъекта, он может достигать каких-либо целей и потом формулировать что-то наподобие других целей вне человека, но изначально ИИ — это сконструированные человеком правила. У ИИ нет совести, стыда, ИИ

³ В терминологии двенадцати тезисов: the three «Ps»: Private Property, Profit, and Price [Rezaev, 2021: 28—29].

⁴ Анализ различий между человеком и машиной/компьютером представлен в [Dreyfus, 1992; Wolfe, 1991; Collins, 2018; Резаев, Трегубова, 2022a].

не может *страдать* и в принципе не может чувствовать боль — никакую, в равной степени ни физическую, ни духовную.

Человек имеет две основы, две детерминанты: биологическую и социальную. Он одновременно животное и физиологическое, и социальное. Причем животное уникальное: нет другого такого в прямом и переносном смысле. В прямом — нет одинаковых биологических характеристик для разных людей, равно как и нет одинаковых, приобретенных в обществе, социальных характеристик. Машины, напротив, должны походить друг на друга если не в прямом смысле (как они выглядят), то, по существу, обязательно должны быть одинаковы, в противном случае это будет другая машина. В случае с алгоритмами (или «цифровой машиной», digital intelligence) мы вообще имеем дело с software, то есть с тем, что должно быть мультиплицировано. «Цифровая машина», или «искусственный интеллект», — это совокупность, ансамбль правил, которые позволяют имитировать натуральный интеллект или естественную способность решать задачи с помощью логических процедур.

Причем «цифровая машина», как показывает история развития генеративных трансформеров (ChatGPT), развивается совсем в другом направлении, чем человек. То, что использует «цифровая машина», чтобы моделировать функционально-рациональное поведение, полностью отличается от того, как работает мозг, вне зависимости от того, что усилия разработчиков «цифровой машины» были направлены на то, чтобы «скопировать» работу мозга⁵.

Человек отличается от ИИ тем, что он может действовать «во вред себе», а машина не может. ИИ отличается от человека тем, что он никогда не спит и не отдыхает, он все время «бодрствует», в состоянии «ON». ИИ по своей природе «над-биологическое» нечто. В нем отсутствует деструктивная функция наподобие того, как в человеке на инстинктивном, биологическом уровне закодирована возможность, защищая себя, нанести вред, урон другому биологическому виду. В этом смысле ИИ — инструмент или агент — не несет угрозы человеку (хотя и способен быть запрограммированным на нанесение вреда). Угрозу человеку в принципе несет другой человек, который использует ИИ.

Тезис 3. Сегодня очевидна необходимость парадигмального сдвига в развитии технологий искусственного интеллекта

Она обусловлена двумя обстоятельствами.

Первое — необходимость перехода от больших языковых моделей (LLMs) к большим моделям окружающего мира (LWMs)⁶. Развитие больших языковых моделей — наиболее активно используемых технологий ИИ — приближается к точке насыщения. Суть дела в том, что развитие языковых моделей обусловлено фундаментальными ограничениями их архитектуры и методологии «тренировки». Несмотря на впечатляющие достижения в обработке естественного языка, LLMs

⁵ Так, искусственные нейронные сети сегодня основаны на backpropagation (метод обратного распространения ошибки). Сам этот метод вдохновлен некоторыми аспектами работы человеческого мозга. Однако реализация backpropagation в искусственных нейронах лишь очень отдаленно напоминает то, что происходит с натуральными нейронами.

⁶ См.: Ermut S. Large World Models: Use Cases & Real-Life Examples. 2026. URL: <https://research.aimultiple.com/large-world-models/> (дата обращения: 21.11.2025).

принципиально ограничены текстовой модальностью и статистической вероятностью, что препятствует формированию истинного понимания физического и социального мира. Другими словами, развитие больших языковых моделей ограничено отсутствием опоры на то, что находится в реальном физическом 3D-мире. Именно это является одним из оснований постоянных галлюцинаций и ошибок здравого смысла. Инженеры никогда не смогут «натренировать» генеративные языковые модели до уровня человеческого интеллекта. Никого нельзя натренировать только на одних текстах, нужен реальный окружающий 3D-мир, мир физических объектов. В этом корень парадокса Моравека (Hans Peter Moravec): то, что легко для людей, сложно для искусственного интеллекта (большой языковой модели), и наоборот.

Таким образом, для того чтобы обеспечить трансформацию ИИ из инструмента обработки текста в агента, способного к подлинному взаимодействию с физическим и социальным миром, для дальнейшего прогресса в области искусственного интеллекта необходима стратегическая переориентация исследовательских усилий и ресурсов с совершенствования LLMs на разработку LWMs. Необходимо разрабатывать модели, фиксирующие «пространственный интеллект» (spatial intelligence), модели, которые смогут обеспечить рациональное поведение в окружающем мире.

Второе обстоятельство связано с тем, что новую революцию в ИИ можно ждать от новой техники (Hardware).

Сегодня развитие ИИ — это прежде всего революция в Software, в программах, в развитии цепочек и ансамблей правил, которые позволяют имитировать натуральный интеллект. Пока эта революция объединяется с революцией в биоинженерии⁷.

С одной стороны, реальный прорыв и нововведения кардинально изменят повседневную жизнь, когда (уже в самом скором будущем) произойдет слияние ИИ с робототехникой.

С другой стороны, скоро может появиться то, что специалисты по компьютерным наукам называют квантовым компьютером. Здесь мы будем наблюдать не что иное как революцию в Hardware. И ключевой вопрос состоит в том, как данная революция повлияет на применение ИИ в повседневности.

Тезис 4. Искусственный интеллект (точнее — имитация мышления) обуславливает «искусственно-социальное конструирование» реальности

Artificial Intelligence, равно как его русский перевод «искусственный интеллект», — устоявшиеся термины в профессиональной литературе и повседневной жизни. Несмотря на то что интуитивно семантику этого термина (и в английском, и в русском варианте) можно ухватить, однозначной его трактовки ни в науке, ни в обществе нет и не предвидится⁸. Понимая, что поиски альтернативных ва-

⁷ По крайней мере, об этом часто заявляют: см., например, [Schneider, 2019; Suleyman, 2023].

⁸ См. обсуждение подходов к пониманию AI в [Russell, Norvig, 2016], а также дискуссию об определении термина в *Journal of Artificial General Intelligence* в 2020 г. (Vol. 11. No. 2). Во введении к номеру авторы предупреждают: «Если читатель ожидал консенсуса по поводу определения ИИ, боимся, нам придется его разочаровать» [Monett, Lewis, Thórisson, 2020: 2].

риантов скорее исказят существующий научный смысл использования термина, следует отметить, что в системе координат научного знания более корректно говорить не об «искусственном интеллекте», а об «ином интеллекте», и даже во множественном числе — об «иных интеллектах», или об «имитации мышления».

Дело не только в том, что английский термин «artificial intelligence» изначально многозначный и противоречивый: «artificial» означает не только «искусственный» в смысле «ненатуральный», «не созданный природой», «сделанный кем-то» (руками человека), но также и «вымышленный», «придуманый», «поддельный», близко к тому, что сейчас называют «фейковый». Равно как и «intelligence» не является полным эквивалентом термина «intellect». «Intelligence» может использоваться в значении «сбор информации».

Отсутствие общепринятого понимания и трактовки «искусственного интеллекта», единых подходов к определению ИИ в науке (естественных и социальных науках) свидетельствует о том, что продуктивнее было бы разрабатывать категориальный аппарат в логике «не отождествления» человека и ИИ, а в противоположных направлениях. Излишняя антропоморфизация и наделение алгоритмов характеристиками человека только усиливают двойственность и не помогают делу. Когда исследователи пытаются разобраться в сути того, что скрывается за иным (искусственным/цифровым) интеллектом/мышлением, они имеют дело не с «заменителем» человека, а с выработанной человеком системой правил, позволяющих имитировать целерациональные функциональные действия, свойственные людям, имитировать мыслительный процесс человека.

И здесь возникает весьма любопытный феномен — «искусственно-социальное конструирование» реальности⁹. ИИ придумывает факты, конструирует некую реальность, которая существует только в его «системе координат». Суть этого «искусственно-интеллектуального конструирования реальности» состоит в том, что реальный субъект (человек) спрашивает алгоритм о реальных людях или происшедших событиях. Алгоритм убедительно, в логике (стилистике/грамматике) задающего вопрос производит «небылицы» (галлюцинации) — то, что в реальности не существовало, но может быть сгенерировано и уже становится достоянием «искусственно-интеллектуального существования».

Откуда и почему у ИИ возникают галлюцинации? Нам представляется, что наиболее очевидное объяснение состоит в том, что изначально алгоритмы запрограммированы и ориентированы на «обучение» для создания убедительных и логически и стилистически непротиворечивых текстов (знаков/символов), а не на то, чтобы отличить факт/реальность от вымысла/фантазии.

Природа современных, основанных на искусственных нейросетях инструментов ИИ, по сути, вероятностная. Модели предсказывают следующее наиболее вероятное слово или шаблон, оставаясь за рамками человеческого понимания. Генеративные модели делают предположения, а не утверждения, они имитируют генерацию языка, похожего на человеческий, на основе статистических закономерностей в данных, но без реального понимания существа дела или фактической рациональной проверки.

⁹ См. также «СоциоДиггер» Т. 4. Вып. 5—6 (26) «Человек и/или ChatGPT». URL: <https://sociodigger.ru/releases/release/chelovek-i-ili-chatgpt> (дата обращения: 29.03.2026).

Тезис 5. Для понимания ИИ нужна адисциплинарная социальная аналитика (Social Analytics)¹⁰

Проблемы, возникающие в цепочках взаимодействий между людьми и алгоритмами ИИ — на производстве, дома, в городском пространстве, в онлайн-среде, — требуют особого внимания со стороны социальных аналитиков.

Социальная аналитика — это умение правильно обозначить исследовательскую проблему о жизни людей в постоянно изменяющемся и долгое время находящемся в состоянии неопределенности обществе и затем предложить способы ее решения адекватными для данного этапа развития методами. Социальная аналитика в эпоху ИИ характеризуется адисциплинарностью. ИИ изначально создавался как проект, выходящий за рамки существующих научных областей. Сегодня над созданием ИИ трудится множество узких специалистов, однако координация их деятельности требует адисциплинарной перспективы. Тем более ее требует анализ взаимодействий и взаимозависимостей между людьми и алгоритмами ИИ.

ИИ-опосредованная коммуникация конституирует новые формы интерсубъективности и трансформирует структуру социального взаимодействия, определяя необходимость создания новых теоретико-методологических оснований анализа взаимодействия людей друг с другом. В отличие от традиционных форм опосредованной коммуникации, где технология выступала пассивным каналом передачи смысла между человеческими акторами, ИИ-системы становятся активными участниками коммуникативного процесса, способными интерпретировать контекст, генерировать смысл, адаптировать и варьировать стратегии взаимодействия.

Данный феномен требует пересмотра классических концепций взаимодействия, разработанных Дж. Г. Мидом, И. Гофманом и представителями символического интеракционизма. Возникает вопрос: может ли ИИ-агент конституировать «обобщенного другого» в структуре формирования социального Я, или же его участие в интеракции остается симуляцией без субъектной позиции?

Исследования демонстрируют, что пользователи склонны приписывать ИИ-системам интенциональность, эмоциональность и субъектность, даже осознавая их «искусственную» природу¹¹. Это указывает на формирование новых социальных ожиданий в отношении человеко-машинного взаимодействия. Более того, ИИ-опосредованная коммуникация создает специфические образцы самопрезентации и управления впечатлением, отличные от традиционных форм социального взаимодействия.

Для осмысления данных явлений и необходима новая социальная аналитика.

¹⁰ Более подробно см. [Резаев, Трегубова, 20226].

¹¹ Данная тенденция была зафиксирована Дж. Вейценбаумом еще полвека назад [Weizenbaum, 1976]. Обсуждение некоторых современных примеров см. в [Трегубова, Фейгина, 2024; Ушкин, 2025], а также здесь: Fang C. M., Liu A. R., Danry V. et al. How AI and Human Behaviors Shape Psychosocial Effects of Chatbot Use: A Longitudinal Controlled Study. 2025. URL: <https://www.media.mit.edu/publications/how-ai-and-human-behaviors-shape-psychosocial-effects-of-chatbot-use-a-longitudinal-controlled-study/> (дата обращения: 29.03.2026).

Тезис 6. ИИ-модели становятся институциональными акторами, участвующими в производстве социального порядка и нормативной регуляции повседневной жизни¹²

В наши дни разделение мира на цифровые «государства» типа Android и iOS иллюстрирует формирование новых форм принадлежности, основанных не на географии, а на выборе технологических экосистем и сервисных моделей. Эта трансформация отражает более глубокий процесс деконструкции веберианской модели государства с его монополией на территорию и легитимное насилие. Государство становится провайдером услуг, который конкурирует с частными корпорациями в предоставлении образования, здравоохранения, страхования и других социальных сервисов. Граждане превращаются в потребителей государственных услуг, выбирающих юрисдикции на основании качества предоставляемых сервисов, а не национальной идентичности или исторической привязанности к территории.

Назначение первого ИИ-министра в Албании¹³ и введение цифрового члена Совета директоров с правом голоса в казахстанском фонде «Самрук-Казына»¹⁴ — примеры развития качественно нового этапа институционализации искусственного интеллекта в структурах управления. Эти прецеденты свидетельствуют о симбиозе человеческих и алгоритмических форм принятия решений в публичной сфере.

Концентрация разработки передовых систем ИИ среди ограниченного числа технологических корпораций и государственных акторов создает проблему асимметрии власти. Способность генеративных систем производить убедительный, но не достоверный, синтетический контент в массовом масштабе угрожает целостности и достоверности публичного дискурса, размывает возможность подотчетности властных структур.

Реальные практики современной общественной жизни начали включать предиктивную аналитику в полицейской деятельности, основываться на ИИ-моделях при оценке рисков рецидивизма в судебной системе и на автоматизированных системах принятия решений в социальном обеспечении. Все это не что иное как направленная трансформация механизмов социального контроля и распределения ресурсов.

Данная трансформация определяет необходимость поиска ответов на фундаментальные вопросы о том, что такое «легитимность», «подотчетность», «справедливость» в условиях алгоритмического управления. Если традиционная институциональная теория рассматривала нормативную регуляцию как продукт социальных конвенций и политического процесса, то теперь возникает ситуация, когда нормативный порядок частично кодифицируется инструментами ИИ, которые зачастую функционируют не иначе как «черные ящики» без возможности внешней верификации и контроля со стороны человека.

Социальная аналитика призвана исследовать, каким образом ИИ-модели участвуют в процессах институционализации, какие формы власти они создают, и ка-

¹² Детальное обсуждение отдельных проблем и тенденций см. в [О'Нил, 2018; Зубофф, 2022; Fourcade, Healy, 2024; Anicker, Flaßhoff, Marcinkowski, 2024].

¹³ В Албании назначили первого в мире «неподкупного ИИ-министра» // РБК. 2025. 11 сентября. URL: <https://www.rbc.ru/politics/11/09/2025/68c30edf9a7947eb7aea850b> (дата обращения: 29.03.2026).

¹⁴ Платоненко Т. «Самрук-Казына» первым в регионе ввел цифрового члена Совета директоров на базе ИИ // New Times. 2025. 2 октября. URL: <https://newtimes.kz/obshchestvo/210855-samruk-kazyna-pervym-v-regione-vvel-tsifrovogo-chlena-soveta-direktorov-na-baze-ii> (дата обращения: 29.03.2026).

ковы возможности влияния на процессы управления с помощью алгоритмов. Это должно осуществляться с помощью других алгоритмов. Необходима разработка механизмов обеспечения прозрачности, объяснимости и подотчетности ИИ-моделей, которые участвуют в обеспечении социального порядка.

Тезис 7. Будущее человечества определяется не тем, будет ли создан «общий»/«сильный» искусственный интеллект, а возникновением и развитием «искусственной», а затем и «иной» социальности¹⁵

Не принципиально, будет ли создан «всеобщий» ИИ (Artificial General Intelligence, AGI). Главный результат «работы» ИИ — появление новой реальности — «искусственной социальности». Новой в том смысле, что ее не существовало в принципе.

Под «искусственной социальностью» мы понимаем систему взаимодействий с участием человека и искусственного интеллекта, в которых ИИ может выступать как посредником во взаимодействии между людьми, так и самостоятельным участником/агентом [Резаев, Трегубова, 2023]. Искусственную социальность можно еще определить как переход от социального общения к социальным сетям и от социальных сетей — к нейросетям.

В реальности искусственной социальности появляется три возможных метода решения возникающих проблем: первый, естественный — проблемы решает человек; второй — проблемы решает машина (это становится таким же естественным); третий — решение проблемы зависит от взаимодействия человека и машины на равных правах, это то, чего еще не было. ИИ переводит машину из средства, инструмента, который использовал человек при решении проблем, в состояние «партнерства», «содружества» для решения проблем, в первую очередь когнитивных.

Развиваясь, «искусственная социальность» переходит в нечто другое — в «иную социальность». «Иная социальность» — это отношения, возникающие между людьми в процессе совместной деятельности не только с другими людьми, но и с агентами ИИ [Резаев, Трегубова, 2025б]. Эти агенты осуществляют активность, которая может как поддерживать, так и разрушать социальные отношения. Два ключевых условия возникновения «иной социальности» — это появление небиологических агентов и онлайн-трансформация социальных отношений.

Используя понятия «искусственная социальность» и «иная социальность», мы отмечаем их взаимообусловленность, но они встроены в систему различных категориальных рядов. «Искусственная социальность» — это реальность, когда в цепочке социальных взаимодействий появляются новые *несоциальные* и *небиологические* акторы. Иная социальность определяется ситуацией, когда агенты ИИ (несоциальные и небиологические акторы, созданные людьми) вступают между собой во взаимодействия без людей, при этом социальность самих людей в некотором смысле меняется.

С одной стороны, на новом витке развития инструментов ИИ (прежде всего генеративных ИИ) становится очевидным, что инструменты ИИ — это небиологические агенты, которые взаимодействуют с людьми на основе способности воспроизводить целерациональные действия [Russell, 2019; Kissinger, Schmidt, Huttenlocher, 2021]. Небиологические агенты не обладают сознанием, эмоциональностью, не подвер-

¹⁵ Подробнее об «иной социальности» см. дискуссию в [Резаев, Трегубова, 2025б].

жены биологическим ритмам рождения, смерти, сна. Вместе с тем эти машины по переработке информации способны к деятельности, которую применительно к человеку мы бы назвали интеллектуальной.

С другой стороны, сегодня наша деятельность все в большей степени происходит в онлайн-среде, которая сама уже не может функционировать без контроля и регуляции со стороны ИИ. Распространение онлайн-взаимодействий существенным образом трансформирует человеческую социальность [Haidt, 2024], причем в таком направлении, где алгоритмам ИИ все легче становится заменить человека в рамках информационных онлайн-обменов.

Как следствие, вместо AGI мы имеем дело с алгоритмической средой, которая может делать все или почти все что угодно — хотя отдельный алгоритм остается узконаправленным и «слабым».

Тезис 8. Динамика «иной социальности» определяется характером взаимозависимости человека и алгоритма

Инструменты ИИ порождают новые элементы для организации своего существования в повседневной жизни. Такие элементы появляются в рамках формирования взаимозависимости «человек — машина/алгоритм» (human-machine interdependence) [Резаев, Трегубова, 2023]. Возникает не просто взаимодействие или обмен информацией, а именно *взаимозависимость*. Полный цикл этой взаимозависимости проходит три этапа. Сначала человек создает машины и автоматы, затем передает контроль над автоматами алгоритмам. На завершающем этапе возникает положение, когда человек не может организовывать и проживать свою жизнь без алгоритма, оказывается зависимым от него.

На последнем этапе взаимозависимость становится самостоятельным фактором, который влияет на повседневную жизнь, динамику рынков, законодательные инициативы и механизмы правоприменения государств и надгосударственных образований, в том числе направленные на развитие и внедрение ИИ.

Следующий этап развития — взаимозависимость «алгоритм/машина — алгоритм/машина», когда человек будет все менее необходим в цепочках коммуникаций и взаимодействий между алгоритмами ИИ. В первую очередь это касается денег или средств обмена чего-либо, скажем информации, а также средств передвижения. Все чаще на место человека будет приходить алгоритм — точнее, совокупность более или менее специализированных алгоритмов, которые будут способны выполнять все новые функции. В пределе это приводит к ситуации, когда человек в обществе выпадает из цепочек взаимодействий.

Тезис 9. Наиболее перспективным в логике сегодняшней науки должен быть новый подход — Human-Centered AI¹⁶

Подход, который получил в научной литературе название «человеко-ориентированный ИИ» (Human-Centered AI), предполагает понимание очень простого факта: люди и машины — не одно и то же. Нет необходимости ориентироваться на то, чтобы сделать абсолютно подобный человеку инструмент искусственного интеллекта.

¹⁶ Подробнее см. [Rezaev, Tregubova, 2025].

Напротив, скорее всего, успех будет в противоположном направлении, когда человек останется человеком со своим интеллектом, сознанием, подсознанием и эмоционально-духовным миром, а машины и алгоритмы будут разрабатываться человеком и в «самообучении» следовать своей, отличной от человека логике развития.

Рассмотрим данное положение на примере проблем образования. Интеграция ИИ-моделей в образовательные процессы создает возможности для персонализации обучения, автоматизации оценивания и расширения доступа к образовательным ресурсам. Формирование «алгоритмической грамотности» становится необходимым компонентом современного образования.

Вместе с тем новая реальность требует решения фундаментальных вопросов о конечных целях образования, природе знания и формировании компетенций в условиях, когда многие интеллектуальные задачи могут быть делегированы алгоритмам и машинам. Если традиционная образовательная парадигма ориентировалась на передачу знаний и формирование навыков, релевантных для индустриального общества, то иная/искусственная социальность определяет необходимость развития каких-то других компетенций, в первую очередь способности критически оценивать сгенерированную ИИ-моделями информацию, распознавать ограничения технологий и «галлюцинации» генеративных инструментов.

Более того, распространение генеративных ИИ проблематизирует традиционные формы академической оценки, основанные на индивидуальном авторстве текстов. Необходима разработка новых педагогических практик и критериев оценивания, адекватных условиям, когда граница между человеческим и машинным интеллектуальным производством становится размытой.

Тезис 10. В эпоху капитализма в первую очередь следует определить табуированные зоны для внедрения ИИ в повседневную жизнь общества¹⁷

Экспоненциальное развитие и повсеместное внедрение технологий ИИ в повседневную жизнь человека не должно основываться только на законах рынка и мировоззрении разработчиков и производителей. Обществу необходимо задать систему координат, обуславливающих принципы регуляции ИИ, маркировку табуированных зон применения ИИ, выделения параметров, позволяющих определять перспективы и направления развития комплекса технологических характеристик ИИ.

Насущная проблема состоит в том, чтобы определить те области, зоны, в которых люди не должны соприкасаться с искусственным интеллектом. Их выделение должно исходить из осмысления экзистенциальных аспектов, в отношении которых различие между людьми и машинами наиболее очевидно. Так, алгоритмы ИИ, в отличие от людей, не рождаются, не умирают, не радуются и не страдают — и именно здесь необходимо искать основания для безусловного запрета использования ИИ.

Тезис 11. Социальные ученые должны быть (про)активными в аналитике ИИ

Широкое и стремительное внедрение ИИ в повседневную социальную жизнь создает эпистемологический вызов социологии, требуя разработки новых теорий, методологических конструкций и исследовательских инструментов.

¹⁷ См. обсуждение в [Резаев, Трегубова, 2025a].

Традиционные методологии социальных наук разрабатывались для изучения человеческих обществ в условиях, когда границы между социальным и техническим были относительно четкими. Сосуществование ИИ-моделей с человеком проблематизирует базовые методологические предпосылки. Как изучать социальные феномены, когда агентность распределена между человеческими и нечеловеческими акторами? Как применять качественные методы, основанные на интерпретации смысла, к алгоритмическим процессам? Как обеспечить репрезентативность выборок в условиях алгоритмической персонализации?

Более того, ИИ-модели сами становятся инструментами организации и проведения социальных исследований. То есть объект исследования (ИИ) одновременно выступает средством познания социальной реальности.

Проблема социальных ученых в том, что они *реагируют* на развитие ИИ *постфактум*, а не определяют направления развития ИИ и не задают эти направления в рамках понятной и рационально объясняемой взаимозависимости «человек — алгоритм». Социальным ученым следует уделять больше внимания тому, как минимизировать риски и предотвратить ущерб от вхождения ИИ в повседневную жизнь людей и как обеспечить «грамотность» или, точнее, преодолеть «безграмотность» относительно ИИ.

Грамотность в области ИИ должна трансформироваться в системах образования из желательного навыка в необходимые знания и умения, сопоставимые по значимости с базовой грамотностью. Это включает способность критически оценивать возможности и ограничения ИИ инструментов и агентов, распознавать алгоритмически генерированный контент и понимать, в каких ситуациях человеческое суждение, человеческая рациональность остаются *незаменимыми*.

Тезис 12. Совместимость технологий ИИ с человеком означает не что иное, как их социальную приемлемость¹⁸

Человечество реализовало на практике сформулированные в классической философии положения о возможности создания иной, отличной от человека рациональности и интеллектуальной структуры¹⁹. Сейчас дело заключается в том, чтобы объяснить, что с этим делать, и главное, что делать с тем, что развитие тех-

¹⁸ Подробнее см. в [Russell, 2019; Резаев, Трегубова, 2025в].

¹⁹ Фундаментальные вопросы об иной рациональности не меняются со времен Античности: можно ли воспроизвести живое и мыслящее механическими средствами? Что отличает естественный интеллект от искусственного подражания? Каковы этические и социальные последствия создания автономных систем? Гомер в «Илиаде» (VIII век до н. э.) описывает механических слуг бога Гефеста — золотых слуганок, которые «имели разум» и могли самостоятельно решать поставленные перед ними задачи. Это одно из первых литературных упоминаний искусственных существ с признаками интеллекта. Миф о Талосе, о бронзовом автомате, который охранял о. Крит, представляет собой концепцию автономной искусственной системы с целенаправленным поведением. Герон Александрийский (I век н. э.) как инженер-механик говорит в трактатах «Автоматопозтика» и «Пневматика» о сложных автоматах и механических устройствах, способных имитировать человеческое поведение. Платон в диалоге «Кратил» обсуждает возможность создания искусственного человека, если кто-то сможет воспроизвести его сущность и форму. Аристотель в «Политике» (Книга I, 1253b) рассуждает о гипотетических самодвижущихся инструментах, он пишет: «Если бы каждое орудие могло выполнять свойственную ему работу само, по данному ему приказанию или даже его превосходящая, и уподоблялось бы статуям Дедала или треножникам Гефеста, о которых поэт говорит, что они сами собой (αὐτομάτους) входили в собрание богов; если бы ткацкие челноки сами ткали, а плетеры сами играли на кифаре, тогда и зодчие не нуждались бы в работниках, а господам не нужны были бы рабы» (Аристотель. Политика // Аристотель. Сочинения: В 4 т. Т. 4. М.: Мысль, 1983. С. 381). В Новое время следует выделить идеи Декарта о *res cogitans* (мыслящей субстанции) и *res extensa* (протяженной субстанции), идеи Лейбница о *calculus ratiocinator* — формальном языке, способном выразить все человеческие мысли. В XIX—XX веках Макс Вебер различал типы рациональности, а Юрген Хабермас разработал концепцию коммуникативной рациональности.

нологий ИИ порождает, с одной стороны, все большую взаимозависимость, с другой стороны — определяет наличие иной/искусственной социальности, с которой тоже надо разобраться на основе человеческой рациональности.

Предельно обобщая, можно утверждать, что сегодня для науки изучать ИИ не значит изучать, как работает человеческий мозг. В первую очередь следует изучать взаимозависимость человека и ИИ в разных культурах, биологических и социальных средах. Термин Стюарта Рассела *human compatible AI* — совместимый с человеком ИИ — на практике означает *социально приемлемый* (но не работающий в той же системе координат, что и человеческий мозг) искусственный интеллект.

Дело не в том, является ИИ «хорошим» или «плохим». Суть дела в том, кто/что контролирует дизайн и производство ИИ, регулирует и получает прибыль от его внедрения в жизнь общества.

Общепринятую максиму «кто владеет искусственным интеллектом, тот будет управлять миром» следует дополнить: «кто создает „правила игры“ (институты) использования искусственного интеллекта и может обеспечить их исполнение, тот будет управлять миром».

Прежде чем сформулировать последний, 13-й тезис работы, выделим две дилеммы, стоящие перед человечеством в эпоху ИИ.

Дилемма 1: мораль для машин или этика для человека?

Сегодня дискуссии об этической стороне развития инструментов ИИ организуются вокруг поиска равновесия между тем, какие моральные нормы мы хотим вложить в машины, и какие правила мы можем в них запрограммировать. Эти споры, однако, затемняют дилемму, перед которой стоит человечество: должны ли мы создавать моральные машины или нам следует думать о новой этике для человека в условиях взаимозависимости «человек — алгоритм»?

В первом случае предполагается, что машина в принципе может быть моральной, и уже затем следуют вопросы «в каком смысле?» и «как это реализовать технически?»

Во втором случае исходят из того, что ИИ моральным быть не может. Машина может действовать как будто бы морально или аморально, но в действительности она лишь выполняет предзаданные вычисления. В таком случае, разумеется, бремя моральной ответственности остается на отдельном человеке и на обществе.

Дилемма 2: контролировать или регулировать?

Стремительное распространение ИИ ставит вопросы о том, какие конкретные политико-правовые меры нужно предпринять. Может быть, создание ИИ действительно стоит «поставить на паузу», как просила компьютерная общественность в связи с появлением ChatGPT?²⁰

Представляется, что политики в принципе хотят и будут хотеть контролировать развитие и распространение новых технологий. Причем контроль происходит по некоторым фиксированным параметрам: какой вклад в ВВП страны прино-

²⁰ См. обсуждение в: «СоциоДиггер» Т. 4. Вып. 5—6 (26) «Человек и/или ChatGPT». URL: <https://sociodigger.ru/releases/release/chelovek-i-ili-chatgpt> (дата обращения: 29.03.2026).

сит, сколько рабочих мест создает, сколько уничтожает, сколько людей обращается в суд и т.д. Исходя из этого и принимаются решения: запретить, ограничить, разрешить и стимулировать.

Вместе с тем суть дела заключается еще и в том, чтобы регулировать, то есть направлять и гармонизировать процесс вхождения инструментов ИИ в жизнь общества в режиме реального времени, решая проблемы, которые возникают здесь и сейчас, которые нельзя предвидеть заранее. Здесь и возникает проблема социального аудита технологий ИИ и того, как (в каких формах) он может быть реализован. В любом случае социальный аудит и проблема регуляции применения ИИ в повседневности будет замыкаться на создании новых институтов.

Тезис 13. Философы различных школ либо объясняли мир, либо изменяли его. Дело состоит в том, что мир продолжает и будет продолжать изменяться, но теперь мы не способны его понять без инструментов ИИ

Одиннадцатый тезис Маркса о Фейербахе утверждал превосходство революционной практики над созерцательной теорией. История последующих полутора столетий продемонстрировала, что человечество восприняло этот призыв с чрезвычайным энтузиазмом. Результатом непрерывных технологических, экономических, социальных, культурных преобразований стал мир, ускользающий от понимания даже тех, кто его создавал.

Искусственный интеллект представляет собой кульминацию и апофеоз этой преобразовательной одержимости. Люди создали системы, логика функционирования которых непрозрачна даже для их разработчиков. Алгоритмы порождают непредсказуемые эффекты, сложность которых превосходит познавательные способности человеческого разума. Триумф инструментального действия обернулся поражением рефлексивного мышления.

Парадокс современности состоит в том, что чем интенсивнее преобразуется реальность, тем менее постижимой для людей она становится. Мир, являющийся продуктом человеческой деятельности, предстает как чуждая, непостижимая сила, причем не по причине мистификации, но вследствие избыточных и непрерывных процессов трансформаций. Мы обитаем в среде, которую сами же сконструировали, но которая функционирует по логике, ускользающей от нашего понимания. Реальностью стала новая форма отчуждения, порожденная не эксплуатацией труда, но гиперпроизводством технологий, машин и алгоритмов.

Мы создали технологии, которые «понимают» мир лучше нас в смысле предсказательной точности, но это «понимание» закодировано в цифровых пространствах, которые мы не способны воспринимать.

Более того, скорость преобразований исключает возможность рефлексивного отношения к ним. Мир изменяется быстрее, чем формируется его понимание. Практика окончательно освободилась от теории, но эта свобода (эмансипация) оборачивается слепотой действия.

Задача для социальной аналитики на современном этапе состоит не в дальнейшем изменении мира, а в восстановлении способности его понять и объяснить. Ирония нынешнего этапа истории человечества состоит в том, что для изменения мира в соответствии с настоящими, не искусственными, человеческими целями

сначала необходимо *понять*, что же именно мы *наизменяли*, и *осознать*, как нам сосуществовать с машинами в логике иной социальности.

Что же нам следует делать?

Что делать философам?

Во-первых, понять, как работает и воспроизводится существующая схема вхождения инструментов ИИ в жизнь общества. Во-вторых, предложить возможные другие варианты сосуществования людей и ИИ. В-третьих, видеть риски для разработчиков, потребителей и тех, кто устанавливает правила, которые возникнут в новой ситуации. Суть дела не в том, чтобы философы создали новые технологии, но в том, чтобы понять риски для общества на новом этапе.

Что делать социальным аналитикам?

Разработать и предложить варианты новых правил для «сотрудничества» («совместной деятельности») нынешних акторов, субъектов действий с ИИ: а) разработчиков, б) потребителей, в) тех, кто устанавливает правила (разрабатывает институты) для функционирования капиталистического общества.

Что делать компьютерщикам?

Продолжать создавать машины. Инженер создает машину, продукт (в этом его задача), а социальный ученый (его задача) покажет, как надо вступать с машиной (ИИ) в диалог, в коммуникацию, как взаимодействовать, как развивать отношения между машиной и человеком.

Что делать представителям государства?

Организовывать социальный аудит, вводить правовую регуляцию, определять табу-зоны, ориентируясь на человеко-ориентированный подход — в той его трактовке, которая не противоречит социальному порядку и культурным особенностям жителей государства.

Что делать обывателям (всем нам)?

Не бояться, но и не идеализировать искусственный интеллект. Определиться, какие проблемы в нашей жизни можно решать с помощью инструментов ИИ, а какие только усугубятся за счет использования новых технологий. Помнить, что ИИ — это инструмент, а не живое существо, *нечто*, а не *некто*. Понимать, что принципиальные риски, как всегда, в использовании новых технологий, будут исходить не от ИИ, а от человеческой глупости и человеческих страстей.

Список литературы (References)

1. Есть ли будущее у капитализма? / под ред. И. Валлерстайна. М.: Издательство Института Гайдара, 2017.
Wallerstein I. (ed.) (2017) Does Capitalism Have a Future? Moscow: Gaidar Institute Press. (In Russ.)

2. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. М.: Издательство Института Гайдара, 2022.
Zuboff Sh. (2022) *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Moscow: Gaidar Institute Press. (In Russ.)
3. О'Нил К. Убийственные большие данные. Как математика превратилась в оружие массового поражения. М.: АСТ, 2018.
O'Neil C. (2018) *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. Moscow: AST. (In Russ.)
4. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. «Эмоциональный утилитаризм» и пределы развития искусственного интеллекта // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022а. № 2. С. 4—23. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.2.2127>.
Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2022a) “Emotional Utilitarianism” and the Frontiers of Artificial Intelligence Evolvement. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 4—23. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2022.2.2127>. (In Russ.)
5. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Еще раз о социологии и социальной аналитике в эпоху развития искусственного интеллекта // Социологическое обозрение. 2022б. Т. 21. № 3. С. 9—30.
Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2022b) Once again about Sociology and Social Analytics in the Age of Artificial Intelligence Advancement. *Russian Sociological Review*. Vol. 21. No. 3. P. 9—30. (In Russ.)
6. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Взаимозависимость «человек-машина» за пределами искусственного интеллекта: случай биткойна // Социологическое обозрение. 2023. Т. 22. № 3. С. 263—286.
Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2023) Human-Machine Interdependence beyond AI Development: The Case of Bitcoin. *Russian Sociological Review*. Vol. 22. No. 3. P. 263—286. (In Russ.)
7. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Запретить нельзя регулировать: к вопросу о проблемах регуляции использования ИИ в повседневной жизни общества // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025а. № 3. С. 294—311. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.3.2661>.
Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2025a) Prohibit Cannot Regulate: On the Question of Adjusting the Use of AI in Everyday Life of Society. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 294—311. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2025.3.2661>. (In Russ.)
8. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Иная социальность: опыт теоретической рефлексии // Социологические исследования. 2025б. № 11. С. 13—24.
Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2025b) Alternate Sociality: Theoretical Reflections. *Sotsiologicheskie Issledovania*. No. 11. P. 13—24. (In Russ.)
9. Резаев А. В., Трегубова Н. Д. Quo Vadis? Стратегические ориентиры в развитии искусственного интеллекта и необходимость новой социальной аналитики // Вест-

- ник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2025в. № 85. С. 112—122. <https://www.doi.org/10.17223/1998863X/85/10>. Rezaev A. V. Tregubova N. D. (2025) Quo Vadis? Guidelines for the Artificial Intelligence Advancement and the Necessity of a New Social Analytics. *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 85. P. 112—122. <https://www.doi.org/10.17223/1998863X/85/10>. (In Russ.)
10. Трегубова Н. Д., Фейгина А. Я. «Вежливое» взаимодействие с умными колонками в повседневной жизни: универсальные нормы и новые формы социальности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 5. С. 142—165. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2593>. Tregubova N. D., Feigina A. Y. (2024) “Polite” Interactions with Smart Speakers in Everyday Life: New Norms and Forms of Sociality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 142—165. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.5.2593>. (In Russ.)
 11. Ушкин С. Г. Чужаки и нонантропные границы: как конструируется «искусственный Другой»? // Философия науки и техники. 2025. Т. 30. № 1. С. 48—57. <https://doi.org/10.21146/2413-9084-2025-30-1-48-57>. Ushkin S. G. (2025) Outsiders and Non-Anthrop boundaries: How Is the ‘Artificial Other’ Constructed? *Philosophy of Science and Technology*. Vol. 30. No. 1. P. 48—57. <https://doi.org/10.21146/2413-9084-2025-30-1-48-57>. (In Russ.)
 12. Anicker F., Flaßhoff G., Marcinkowski F. (2024) The Matrix of AI Agency: On the Demarcation Problem in Social Theory. *Sociological Theory*. Vol. 42. No. 4. P. 307—328. <https://doi.org/10.1177/07352751241289925>.
 13. Collins H. (2018) *Artificial Intelligence: Against Humanity’s Surrender to Computers*. Cambridge: Polity Press.
 14. Dreyfus H. (1992) *What Computers Still Can’t Do: A Critique of Artificial Reason*. Cambridge, MA: MIT Press.
 15. Fourcade M., Healy K. (2024) *The Ordinal Society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
 16. Haidt J. (2024) *The Anxious Generation: How the Great Rewiring of Childhood Is Causing an Epidemic of Mental Illness*. New York, NY: Penguin Press.
 17. Kissinger H., Schmidt E., Huttenlocher D. (2021) *The Age of AI: And Our Human Future*. Boston, MA: Little, Brown and Company.
 18. Monett D., Lewis C. W. P., Thórisson K. R. (2020) Introduction to the JAGI Special Issue “On Defining Artificial Intelligence” — Commentaries and Author’s Response. *Journal of Artificial General Intelligence*. Vol. 11. No. 2. P. 1—4. <https://doi.org/10.2478/jagi-2020-0003>.
 19. Rezaev A. V. (2021) Twelve Theses on Artificial Intelligence and Artificial Sociality. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 20—30. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1894>.

20. Rezaev A. V., Tregubova N. D. (2025) Looking at Human-Centered Artificial Intelligence as a Problem and Prospect for Sociology: An Analytic Review. *Current Sociology*. Vol. 73. No. 1. P. 120—138. <https://doi.org/10.1177/00113921231211580>.
21. Russell S. (2019) *Human Compatible: Artificial Intelligence and the Problem of Control*. New York, NY: Viking.
22. Russell S., Norvig P. (2016) *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Harlow: Pearson Education Limited.
23. Schneider S. (2019) *Artificial You: AI and the Future of Your Mind*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
24. Suleyman M. (2023) *The Coming Wave: Technology, Power, and the Twenty-First Century's Greatest Dilemma*. New York, NY: Crown.
25. Weizenbaum J. (1976) *Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation*. San Francisco, CA: W. H. Freeman and Company.
26. Wolfe A. (1991) Mind, Self, Society, and Computer: Artificial Intelligence and the Sociology of Mind. *American Journal of Sociology*. Vol. 96. No. 5. P. 1073—1096.

DOI: [10.14515/monitoring.2026.2.3366](https://doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3366)

Д. Гэллп

**НАСКОЛЬКО ВАЖНО ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ
ВО ВРЕМЯ ВОЙНЫ?
/ ВСТУП. СЛОВО В. В. ФЕДОРОВА;
ВСТУП. СЛОВО И ПЕР. С АНГЛ. Е. А. ФОСТАЧУК**

Правильная ссылка на статью:

Гэллп Д. Насколько важно общественное мнение во время войны? / вступ. слово В. В. Федорова; вступ. слово и пер. с англ. Е. А. Фостачук // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2026. № 2. С. 304—316. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3366>.

For citation:

Gallup G. (2026) How Important Is Public Opinion in Time of War?? / intro V. Fedorov; intro & transl. from English E. Fostachuk. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 2. P. 304—316. <https://www.doi.org/10.14515/monitoring.2026.2.3366>. (In Russ.)

Получено: 22.01.2026. Принято к публикации: 03.04.2026.

НАСКОЛЬКО ВАЖНО ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ВОЙНЫ? / ВСТУП. СЛОВО В. В. ФЕДОРОВА; ВСТУП. СЛОВО И ПЕР. С АНГЛ. Е. А. ФОСТАЧУК

HOW IMPORTANT IS PUBLIC OPINION IN TIME OF WAR? / INTRO V. FEDOROV; INTRO & transl. FROM ENGLISH E. FOSTACHUK

ГЭЛЛАП Джордж — директор, Американский институт общественного мнения (Институт Гэллупа), США

George GALLUP^{1,2} — Director

¹ American Institute of Public Opinion (Gallup, Inc.), USA

Аннотация. В материале представлен перевод доклада Джорджа Гэллупа, впервые зачитанного 25 апреля 1942 г. и опубликованного Американским философским обществом в сентябре того же года. В докладе показано, что общественное мнение может быть источником важных информационных сигналов не только в мирное, но и в военное время, а отказ от использования данных опросов общественного мнения в периоды военных конфликтов может ограничивать эффективность управленческих решений, приводить к временным и финансовым потерям государства. Перевод сопровождается вступительными словами главного редактора журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» В. В. Фёдорова и переводчицы Е. А. Фостачук.

Abstract. This article presents a translation of George Gallup's lecture, first read on April 25, 1942, and published by the American Philosophical Society in September of that year. The report demonstrates that public opinion can be a source of important information signals not only in peacetime but also in wartime, and that failure to use public opinion data during military conflicts can limit the effectiveness of management decisions and lead to time and financial losses for the state. The translation includes introductions by Valery Fedorov, Chief Editor of the «Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes» Journal, and translator Elena Fostachuk.

Ключевые слова: общественное мнение, военная социология, опросы населения

Keywords: public opinion, sociology of war, population surveys

Источник: Gallup G. (1942) How Important Is Public Opinion in Time of War? Proceedings of the American Philosophical Society. Vol. 85. No. 5. P. 440—444. Published by: © American Philosophical Society. URL: <https://www.jstor.org/stable/985063>. Перевод на русский язык и публикация осуществлены с разрешения правообладателя.

Война, мир и демократия: вступительное слово главного редактора журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» Валерия Федорова

Восемь десятилетий назад Джордж Гэллуп выступил с прекрасным докладом, посвященным общественному мнению в военные времена. Он утверждал: когда решаются важнейшие вопросы войны и мира, мнение людей не менее ценно, чем

в более спокойные моменты. А во многих случаях и более ценно, чем мнение экспертов или политиков.

Гэллуп приводил примеры, как общественное мнение опережало политические решения, то есть обычные люди — не эксперты и не политики — раньше, чем люди «необычные», то есть информированные и высокопоставленные, компетентные и полномочные, приходили к верным выводам. Государство в этих случаях скорее тормозило, чем вело народ за собой, скорее упиралось и суенилось, чем руководило событиями. Оно не видело возможностей, запаздывало с оценкой потребностей, не доверяло своим гражданам, не использовало в полную мощь их силы и решимость. И в результате — теряло время, несло потери, уступало врагу.

Гэллуп указал на два важнейших условия, позволяющих общественному мнению смотреть дальше и видеть яснее. Первое — это широкая информированность и возможность самостоятельно составлять свое мнение. Отсюда потребность в независимых средствах массовой информации, настоящей «третьей власти». Второе условие — эффективная демократия, то есть такая политическая система, которая не гасит и не искажает импульс, исходящий от народа к власти, а точно и своевременно передает его, заставляя политические институты действовать в соответствии с волей народа.

Дискуссия о ценности общественного мнения идет давно. Мощный импульс ей придала Первая мировая война, ставшая войной народов, а не правителей. Уже тогда стало понятно, что без искреннего желания людей воевать победы не добиться. Общественное мнение должно поддерживать правительство и армию, иначе страна обречена. Первый импульс патриотического энтузиазма прошел быстро, когда война оказалась не легкой прогулкой, а кровавым затяжным испытанием. Уже в 1915 г. стало понятно, что желание людей воевать сходит на нет. Выход элиты воюющих стран нашли... в пропаганде!

Военная цензура, ограничение свободы СМИ, дезинформационные и пропагандистские кампании, разнообразные информационные манипуляции в адрес противников, союзников и нейтральных стран — все было задействовано. Тот, кто оказался более успешен в искусстве пропаганды, продержался дольше и в конечном счете выиграл войну. Тот, кто оказался пропагандистски несостоятелен, — ее проиграл. Такая участь постигла Россию, Австро-Венгрию, Германию, Турцию.

Парадоксальный вывод из опыта 1914—1918 гг. состоял в том, что страны, именующие себя демократическими, организовали более изощренную и эффективную пропаганду, чем страны с авторитарными и полуавторитарными режимами. Выяснилось, что политики и пропагандисты в демократиях могут манипулировать народом лучше! После войны накопленный опыт был реализован в рекламе и социальных коммуникациях. Эдвард Бернейс и Айви Ли стали лидерами в деле использования пропагандистских умений ради максимизации прибыли капиталистов и поддержания социального мира в условиях экономических испытаний.

Гэллуп предложил совершенно иной путь. Вместо расширения арсенала политических и информационных манипуляций — тщательное и вдумчивое изучение общественного мнения. Он призывал политиков и предпринимателей слушать людей, пытаться понять их и сообразовываться с волей народа, а не игнорировать и не подменять ее.

В демократических системах такой подход оказался по-настоящему эффективным. Гэллуп пошел дальше Айви Ли и Бернейса, жестче требовал от политиков и бизнесменов избегать манипуляций и действовать в интересах и по воле народа. И поэтому сопротивление ему со стороны дельцов, привыкших решать все за спиной людей, было более долгим и упорным. Оно не изжито и сейчас, и самым распространенным аргументом против народного волеизъявления остаются упреки: «вы ничего не понимаете...», «у вас нет необходимой информации...», «вы некомпетентны...», «это не вашего ума дело...»

В войнах XXI века мы слышим такое сплошь и рядом. И слышим именно от тех, кто сам некомпетентен! Кто не умеет планировать и принимать решения в быстро меняющейся обстановке, кто прикрывает завесой секретности собственные провалы, кто подставляет солдат под удары дронов и бросает их в «мясные штурмы».

Возможно, самым показательным примером может служить конфликт на Ближнем Востоке, чья очередная фаза стартовала в октябре 2023 г. с террористической атаки ХАМАС на Израиль, продолжилась Двенадцатидневной войной США и Израиля против Ирана, а сегодня привела к многосторонней войне в зоне Персидского залива, блокаде Ормузского пролива и израильскому вторжению в Ливан. Все три главные страны-участницы — Израиль, США и Иран — оказались в драматической ситуации неготовности к конфликту, неудачного военно-стратегического планирования, больших и неожиданных жертв и потерь. Кто-то, как Израиль и Иран, уже заплатил за это многочисленными жизнями граждан. Кто-то, как Иран, расплатился жизнями высших руководителей. Кто-то, как США, заплатил миллиардами долларов, репутацией, испорченными отношениями с союзниками, — а скоро, похоже, заплатит должностями и положением...

Генералы и политики, оказавшиеся не на высоте своих обязанностей, — а таких мы видим кругом, — громче других требуют все засекретить, запретить штатским соваться не в свое дело, лишить их права голоса и возможности получать информацию. Именно те, кто виноват в народных жертвах и потерях, стремятся лишить общество независимой и объективной информации, манипулируют СМИ, напропалую врут и подличают.

Народ имеет право знать, что происходит, за что именно мы сражаемся, почему мы не достигаем победы, зачем нужны жертвы, которые мы приносим на алтарь победы, кто виноват и что делать. Только люди, понимающие, что к чему, убежденные, что им не врут собственные лидеры, мотивированы преодолеть все трудности, чтобы добиться победы.

Люди не должны платить за тех, кто предал их доверие, разворовал их деньги и обрек их на тяготы войны. Но также они не должны платить и за тех, кто врал им, что войны не будет, что страна находится в безопасности, что армия и военная индустрия готовы к обороне, что война, если все-таки случится, будет «маленькой и победоносной».

Мы видим, что политические системы, включая самые что ни на есть демократические, демонстрируют полную дисфункциональность. Они не выполняют волю народа и ограничивают его доступ к информации, они манипулируют его мнением (кто более, а кто и менее успешно). Но при этом они продолжают править! Владимир Зеленский, избранный в 2019 г. как мирная альтернатива агрессивно анти-

российскому Порошенко, развязал войну с Россией. Дональд Трамп, обещавший остановить все войны и не начинать новые, бомбит Иран.

Политические системы, которые искажают и гасят импульс народной воли — как в предвоенной Франции, обречены, как бы демократично они ни выглядели. Можно избирать президента всенародным голосованием, а можно — коллегией выборщиков, но если он врет стране и игнорирует явно выраженную волю граждан, ничего хорошего из этого не получится. Если граждане уполномочили его добиваться мира, а он разжигает войну, — значит, он обманул доверие народа и должен быть смещен. Но если народ требует от вождя готовиться к защите, а он этого не делает, он тоже должен быть смещен!

Режимы, которые цензурируют СМИ и манипулируют общественным мнением «в интересах безопасности», как в предвоенной Британии, — еще один пример от Гэллапа — дезинформируют не только население, но и себя. В результате они демонстрируют неготовность к настоящей войне и терпят в ней катастрофические поражения.

Доклад Гэллапа служит напоминанием: государство и его руководители не отец, народ же — не дети. Народ суверен, а политики — лишь его слуги. Слуги, возомнившие себя господами! Народ все понимает (если не зомбировать его, как в нацистской Германии, — еще один пример из доклада Гэллапа) и имеет собственное мнение. Не смейте ему мешать! Иначе история вас сметет. Главное — чтобы не вместе с самим народом, который вам ошибочно доверился.

В. В. Федоров,

к. полит. н., генеральный директор АЦ ВЦИОМ,

декан факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Финансового университета при Правительстве Российской Федерации,

главный редактор журнала «Мониторинг общественного мнения:

экономические и социальные перемены»

Вступительное слово переводчика Елены Фостачук

Представляем вашему вниманию перевод доклада Джорджа Гэллапа «How Important Is Public Opinion in Time of War?», прочитанного 25 апреля 1942 г. на заседании Американского философского общества (© American Philosophical Society) в рамках тематического симпозиума и опубликованного в журнале «Proceedings of the American Philosophical Society» (Vol. 85, No. 5).

Эпоха систематических опросов общественного мнения началась в 1930-е годы и сразу оказалась вписана в контекст большой политики и войны. В своем выступлении Джордж Гэллуп, апеллируя к работам Уолтера Липпмана (которого он называет политическим писателем) и опираясь на массивы данных общественного мнения в США и «сестринских демократиях», формулирует вопрос, который и сегодня остается центральным для политической социологии: следует ли в военное время прислушиваться к общественному мнению столь же внимательно, как и в мирное?

Доклад построен как публичное рассуждение исследователя-эмпирика, обращенное к политической философии демократии — именно такой, какой она пред-

ставлялась в то знаменательное время. Великий методолог приводит данные опросов, сопоставляет их с политическими решениями, обсуждает границы компетенции общественного мнения, а также подчеркивает фундаментальное условие существования «интеллигентного» (по его подлинному выражению, а в современном понимании — разумного и информированного) общественного мнения. Такое условие, по мнению Дж. Гэллапа, — наличие свободной прессы, которой он противопоставляет пропагандистскую машину нацизма.

В тексте соседствуют статистические аргументы, исторические примеры, риторические вопросы и хлесткая ирония. Перед нами проявляется редкий для социологической литературы дар образного слова, свойственный Джорджу Гэллапу, а также его прямота, ясность и интеллектуальная честность. Кроме того, в тексте можно живо ощутить культурный контекст Америки времен Второй мировой войны.

Мне представляется, что, когда этот доклад был закончен, аудитория сразу же откликнулась аплодисментами! И даже сегодня, более восьмидесяти лет спустя, дочитав оригинальный текст до конца, хочется мысленно почтить имя автора. Чтобы донести до читателя это впечатление, я стремилась как можно бережнее сохранить интонации оригинала, не стилизуя текст под более поздний или более академичный язык.

Поэтому в переводе сознательно сохранены некоторые характерные обороты речи, передающие риторическую энергетику оригинала. Например, автор не использует названий «СССР» или «Советский Союз», а говорит просто о «русских». Или рассказывает притчу об Аврааме Линкольне и общественном мнении.

Аналогичным образом сохранены и некоторые социально-политические характеристики, которые сегодня могли бы показаться не совсем политкорректными. Так, в рассуждении о фермерских интересах автор упоминает о «жадности» («прижимистости») фермеров. В переводе эта оценка передана максимально близко к оригиналу и помещена в контекст аргумента Гэллапа о готовности различных социальных групп принимать экономические ограничения ради военных усилий.

Отдельного пояснения требуют и некоторые исторические обозначения. Так, выражение «война Объединенных Наций» относится не к современной международной организации ООН, а к союзнической коалиции государств, подписавших Декларацию Объединенных Наций в январе 1942 г. Подобные случаи оговариваются в примечаниях.

Многие темы, затронутые в тексте, такие как роль общественного мнения, границы компетенции экспертов, влияние пропаганды и средств массовой информации, остаются крайне чувствительными и сегодня. О них, по-моему, следует говорить столь же прямо и открыто, как и тогда. Поэтому я ставила перед собой две простые и, как мне кажется, необходимые цели: во-первых, переводить именно то, что было написано, учитывая время создания текста — весну 1942 г.; во-вторых, не инструментализировать перевод в соответствии с современными политическими или иными конъюнктурными ожиданиями.

Читатель, разумеется, волен использовать аргументы автора в самых разных современных дискуссиях. Возможно, каждый найдет в этом тексте что-то свое —

мысль, образ или ответ на вопрос, которые запомнятся надолго. Редакторы Американского философского общества в своем письме ко мне также выразили надежду, что перевод позволит этой работе Джорджа Гэллапа обрести новую внимательную и образованную аудиторию.

Е. А. Фостачук,
к. соц. н., независимый исследователь

В какой мере демократии должны руководствоваться общественным мнением?
(Прочитано 25 апреля 1942 г.)

Доводы против того, чтобы следовать общественному мнению в период войны, приводятся достаточно часто. Считается, что граждане мало знают о военной стратегии, поэтому их суждения о ведении войны малозначимы. Они далеки от понимания военных нужд, а значит, их оценки военного производства также малоценны. Граждане не понимают всей сложности управления человеческими и природными ресурсами. В таком случае — чего же мы достигнем, прислушиваясь к общественному мнению по этим вопросам? Люди не понимают проблем мировой политики. Эти, как и другие вопросы, следует оставить в руках экспертов и лидеров.

Приводят и другой довод: только единая нация может успешно вести войну. Постоянные внутренние раздоры вкупе с критикой власти имеют лишь один результат: подрывают общественную мораль, разделяют нацию и в конечном счете ведут к поражению. Поскольку всеобщее единство столь важно, звучат призывы к ограничению всяческих дискуссий и избеганию критики.

Подобные доводы — естественные и вполне искренние — лидеры нации приводят всякий раз во время войны.

Сейчас пришло время оспорить эти давние верования — время, когда мы можем доказать ценность свободной и открытой дискуссии о действиях правительства, как военного командования, так и гражданской администрации. И решить, стоит ли прислушиваться к общественному мнению во время войны так же внимательно, как и в мирное время.

Говоря об общественном мнении, я имею в виду мнение большинства. Не следует подменять его громкими возгласами со стороны меньшинств и отдельных индивидуумов, которым посвящены газетные заголовки, при том что они редко выражают коллективное мнение граждан страны.

К счастью, сегодня мы располагаем достаточно развитыми методами и инструментами, позволяющими услышать мнение всех — и тех, кто кричит, и тех, кто шепчет. В последние годы мы изучали общественное мнение практически по каждому аспекту военной политики — и не только в нашей стране, но и в сестринской демократии — Англии.

Опираясь на огромный массив материалов, собранных здесь и в Англии (а совсем недавно — также в Канаде и Австралии), мы можем достаточно уверенно

судить о качестве общественного мнения по военным вопросам. Эти данные позволяют понять, следует ли прислушиваться к общественному мнению во время войны так же внимательно, как и в мирное время.

Во-первых, позвольте привести данные о взглядах американцев на военные и некоторые другие вопросы, возникшие непосредственно перед нашим вступлением в войну. Думаю, вы согласитесь, что это свидетельства, которые еще раз подтверждают уровень здравого смысла и дальновидности обычных людей.

Эти самые люди значительно опередили своих политических лидеров в понимании большинства важнейших проблем. По сути, наши данные доказывают правомерность вопроса о том, действительно ли политические лидеры ведут народ — или, наоборот, народ ведет своих лидеров. Приведу несколько примеров, чтобы показать, что я имею в виду.

Более шести лет назад, в ноябре 1935 г., наши исследования общественно-го мнения выявили, что более 70 % населения высказались в пользу увеличения мощности армии и флота. Еще более высокий процент (80 %) граждан был за возрастание мощности военно-воздушных сил. Вы можете вспомнить, что публичная сфера в то время была озабочена экономикой; но когда речь заходила о финансировании армии и флота, люди высказывались за увеличение, а не за уменьшение расходов.

Также вспомните, что в том же самом 1935 г. прошло всего лишь два года с тех пор, как Гитлер пришел к власти. Каждый раз потом, когда Гитлер побеждал очередную страну, доля американских избирателей, выступавших за усиление армии, флота и авиации, резко возрастала. К 1939 г. и началу войны мы фиксировали сильнейший запрос на увеличение мощности армии и флота, и даже еще значительнее — на рост мощности авиации.

На протяжении 1930-х годов военные эксперты расходились во мнениях относительно важности превосходства в воздухе в современной войне. При этом граждане, не являвшиеся военными экспертами, с неким здравым, трезвым смыслом понимали великую роль, которую авиация сыграет в будущей войне. Трагическая история острова Уэйк (Wake Island), который защищали сначала четыре самолета, потом два, а в конце — один, могла бы сложиться совсем по-другому, если бы мнение простых людей было услышано за шесть лет до описанных событий.

Даже сейчас вера в превосходство в воздухе среди населения гораздо сильнее, чем среди экспертов. Сегодня подавляющее большинство граждан уверено, что военно-воздушные силы станут решающим фактором в войне Объединенных Наций¹.

Сразу после начала войны в Европе конгресс собрался по поводу изменений в Акте о нейтралитете (Neutrality Act). Президент предложил изменить Акт, чтобы начать поставки самолетов и военного оборудования союзникам. А за несколько месяцев до этого наш Институт провел серию исследований, показавших, что публика выступает за отмену всех эмбарго, предусматриваемых Актом о нейтралитете. Уже в марте 1939 г. общественность выступала за отмену эмбарго. Сам конгресс пересмотрел Акт о нейтралитете в октябре.

¹ Так в 1942 г. называли союз США, Великобритании и стран Содружества.—Примеч. пер.

Общественное мнение опередило конгресс — как минимум на четыре месяца — и по поводу Закона о выборочной военной подготовке и службе (Selective Service Draft). Фактически уже в июне 1940 г. подавляющее большинство опрошенных (примерно две трети) выступало за массовую мобилизацию. В то же время ни один политический лидер и ни одна партия публично еще не высказались по этому поводу. Насколько я знаю, только один политический писатель — Уолтер Липпман — предполагал возможность призыва в мирное время.

Много лет военные лидеры страны обсуждали идею массовой мобилизации и даже разрабатывали планы мобилизационных кампаний в случае войны. В Канаде вот уже два года идут дебаты о призыве для отправки на службу за пределы страны.

В следующий понедельник Канада будет голосовать по этому вопросу на втором общенациональном плебисците за всю историю Доминиона. При этом даже теперь вопрос об отправке солдат за пределы страны не будет задан гражданам прямо, на понятном им языке. Вот, посмотрите, как сформулирован вопрос для голосования: «Поддерживаете ли вы освобождение Правительства от всех обязательств, связанных с введенными ранее мерами, ограничивающими методы призыва мужчин на военную службу?»

Если прогноз результатов плебисцита, который дает недавно созданный Канадский институт общественного мнения, настолько точен, насколько мы думаем, Канада ответит «да» на этот вопрос подавляющим большинством голосов².

Я хотел бы обратить внимание всех, кто занимается изучением общественного мнения, на один интересный момент: референдум или массовый опрос с применением выборочных технологий мог бы показать Канаде, как настроены ее граждане, в любой момент в течение последних двух лет. Многих месяцев бесполезных дебатов, равно как и расходов — около двух миллионов долларов — можно было бы избежать.

Сейчас можно с большой точностью предсказать не только, как Канада проголосует в понедельник на плебисците, но и — что еще важнее — как проголосовали бы канадцы, если бы власти удосужились поставить очень простой вопрос: «Должно ли правительство иметь право призывать людей для службы за океаном?» И на этот вопрос люди также со значительным перевесом ответили бы «да».

Следует отметить, что помимо проблемы призыва американцы сильно опережают своих лидеров в понимании практически всех насущных проблем военного времени.

Например, публика высказывалась за военные конвои судов, направлявшихся в Англию, за несколько месяцев до того, как Акт о нейтралитете был пересмотрен и это стало законным.

Военные комментаторы особо подчеркивают роль ленд-лиза в спасении союзников от надвигавшейся смертельной угрозы. Некоторые даже считают, что без ленд-лиза Гитлер мог бы победить еще в прошлом году.

Интересно, что общество не было удовлетворено объемом помощи, предоставляемой Великобритании, вплоть до принятия Билля о ленд-лизе. За несколько

² Канадский институт предсказал, что 68 % избирателей дадут ответ «да», 32 % — «нет». Результаты плебисцита показали, что прогноз ошибался на 3,5 %. Результаты голосования по каждой провинции были также предсказаны верно.

недель до того, как этот Билль был внесен в конгресс, результаты опросов показали, что за увеличение помощи Великобритании выступает подавляющее большинство — девять десятых опрошенных. Иначе говоря, избиратели хотели увеличения нашей помощи Великобритании задолго до того, как эта идея приобрела форму законодательной инициативы.

Политика «умиротворения» Японии, кстати, никогда не соответствовала общественному мнению. Японо-китайская война продолжалась только два года, когда подавляющее большинство избирателей — 82 % — высказалось за введение строгого эмбарго на военные поставки в Японию. К октябрю 1940 г. эта доля выросла до 90 %. И только через десять месяцев после этого правительство США заморозило японские кредиты и ввело строгое эмбарго.

Таковы настроения общественного мнения по вопросам, непосредственно связанным с нашим участием в войне против стран Оси. А что показывают данные исследований по внутренним проблемам страны, которые также влияют на наши военные усилия?

И здесь обычные граждане снова и снова занимают позицию, которая отражает здоровое коллективное суждение общества. Например, конгресс затягивал с повышением ставки подоходного налога. Если бы простые люди сами составляли налоговое законодательство, они много месяцев назад потребовали бы, чтобы все семьи, за исключением полностью освобожденных от налогов, платили хотя бы небольшие отчисления с дохода. Публика никогда не принимала идею так называемого налога на роскошь³, и хотя люди считают, что для граждан с высокими доходами должен устанавливаться пропорционально более высокий налог, им хватает ясности ума, чтобы понять: каждая семья должна внести хотя бы несколько долларов, чтобы помочь правительству справиться с военными расходами.

Около года назад общество одобрило политику жесткого контроля над заработными платами и ценами. В связи с этим особенно неожиданным оказалось согласие людей на установление «потолка» не только для потребительских цен, но и для уровня заработной платы. Американские фермеры, которых руководители фермерских хозяйств, сами постоянно требующие особых привилегий, обычно выставляли наиболее «прижимистыми», сами выступили за фиксирование закупочных цен на свою продукцию — вопреки тому, в чем лидеры пытались убедить страну.

Публика даже высказывалась за увеличение продолжительности рабочего дня ради «военного усилия» и не поддерживала позиции профсоюзных лидеров, для которых завоеванные права и привилегии казались важнее победы в войне.

Публика также требовала, с одной стороны, запрета стачек на предприятиях военной промышленности, а с другой — регулирования прибыли этих предприятий. Люди были готовы работать 48 часов в неделю вместо 40 без повышения заработной платы.

Как я уже говорил, люди не только ожидали посильной жертвы от каждого ради «военного усилия», но и сами были готовы вкладываться, что бы это ни значило: работу в гражданской обороне, переезд в другую часть страны ради труда на поль-

³ Автор использует выражение «soak the rich» — букв. «размачивание богачей». Выражение берет начало в XIX веке, когда одним из значений глагола soak было завышать цены, облагать высокими налогами или вымогать средства. — *Примеч. пер.*

зу военной промышленности или отчисления 10 % заработной платы на покупку оборонных облигаций.

Столь велико было желание сделать хоть что-нибудь ля победы, что мы в Американском институте общественного мнения подсчитали: при правильной организации правительство могло бы использовать миллионы человеко-часов безвозмездно. Фактически это равнялось бы работе двенадцати миллионов человек ежедневно. Это мощь Ниагары, которую еще предстоит использовать в полной мере.

В начале февраля Институт интересовался тем, когда население страны будет готово признать необходимость всеобщей мобилизации, то есть когда люди придут к осознанному решению о том, что каждый гражданин в возрасте от 18 лет должен зарегистрироваться для участия в «военном усилии».

Начиная это первое исследование, мы рассчитывали лишь установить исходную точку для наблюдения за дальнейшими тенденциями. Можете представить наше удивление, когда мы обнаружили, что уже тогда люди готовы были принять всеобщую мобилизацию. Люди высказывались за отказ от принципа добровольности в пользу того, что они считали более справедливым и более эффективным. Сейчас уже существует множество планов развертывания всеобщей мобилизации. В этом отношении наше правительство продвинулось гораздо быстрее Англии, где всего несколько дней назад газета London Evening Standard в передовой статье жаловалась: «Мы уже достаточно призывали к самопожертвованию. Стране нужны приказы, а не призывы».

Однако было бы глупо утверждать, что люди всегда и во всем правы. Так же неверно было бы считать, что не существует сугубо технических проблем, решение которых должно оставаться за специалистами. Тем не менее есть много предметных областей, в которых общественное мнение имеет право быть услышанным как в военное, так и в мирное время. Прежде всего это касается постановки широких политических вопросов. Но то, как эти вопросы следует решать и каким образом проводить конкретную политику, должны определять эксперты.

Следует учитывать и другой важнейший фактор. Чтобы общественное мнение было по-настоящему интеллигентным (разумным), оно должно опираться на факты — факты, которые людям может дать только свободная пресса.

Даже если бы сегодня была возможность опросить население Германии, едва ли мы могли бы ожидать увидеть интеллигентные суждения. Почему? Просто потому, что большинству людей известны лишь те факты, которые министерство пропаганды считает «нужными для знания». Конечно, до прихода Гитлера к власти все было иначе. Возможно, одна из причин того, что фюрер считает все демократические народы чем-то вроде «скота с бюллетенями», кроется в результатах последних свободных выборов в Германии, когда сам Гитлер пришел к власти: ведь тогда он получил всего 36 % голосов избирателей!

А вот народ Англии, несомненно, «проспал» весь период с 1933 по 1939 г. Так случилось потому, что британское правительство скрывало от населения всю полноту фактов о германской военной программе. Только Черчилль имел достаточно мужества, чтобы говорить людям горькую правду. Власти же делали все возможное, чтобы дискредитировать его выступления — утверждая, что они исходят от слегка неуравновешенного человека. Я убежден, что, если бы все факты о германских во-

енных приготовлениях были известны британскому народу с самого начала, люди оказали бы достаточное давление на правительство во время Мюнхенского кризиса и тем самым могли бы охладить пылкие намерения нацистов развязать новую войну.

Прошлой осенью Британский институт общественного мнения провел опрос среди рабочих оборонных предприятий и выяснилось, что они работают не на полную мощность. Эти результаты вызвали серьезную критику, и правительству даже пришлось отвечать на вопросы парламента. Во время дебатов г-н Черчилль сказал: «Страной не управляют с помощью опросов Гэллапа!» — заявление, с которым я полностью согласен. Однако важно другое: критика все же повлекла за собой действия, и военная промышленность сейчас показывает рост — именно потому, что народ высказался.

Когда в самом начале войны русские подписали пакт с Германией, лидеры во Франции и Англии — и в Соединенных Штатах тоже — были склонны воспринимать Россию как врага не меньшего, чем Германия. Но простые британцы никогда не теряли веры в русских и не прекращали попыток установить более тесные отношения. Их вера в то, что Россия скорее друг, чем враг, получила подтверждение в ночь на 22 июня 1941 г., когда гитлеровские орды перешли русскую границу.

Сегодня британцы понимают свой долг перед русскими; сегодня именно британцы требуют открытия второго фронта, чтобы помочь русским и способствовать поражению Германии. Я не знаю, возможно ли вторжение на континент с военной точки зрения, но мне хотелось бы позволить истории оценить правоту мнения простых людей Англии.

Вы можете спросить: если общественное мнение так важно для демократий, почему же тогда Франция так плохо управляется? Почему она так плохо подготовилась к немецкому вторжению?

Ответ прост. Во Франции общественное мнение никогда не имело возможности быть услышанным — или почувствованным. Партийная система страны накануне ее крушения была столь сложной, государственное управление — столь неповоротливым, а руководство во многих отношениях — столь коррумпированным, что общественное мнение оказалось почти неслышимым.

Общественное мнение не следует делать виновным, когда у него нет возможности помочь в определении судьбы нации.

И как бы странно это ни звучало, из всего сказанного вовсе не следует делать вывод, что опросы Гэллапа должны «говорить» за людей во всех демократиях.

Любые систематические попытки узнать мнение обычных людей, которые вы можете предпринять, скорее всего, поведают вам ту же историю. Дело простое — для него не нужны большие статистические компании или выдающиеся специалисты. Все, что необходимо, — это изрядное терпение и искреннее желание узнать, что думают простые люди.

78 лет назад человек, который имел такое желание, решил эту задачу по-своему. Это был Авраам Линкольн. Дважды в неделю, даже в сумасшедшее время Гражданской войны, Линкольн откладывал свои дела для того, чтобы выслушать в своем кабинете любого, кто желал его видеть. Это была длинная процессия, бесконечная толпа обычных людей, некоторые из них были воинственны, неопрятны и озлоблены. По воспоминаниям Карла Сандберга, Линкольн выслушивал каждо-

го. А когда майор из военного департамента протестовал, что это, дескать, бесполезно, что президент тратит свое драгоценное время, Линкольн отвечал:

«Никакие из моих рабочих часов не заняты лучше, чем те, которые дают мне прямой контакт с людьми и саму атмосферу нашего народа. Люди, которые движутся внутри официального круга, сами становятся официальными — если не предвзятыми в своих соображениях. <...>. Говорю Вам, майор, говорю Вам, я называю эти приемы моими купаниями в общественном мнении <...> и эффект у них — обновляющий и укрепляющий».

Леди и джентльмены, говорю вам со всей искренностью, что множеству наших людей в официальных кругах сегодня стоит искупаться в общественном мнении!



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ВЦИОМ

