

Главный редактор: Мышко Ф.Г., д-р юрид. наук; e-mail: fg_myshko@guu.ru
Первый заместитель главного редактора: Кривопусков В.В., канд. филос. наук, д-р социол. наук, проф.; e-mail: vv_krivostrukov@guu.ru
Ответственный за выпуск: Алексеева А.Н.; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru

Редактор: Капарчук А.Д.; e-mail: ad_kaparchuk@guu.ru
Выпускающий редактор и компьютерная верстка: Гусева Е.А.; e-mail: ea_malygina@guu.ru
Технический редактор: Волкова А.Р.; e-mail: ar_volkova@guu.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Горшков М.К. – пред. редакционного совета, д-р филос. наук, академик РАН, научный руководитель ФНИСЦ РАН (Федеральный научно-исследовательский социологический центр, г. Москва, Россия)

Мышко Ф.Г. – первый зам. пред. редакционного совета, д-р юрид. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Кривопусков В.В. – зам. пред. редакционного совета, д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Волков Ю.Г. – д-р филос. наук, проф. (Южный Федеральный университет, г. Ростов-на-Дону, Россия)

Добрыньков В.И. – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Россия)

Зотов В.Б. – д-р экон. наук, канд. техн. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Кибакин М.В. – д-р социол. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)

ской Федерации, г. Москва, Россия)

Кравченко С.А. – д-р филос. наук, проф. (Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, г. Москва, Россия)

Маршак А.А. – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии РАН, г. Москва, Россия)

Милехин А.В. – д-р социол. наук, канд. психол. наук (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, президент Исследовательского холдинга «Ромир», г. Москва, Россия)

Митрович Л. – проф. (Университет Ниша, г. Ниш, Сербия)

Миронов А.В. – д-р социол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Петрова Т.Э. – д-р социол. наук, проф. (Департамент культуры, спорта, туризма и национальной политики Администрации Президента Российской Федерации)

Саакян А.К. – д-р социол. наук, проф. (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

(Ереванский филиал), г. Ереван, Армения)

Силасте Г.Г. – д-р филос. наук, проф. (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия)

Скворцов Н.Г. – д-р социол. наук, проф. (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия)

Соколова Г.Н. – д-р филос. наук, проф. (Институт социологии НАН Беларуси, г. Минск, Беларусь)

Троицкий А.В. – канд. техн. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Шалин В.В. – д-р социол. наук, проф. (Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар, Россия)

Хунагов Р.Д. – д-р социол. наук, проф. (Адыгейский государственный университет, г. Майкоп, Россия)

Чжан Ш. – д-р полит. наук, проф. (Китайская Академия общественных наук, г. Пекин, Китай)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Мышко Ф.Г. – д-р юрид. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Кривопусков В.В. – д-р социол. наук, канд. филос. наук, проф., первый зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Чернавин Ю.А. – д-р филос. наук, проф., зам. гл. ред. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Каменева Т.Н. – д-р социол. наук, доц. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Арамян К.А. – канд. ист. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Захаров М.Ю. – д-р филос. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Комарова А.А. – канд. социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Корнилович В.А. – д-р социол. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Костриков С.П. – д-р истор. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Скрипкина Т.П. – д-р психол. наук, проф. (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Целуйко А.В. – канд. юрид. наук (Государственный университет управления, г. Москва, Россия)

Журнал входит в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по направлениям:

- 5.4.1 Теория, методология и история социологии (социологические науки);
- 5.4.2 Экономическая социология (социологические науки);
- 5.4.4 Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки);
- 5.4.5 Политическая социология (социологические науки);
- 5.4.6 Социология культуры (социологические науки);
- 5.4.7 Социология управления (социологические науки).

Миссия журнала состоит во всестороннем и объективном освещении, оперативном и независимом информировании читателей об исследованиях в сфере цифровой социологии.

Цели журнала:

- обмен научными сведениями о новых решениях и применении информационных технологий в социологии;
- широкое обсуждение новых идей в области цифровой социологии – отрасли социологической науки, исследующей роль сети Интернет и влияние электронных технологий на социальную жизнь в целом;
- организация международного сотрудничества через обмен научными идеями и привлечение специалистов в области цифровой социологии из разных стран к работе в составе редакционной коллегии и к опубликованию ими своих статей.

Все публикуемые статьи прошли обязательную процедуру рецензирования

Свидетельство о регистрации средства массовой информации от 24.08.2018
ПИ № ФС 77-73528

Подп. в печ. 07.04.2025 г.
Формат 60×90/8
Объем 12,5 печ. л.
Тираж 1000 экз.
(первый завод 26 экз.)
Заказ № 54_Т

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)

Адрес редакции: 109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99
Тел.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru



Статьи доступны по лицензии Creative Commons "Attribution" («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования.

Editor-in-chief: F.G. Myshko, Dr. Sci. (Jur.); e-mail: fg_myshko@guu.ru**First deputy editor-in-chief:** V.V. Krivopuskov, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof.; e-mail: vv_krivopuskov@guu.ru**Responsible for issue:** L.N. Alekseeva; e-mail: ln_alekseeva@guu.ru**Editor:** A.D. Kaparchuk; e-mail: ad_kaparchuk@guu.ru**Executive editor and desktop publishing:** E.A. Guseva; e-mail: ea_malygina@guu.ru**Technical editor:** A.R. Volkova; e-mail: ar_volkova@guu.ru**EDITORIAL BOARD****Gorshkov M.K.** – Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Philos.), Academician of the Russian Academy of Sciences, Scientific Director of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Federal Research Sociological Center, Moscow, Russia)**Myshko F.G.** – First Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Deputy Chairman of the Editorial Board, Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Volkov Yu.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia)**Dobren'kov V.I.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia)**Zotov V.B.** – Dr. Sci. (Econ.), Cand. Sci. (Engr.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Kibakin M.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation)**Kravchenko S.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Moscow State Institute of International Relations, Moscow, Russia)**Marshak A.I.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia)**Milekhin A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Psy.) (Lomonosov Moscow State University, President of Romir research holding, Moscow, Russia)**Mitrovich L.** – PhD (Philos. Sci.), Prof. (University of Niš, Niš, Serbia)**Mironov A.V.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Petrova T.E.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Department of Culture, Sport, Tourism and Nationality Policy of the Presidential Administration)**Saakyan A.K.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Plekhanov Russian University of Economics (Yerevan branch), Yerevan, Armenia)**Sillaste G.G.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia)**Skvortsov N.G.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia)**Sokolova G.N.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Belarus, Minsk, Belarus)**Troitskii A.V.** – Cand. Sci. (Engr.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Shalin V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar, Russia)**Khunagov R.D.** – Dr. Sci. (Sociol.), Prof. (Adygeyan State University, Maikop, Russia)**Chzhan Sh.** – PhD (Polit. Sci.), Prof. (Chinese Academy of Social Sciences, Beijing, China)**EDITORIAL COLLEGIUM****Myshko F.G.** – Dr. Sci. (Jur.), Assoc. Prof., Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Krivopuskov V.V.** – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Philos.), Prof., First Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Chernavin Yu.A.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof., Deputy Editor-in-Chief (State University of Management, Moscow, Russia)**Kameneva T.N.** – Dr. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Aramyan K.A.** – Cand. Sci. (Hist.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Zakharov M.Yu.** – Dr. Sci. (Philos.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Komarova A.A.** – Cand. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kornilovich V.A.** – Dr. Sci. (Sociol.) (State University of Management, Moscow, Russia)**Kostrikov S.P.** – Dr. Sci. (Hist.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Skripkina T.P.** – Dr. Sci. (Psy.), Prof. (State University of Management, Moscow, Russia)**Tseluiko A.V.** – Cand. Sci. (Jur.) (State University of Management, Moscow, Russia)

The journal is included in the list of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications, in which should be published basic scientific results of dissertations on competition of a scientific degree of candidate of sciences and on competition of a scientific degree of doctor of sciences in the fields:

- 5.4.1 Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences);
- 5.4.2 Economic sociology (sociological sciences);
- 5.4.4 Social structure, social institutions and processes (sociological sciences);
- 5.4.5 Political sociology (sociological sciences);
- 5.4.6 Cultural sociology (sociological sciences);
- 5.4.7 Sociology of management (sociological sciences).

The mission of the journal is to provide comprehensive and objective coverage, prompt and independent information to readers about research in the field of digital sociology.

The aims of the journal:

- exchange of scientific information on new solutions and application of information technologies in sociology;
- wide discussion of new ideas in the field of digital sociology - a branch of sociological science that studies the role of the Internet and the impact of electronic technologies on social life in general;
- organisation of international cooperation through the exchange of scientific ideas and the involvement of specialists in the field of digital sociology from different countries to work as part of the editorial board and to publish their articles.

All published articles have undergone a mandatory review procedure

Certificate of registration of mass media dated 24.08.2018
Pl. No. FS 77-73528

Signed to print 07.04.2025
Format 60×90/8
Size 12,5 printed sheets
Circulation 1000 copies
(the first factory 00 copies)
Print order № 54_T

Publishing: Publishing house
of the State University of Management

Editor's office: 109542, Russia, Moscow, Ryazansky Prospekt, 99

Tel.: +7 (495) 377-90-05

E-mail: ic@guu.ru



Articles are available under a Creative Commons "Attribution" International 4.0 public license, according to which unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation.

СОДЕРЖАНИЕ

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

О проблемах гендерной социализации в российских семьях женщин и глобальном недоверии между полами в условиях цифровой трансформации общества4
Кривоусков В.В., Цветкова Н.А.

Формы гражданского участия современной молодежи: особенности и тенденции в условиях цифровизации13
Миронов М.В.

Социальный институт семьи и брака в сознании современной молодежи и его поддержка в современной России22
Петрова Т.Э., Жираткова Ж.В., Ковальчук А.Г.

Цифровые форматы преодоления санкционных ограничений: социально-экономический анализ33
Черкасов Д.И., Деметьева Ю.Е., Мкртумова И.В.

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Трансформации социальных коммуникаций в условиях цифровой платформизации и создания метавселенных помощи человеку42
Мкртумова И.В., Чижов Д.А., Янчук П.П., Ашкар М.

От цифровой компетентности к цифровым образовательным стратегиям51
Скобелина Н.А.

Роль психологического фактора в развитии современных социально-когнитивных технологий63
Соколовская И.Э.

От рекламы к сообществу: воздействие эпатажного маркетинга фастфуда на потребительское поведение и социальные связи молодежи73
Горюнова С.А.

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Современная цифровая социология в поисках моделирования смысла: должное и сущее. Обзор статей исследовательского хэндбука по цифровой социологии в редакция Яна Скопека (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.). Часть II83
Андрианова Е.В., Давыденко В.А., Розманов А.И.

CONTENTS

DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

On the issues of gender socialization of Russian women in the context of society digital transformation4
V.V. Krivopuskov, N.A. Tsvetkova

Forms of civic participation of modern youth: peculiarities and trends in the conditions of digitalization13
M.V. Mironov

Family and marriage social institution in young people's minds and its support in modern Russia22
T.E. Petrova, Zh.V. Zhiratkova, A.G. Kovalchuk

Digital formats of sanctions circumventing: social and economic analysis33
D.I. Cherkasov, Yu.E. Dementyeva, I.V. Mkrumova

DIGITAL ENVIRONMENT

Social communications transformations in the conditions of digital platformization and human assistance metavillages creation42
I.V. Mkrumova, D.A. Chizhov, P.P. Yanchuk, M.Ashkar

From digital competence to digital educational strategies51
N.A. Skobelina

The psychological factor role in modern socio-cognitive technologies development63
I.E. Sokolovskaya

From advertising to community: epathetic marketing impact in fast food industry on youth consumer behavior and social connections73
S.A. Goryunova

SCIENTIFIC LIFE

Contemporary digital sociology in search of meaning-making models: the proper and the actual. A review of articles from the research handbook on digital sociology edited by Jan Skopek (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.) Part II83
E.V. Andrianova, V.A. Davydenko, A.I. Rozmanov

ЦИФРОВАЯ СОЦИОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ

О проблемах гендерной социализации в российских семьях женщин и глобальном недоверии между полами в условиях цифровой трансформации общества

УДК 316.422, 316.6

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-4-12

Получено 27.01.2025

Доработано после рецензирования 10.03.2025

Принято 17.03.2025

Кривопусков Виктор Владимирович

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, психологии
управления и истории

ORCID: 0000-0001-6070-4067

E-mail: rosarmdrug@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Цветкова Надежда Александровна

Д-р психол. наук, гл. науч. сотр.

ORCID: 0000-0003-0967-205X

E-mail: tsvetkovana@yandex.ru

Научно-исследовательский институт Федеральной службы
исполнения наказаний, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены особенности гендерной социализации российских женщин, свидетельствующие о глобальном недоверии между полами в условиях цифровой трансформации общества. Приведены статистические данные о численном преимуществе женщин над мужчинами, почти равной с ними доле в совокупной рабочей силе страны, превосходстве женщин в образовательном уровне, обуславливающем рост числа неравных браков по этому критерию. Затронуты статистика разводов, проблема аборт, число которых свидетельствует о недоверии женщин к мужчинам, вопрос предпочтения россиянами одинокого образа жизни. Рассмотрен процесс социализации женщин в зависимости от порядка освоения ими гендерных ролей, показаны его отличия от гендерной

социализации мужчин, которая имеет жестко упорядоченный характер, тогда как современная россиянка может выбирать какую роль ей осваивать прежде – жена, мать или работница. Гендерная социализация россиянок осложнена деструктивными социокультурными факторами (воспитание девочки в качестве будущей матери, а не спутницы мужчины, акцент на воспитание девочки как будущей матери в гендерной эмике, а в семье – нацеливание дочерей на построение профессиональной карьеры). Сделан вывод о необходимости разработки на государственном уровне стратегии гендерной социализации новых поколений россиян с ориентацией на традиционную ценность «крепкой семьи».

Ключевые слова

Гендерная социализация, гендерные роли мужчин, гендерные роли женщин, глобальное недоверие между мужчинами и женщинами, взаимное недоверие женщин и мужчин к обществу и государству, одинокий образ жизни, крепкая семья, цифровая трансформация общества

Для цитирования

Кривопусков В.В., Цветкова Н.А. О проблемах гендерной социализации в российских семьях женщин и глобальном недоверии между полами в условиях цифровой трансформации общества // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 4–12.

© Кривопусков В.В., Цветкова Н.А., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL SOCIOLOGY: RESEARCH DIRECTIONS

On the issues of gender socialization of Russian women in the context of society digital transformation

Received 27.01.2025

Revised 10.03.2025

Accepted 17.03.2025

Victor V. Krivopuskov

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Sociology, Psychology
of Management and History Department

ORCID: 0000-0001-6070-4067

E-mail: rosarmdrug@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Nadezhda A. Tsvetkova

Dr. Sci. (Psy.), Chief Researcher

ORCID: 0000-0003-0967-205X

E-mail: TsvetkovaNA@yandex.ru

Research Institute of the Federal Penitentiary Service, Moscow,
Russia

ABSTRACT

The peculiarities of gender socialization of Russian women, which testify to the global distrust between the sexes in the conditions of society digital transformation, have been considered. The statistical data on the numerical advantage of women over men, their almost equal share in the total labor force of the country, women's superiority in educational level, which causes the growing number of unequal marriages according to this criterion, have been presented. The article touches upon divorce statistics, the issue of abortions, the number of which testifies to women's distrust in men, and the issue of Russians' preference for a single lifestyle. The process of women's socialization depending on the order in which they master gender

roles has been considered, and its differences from men's gender socialization, which is rigidly ordered (while a modern Russian woman can choose which role she will master first – a wife, a mother, or a worker), have been shown. The gender socialization of Russian women is complicated by destructive social and cultural factors (raising a girl as a future mother rather than a male companion, emphasis on raising a girl as a future mother in the gender emic and targeting daughters to build a professional career while married). It has been concluded that it is necessary to develop a strategy of gender socialization of new generations of Russians at the state level with the orientation on the traditional value of "sturdy family".

Keywords

Gender socialization, gender roles of men, gender roles of women, global distrust between men and women, mutual distrust of women and men towards society and the state, single lifestyle, sturdy family, society digital transformation

For citation

Krivopuskov V.V., Tsvetkova N.A. (2025) On the issues of gender socialization of Russian women in the context of society digital transformation. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 4–12. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-4-12



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

В настоящее время мировое сообщество характеризуется глубокими и противоречивыми трансформациями, вызванными геополитическими конфликтами и войнами, природными катаклизмами, экологическими катастрофами, вирусными эпидемиями и т.д. Наряду с этим очевидна противоречивость мировоззренческого противоборства вокруг института семьи, его социальных, духовных, нравственных ценностей. В российском обществе эти особенности связаны с обеспечением гендерного равноправия и справедливости, фактором доверия-недоверия между полами и особенностями гендерной социализации женщин. Именно эти аспекты института семьи в условиях возрастания военно-политической напряженности, развернутой глобальной многополярности, цифровой трансформации общества стали эпицентром идеологического противоборства, в котором сконцентрирован мировой опыт родоначального развития человечества в целом.

Интенсивная динамика развития социогендерных отношений и социогендерных ресурсов в Российской Федерации (далее – РФ, Россия) и мире ставит на повестку дня все более сложные вопросы ценностного развития социальных институтов семьи, родительства, материнства, отцовства и детства в современной парадигме мир-системы.

По этим причинам трудно предсказуемое будущее человечества и каждого отдельно взятого государства, в том числе проблемы российской гендерной эмики и гендерной социализации женщин в России в условиях цифровой трансформации общества, уже не может показаться мало значимым для жизнеспособности и безопасности страны [Арамян, Кривоусков, Каберова, 2024]. Чтобы в этом убедиться, достаточно познакомиться с некоторыми историческими фактами и статистическими данными.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ФАКТЫ И СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ / HISTORICAL FACTS AND STATISTICS

Американский психолог-психоаналитик Карен Хорни 20 ноября 1930 г. делала доклад о недоверии между полами на заседании Берлинско-Бранденбургского отделения Женской медицинской ассоциации, в котором отметила его психологические причины – страх «потерять себя в другом человеке», обиды и враждебные побуждения, приписываемые партнеру другого пола, но не осознаваемые в себе, борьба мужчин и женщин за власть и превосходство. В книге

«Женская психология» она пишет: «Страх перед могуществом страстей и трудность обуздания их в любовных отношениях, а также вытекающий из этого конфликт между самоотдачей и самосохранением, между Я и Ты – абсолютно естественное явление. То же самое относится к самой сути нашей готовности к проявлению недоверия, произрастающего из неразрешенных конфликтов детства» [Хорни, 1993, с. 76].

Поставленный ею вопрос «Почему любовь между полами мы видим более отчетливо, чем ненависть?» и ответ на него «...Потому что союз полов предлагает нам величайшие возможности быть счастливыми» побуждают нас оценить реальные взаимоотношения полов по показателям доверия современных российских женщин к мужчинам в приватной и публичной сферах [Хорни, 1993, с. 77]. Тогда мы сможем понять, насколько острыми являются проблемы гендерной социализации, которые приходится разрешать современным россиянкам и которые, усугубляясь, ослабляют страну изнутри.

По данным Г.Г. Силласте, известного российского демографа, Россия является одним из самых феминизированных государств, в котором женщины составляют преобладающее большинство – их на 10–11 млн больше, чем мужчин [Силласте, 2024]. О том, что недоверие между полами является одной из главных проблем, красноречиво свидетельствует статистика. Так, на 1 марта 2025 г. в России постоянно проживали около 64,4 млн мужчин (44 %) и 81,7 млн женщин (55,9 %)¹. Очевидно, что значительной части женского сообщества (а это около 12 %) проблему супружеских сексуальных отношений просто не с кем решать.

Женщины в России составляют 49 % рабочей силы. Это один из самых высоких показателей в мировой практике. Следовательно, в сфере общественного труда мужское сообщество очень даже доверяет женскому. Этот показатель растет, а вместе с ним возрастает и стремление женщин к образованию (более 80 % занятых женщин имеют высшее или среднее специальное образование, более 50 % работающих женщин с высшим образованием – это высококвалифицированные специалисты, среди которых немало докторов наук)². В настоящее время доля женщин с высшим образованием составляет 37,0 %, тогда как доля

¹ Население России, численность, национальный и гендерный состав, продолжительность жизни, безработица. Режим доступа: <https://bdex.ru/naselenie/russia/> (дата обращения: 23.01.2025).

² Женщины составляют почти половину всех работающих людей в России. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbes-woman/486413-zensiny-sostavlyaut-pochti-polovinu-vseh-rabotayushih-lyudej-v-rossii> (дата обращения: 23.01.2025).

мужчин – 29,0 %. Доля супружеских пар с одинаковым образовательным уровнем в последние 20 лет динамично снижалась, и эта тенденция может сохраниться. Таким образом, россиянки все чаще будут выходить замуж за мужчин, оставших от них по образованности³.

Еще в 2016 г. статистика показывала рост числа топ-менеджеров и владельцев бизнеса женского пола, а Россия занимала первое место в мире по числу женщин среди руководителей предприятий. Доля женщин среди руководителей компаний составляла 43 %, что было самым высоким показателем в мире. Авторы ежегодного исследования «Женщины в бизнесе» объясняли этот факт тем, что Коммунистическая партия Союза Советских Социалистических Республик последовательно проводила курс на женское равноправие, в результате чего женщин стало больше в здравоохранении, образовании, бухгалтерском деле и др. Небезосновательно предполагалось, что уже в ближайшие несколько лет около 40 % россиянок будут заниматься частным бизнесом [Рыбакова, Цветкова, 2016].

За 2022–2023 гг. увеличилось число разводов – их доля в 2022 г. достигала 68 %. Основными причинами прекращения супружества в России, по мнению и женщин, и мужчин, являются бедность (33 %), трудности взаимопонимания (15 %), измены (10 %). Среди других проблем женщины чаще называют семейное насилие и отсутствие помощи со стороны супруга в ведении домашнего хозяйства, а мужчины – сексуальную несовместимость и бесплодие жены⁴. Больше половины отцов после развода не поддерживают своих бывших жен и общих детей из-за нежелания это делать, противодействия матери их ребенка или самих детей⁵. С 2023 г. в России резко возросло число разводов, причиной которых стали посттравматический синдром, контузии и инвалидность ветеранов, участвовавших в боевых действиях в рамках специальной военной операции, а также множество проблем, связанных с их психологическим состоянием.

30 сентября 2023 г. в Москве прошла Международная медицинская научно-практическая конференция «Аборт и здоровье женщины». На ней прозвучала информация о том, что в 2022 г.

³ Почему женщины в России образованнее мужчин? Режим доступа: https://aif.ru/society/education/pochemu_zhenshchiny_v_rossii_obrazovannee_muzhchin (дата обращения: 23.01.2025).

⁴ Статистика разводов в России 2022–2023. Режим доступа: <https://novomoscow.ru/info/statistika-razvodov-v-rossii-prichiny-prodolzhitelnost-braka/> (дата обращения: 23.01.2025).

⁵ Больше половины разведенных отцов никак не участвуют в жизни семьи. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/society/30/08/2023/64ef43d69a79471f7d3aca2f> (дата обращения: 23.01.2025).

1,795 млн россиянок отказались от беременности (эта цифра была доказательно объяснена)⁶.

Опросы родителей, воспитывающих дочерей, свидетельствуют о том, что не только современные матери сначала готовят дочерей к карьере, а потом – к замужеству, но и отцы, поскольку «на мужчин нельзя положиться – не так, иначе обманут ожидания»⁷.

Согласно данным переписи населения 2021 г., самый крупный сегмент среди домохозяйств составили одинокие люди (41,8 %), тогда как в 2002 г. этот показатель был равен 22,0 %.

Все приведенные выше факты свидетельствуют о глобальном недоверии женщин и к мужчинам, и к будущему в отношениях с ними. Тем не менее женщина становится матерью при непременном участии мужчины (хотя бы как донора спермы), поэтому первичными отношениями следует считать именно их отношения. Если они испортились (доверие между полами подорвано), то доверие нужно возвращать. Чтобы найти ответ на вопрос о том, как это сделать, имеет смысл рассмотреть процесс гендерной социализации женщин и выявить его отличие от гендерной социализации мужчин. Выявленные отличия помогут понять, кому легче даются изменения – мужчинам или женщинам.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH METHODOLOGY

Методологическую основу настоящего исследования составили научные представления о гендерной (поло-ролевой) социализации как о процессе усвоения индивидом репертуара и содержания половых ролей того общества, в котором он живет, то есть российского. Использованы базовые положения гендерной психологии и теории гендерной социализации [Бендас, 2006; Берн, 2004; Дружинин, 2006; Клецина, 2009]. Это положения относительно психологических механизмов гендерной социализации, а также о связи гендерных и социальных ролей, установление которой происходит под влиянием гендерного воспитания в семье и других социальных институтах [Тулегенова, Бакшиш, 2018]. Гендерная роль понимается как внешние проявления моделей поведения и отношений, которые позволяют другим людям судить о степени принадлежности кого-то к мужскому или женскому полу,

⁶ Международная медицинская научно-практическая конференция «Аборт и здоровье женщины», 30 сентября 2023 г., Москва. Режим доступа: <https://health-women.ru/> (дата обращения: 23.01.2025).

⁷ А вы нацеливаете своих дочерей на карьеру? Режим доступа: <https://www.woman.ru/psycho/career/thread/4694441/5/> (дата обращения: 23.01.2025).

а также как общественное выражение гендерной идентичности. Гендерные роли относятся к типу предписанных ролей. Статус будущей женщины или будущего мужчины ребенок получает при рождении, а затем в процессе гендерной социализации он учится исполнять ту или иную роль.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

Об особенностях и проблемах гендерной социализации женщин можно судить по порядку освоения ими предписанных социальных ролей в сравнении с гендерной социализацией мужчин. Результаты проведенного сравнительного анализа представлены в таблице.

Таблица. Гендерная социализация мужчин и женщин в зависимости от порядка освоения гендерных ролей

Table 1. Gender socialization of men and women depending on the order of mastering gender roles

Порядок освоения гендерных ролей	
Репертуар гендерных ролей мужчины	Репертуар гендерных ролей женщины
Сын	Дочь
Гражданин	Гражданка
Возлюбленный	Возлюбленная
Работник	Перечень ролей для выбора: – работница; – мать; – невеста; – супруга; – невестка
Жених	
Супруг	
Зять	
Отец	
Сват	Сватья
Тесть/Свекр	Свекровь/Теща
Дедушка	Бабушка

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица показывает, что гендерная социализация мужчины в сравнении с гендерной социализацией женщины имеет жестко упорядоченный характер. По сути, у мужчин нет выбора: «Делай, что должен, и будь что будет». Любое отклонение от этого порядка чревато для мужчины социальным осуждением и реальной социальной несостоятельностью (безработного жениха или мужа родители вряд ли пожелают своим дочерям).

Однако выбор есть у женщин. Каждая современная совершеннолетняя россиянка может выбирать какую роль ей осваивать прежде – жены, матери или работницы. При этом любой ее выбор окажется приемлемым в обществе. Если место роли отца в жизненном цикле мужчины вполне определено, то у женщины место роли

матери зависит от того, какой тип материнства она предпочитает – феминистский (карьера важнее семьи и детей), традиционный (семья) или компромиссный (двойной контракт работающей женщины). Отдавая предпочтение роли «работница» (карьере), женщина трансформирует традиционный репертуар гендерных ролей, меняется сама (становится более «мужественной») и изменяет мир. Получается, что социальный мир меняется благодаря избавлению женщин от женского в себе. Возникают вопросы – осознают ли женщины России, что они делают, когда они «это делают», и могут ли они, выступая в качестве субъекта социальных изменений, выбрать такой ориентир развития, чтобы за его реализацию не нужно было расплачиваться утратой женственности.

В этом плане в конце XX в. освежила здравую мысль Т.А. Гурко, отметив евразийскую черту в поведении российских женщин: «Женщины здесь, как правило, берут принятие решений на себя, но далеко не всегда заседают в президиуме, исполняя, скорее, роль серого кардинала», поэтому, с ее точки зрения, «... не борьба с избытком мужского начала и его доминированием в культуре, а, скорее, восстановление мужского через культивирование отчетливо женского может стать насущной целью феминизма в России...» [Гурко, 1998, с. 178]. Эта идея нам кажется здоровой, и она даже может найти свое воплощение, однако для этого потребуются определенные условия.

Одним из внешних условий ее реализации представляется переоценка на уровне гендерной эмики России альтернатив в дилемме «Воспитание будущей Жены или будущей Матери?». «Русская девочка, дочь – “всегда вторая мама”», – отметил д-р психол. наук В.Н. Дружинин [Дружинин, 2006, с. 85]. Он сделал заключение: «Воспитание девочек в русской православной семье – воспитание будущей мамы, воспитание девочек в западно-христианской семье – воспитание будущей жены, даже не столько жены, сколько Прекрасной Дамы. И лишь протестантская среда готовит девушку к роли «деловой женщины» – конкурентки мужчины на почве экономической деятельности, а позже – и в других сферах» [Дружинин, 2006, с. 108].

Гендерная эмика России такова, что в славянском обществе физический пол («секс») и гендер (система социо-поло-ролевых отношений) никогда не совпадали. «Женщинам на протяжении многих веков приходилось нести на своих плечах как мужские заботы, так и мужские роли, мужскую ответственность. Многие свидетели отмечали женоподобие русских мужчин, специфический тип

эмоциональности и капризности российских бояр, пассивность и мягкость, странно и взрывообразно переходящие в противоположное состояние» [Иваницкий, 1995, с. 171].

Внешним по отношению к отдельно взятой женщине препятствием на пути к реализации идеи «восстановления мужского через культивирование отчетливо женского» является дилемма «Готовить девочку к семейной жизни или к карьере?» на уровне гендерного воспитания в семье. Выше уже было отмечено, что современные родители готовят своих дочерей к карьере, а не к замужеству. При этом женщины-матери могут декларировать, что их «главным приоритетом являются дети и семья». Возникает вопрос – какую семью они ставят на первое место, если в ней не упоминается муж [Цветкова, 2014].

Наблюдается явное противоречие между общественными и семейными установками: с одной стороны, акцент на воспитание будущей Матери в гендерной эмике России, а с другой – нацеливание дочерей на первоочередное освоение роли «работница» в семье. Ни одна из этих стратегий гендерной социализации не отводит главное место мужчине в жизненном цикле женщины и женщине – в жизненном цикле мужчины. Неудивительно, что реализовать партнерско-супружескую модель брака мало кому удастся. В результате женщина в России остается невосребованной как жена и дезадаптируется. Одним из очевидных вариантов этой дезадаптации является «катастрофическое материнство», реализуемое матерями в различных формах симбиоза с ребенком или его отвержения, другим – тот факт, что современные женщины испытывают значительные трудности самоопределения в роли жены, о чем свидетельствуют данные переписей населения РФ 1989 г., 2002 г. и 2021 г.: число женщин, указавших, что они состоят в браке, превышает число состоящих в браке мужчин. Поскольку разница в числах увеличивается, есть основание говорить о прогрессирующем безумии современных россиянок (замечим, что особенно оно характерно для молодых женщин).

На уровне онтогенетической реальности женщина сталкивается с необходимостью разрешать целый ряд дилемм гендерной социализации – их, как правило, более 20. Среди них:

- проявлять женственность или становиться мужественной;
- девственность или сексуальный опыт;
- я (моя личная свобода) или ребенок (рожать или не рожать, если беременность оказалась незапланированной);
- семья или карьера;

- следовать модели «идеальной женщины» вплоть до пользования услугами пластической хирургии или быть и оставаться естественной;
- брак с «бедным» мужчиной или роль любовницы состоятельного «чужого» мужа;
- примачество ради получения статуса «замужней» женщины или затянувшееся девичество;
- доверие «слабому» мужу или контроль за ним и «приватизация» ответственности за семью в целом;
- следовать за мужем или вести его за собой (на образовательном и духовном уровне);
- домохозяйка со скудным семейным бюджетом или основной кормилец в семье;
- терпеливо стимулировать мужа на помощь в ведении домашнего хозяйства или «быстро делать все самой»;
- расторгать брак или прощать «слабость» мужа (злоупотребление алкоголем, затянувшиеся периоды безработицы, измены, домашнее насилие, сексуальную несостоятельность и др.) «ради сохранения семьи»;
- бороться с весом и возрастом или принимать их как есть;
- работа ради денег или самореализация в малооплачиваемой профессии;
- строить свою жизнь или цепляться за жизнь своих детей (дилемма матери, вырастившей хотя бы одного ребенка);
- забота о себе или вынужденное самопожертвование в пользу других;
- кто важнее – муж или мама? (дилемма молодой жены);
- поиск помощи и поддержки у матери или у мужа;
- кто важнее – муж или ребенок (дилемма матери);
- что важнее – жена или бабушка;
- что важнее – работа или помощь детям в воспитании внуков.

В результате неэкологичного разрешения этих дилемм у значительной части российских женщин сформировались социально-психологические свойства, делающие их счастливые союзы с мужчинами практически невозможными, – невысокий уровень развития самосознания и несформированность понятия «семья» (редкая современная молодая замужняя женщина умеет разделять контексты: «Это моя семья», «Это моя родительская семья», «Это родительская семья моего мужа»), псевдомаскулинность, доминантность, властность в характере, псевдоматеринство, противоречивая гендерная картина мира, стремление к ослаблению остроты внутриличностного гендерного конфликта и чувства вины путем декларирования

семейной идентичности, перехватывание ответственности в семье, а при определенных условиях – и в других социальных группах, противоречивая или кризисная гендерная идентичность, гендерная антисолидарность при высоком уровне недоверия к мужчинам, основанного на неудачном опыте построения любовных союзов с ними.

Если учитывать тот факт, что женщины с такими особенностями в настоящее время являются наиболее активным субъектом социальных изменений, то ожидать в ближайшем будущем позитивных гендерных трансформаций не придется. Современная россиянка стремится к власти, лидерству, руководству, могуществу. Она постепенно и зачастую вполне успешно доказывает свое право и способность делать то же, что делают мужчины, и все чаще не своими (женскими) средствами, но средствами мужчин, тем самым превращаясь в их конкурентов и соперничая с ними [Цветкова, 2014; Цветкова, 2021]. Современная женщина нетерпелива и не склонна ждать, пока мужчина определится со своими чувствами, – она все чаще является инициатором любовных отношений, в которых чаще доминирует, чем адаптируется в роли спутницы жизни.

В то же время в современной России увеличивается число женщин, которых можно отнести к типу «Я сама». Женщины этого социально-психологического типа характеризуются более высоким уровнем самосознания, самоорганизации и личностной зрелости (даже по сравнению с мужчинами), ведут насыщенную событиями жизнь, успешны в карьере. Однако, если судить по типу их запросов о психологической помощи, они также часто тоскуют по «сильному мужскому плечу», как и менее успешные в самореализации их сверстницы. У тех и других общие проблемы во взаимоотношениях с другим полом – неоправданные мужчинами ожидания и недоверие к ним.

Предпринимаемые совсем недавно социальные усилия (рекламные ролики по телевидению) вернуть россиянок в семью для исполнения трех основных гендерных ролей – жены, матери, домохозяйки – не достигли цели. Женщина больше не верит в то, что все «ее проблемы вновь согласен и будет решать мужчина, который заинтересуется ею, – ей нужно лишь следить за собой, украшать себя и быть хорошей домохозяйкой» и что он купит и установит ей посудомоечную машину, потому что «она Женщина, а не посудомойка!». Такие случаи во взаимодействии полов встречаются, однако в реальной жизни подавляющего большинства ныне живущих россиянок подобное никогда не случится по целому ряду причин.

9 ноября 2023 г. президент В.В. Путин подписал Указ «О сохранении и укреплении традиционных духовно-нравственных ценностей»⁸. В нем перечислены 17 традиционных ценностей, среди которых «крепкая семья». В настоящее время россияне часто употребляют термин «нормальная семья», хотя не всегда отдают себе отчет, что именно они под этим понимают. С научной точки зрения, например, с точки зрения психологов, это семья, обеспечивающая своим членам требуемый минимум материального благосостояния, социальной защиты, способствующая продвижению и личностному развитию ее членов, создающая потребные условия для социализации детей до достижения ими психологической и физической зрелости. Общим критерием транскультурального понимания того, что такое «нормальная семья», является факт того, что за семью как за целое ответственность несет отец, он – кормилец и глава. Все остальные типы семей являются аномальными [Дружинин, 2006, с. 43]. Критерии «крепкой семьи» – актуальный вопрос, нуждающийся в точном ответе. Без этого трудно понять, могут ли создавать «нормальные/крепкие» семейные союзы мужчины и женщины с проблемами гендерной социализации, например, противоречивой или кризисной гендерной идентичностью.

Очевидно, что мы живем в такое время, когда жизненно важных вопросов стало очень много, а ответов на них еще больше, но при этом они содержат все меньше истины (вещающим важны не факты – им важно затронуть чувства и представления людей и вследствие этого получить как можно больше «лайков»/подписчиков). В связи с этим на уровне онтологической реальности женщин (равно как и онтологической реальности мужчин) важным является развитие не только сознания, но и самосознания. Если в самом общем варианте сознание возможно определить как субъективный образ объективного мира, то самосознание – это субъективный образ самого себя.

И.С. Кон заметил, что самосознание «не просто дает индивиду достоверные сведения о самом себе, но помогает в выработке эффективной жизненной ориентации, включая чувство своей онтологической приемлемости, цельности и самоуважения» [Кон, 1984, с. 37]. Как представляется, и женщине, и мужчине с развитым самосознанием легче быть достоверным и адекватным партнером

⁸ В защиту общих ценностей. Что означает новый указ Путина? Режим доступа: https://aif.ru/politics/russia/v_zashchitu_obshchih_cennostey_chno_oznachaet_novyy_ukaz_putina (дата обращения: 23.01.2025).

в построении любовного союза, способного стать и быть основой крепкой и, следовательно, благополучной по фактору доверия семьи. Тогда в эволюции женского вопроса в российском обществе, помимо имеющегося юридического обеспечения равноправия полов, может начать доминировать практика комплементарного взаимодействия супругов в семье [Хасбулатова, Смирнова, 2022].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Гендерная социализация – это процесс усвоения гендерных и социальных ролей в их тесной взаимосвязи. Он включается сразу после рождения ребенка, происходит благодаря гендерному воспитанию в семье и других социальных институтах и помогает человеку достичь согласованной гендерной идентичности. Существует немало факторов, нарушающих этот процесс и тем самым создающих условия для формирования противоречивой и даже кризисной гендерной идентичности у современных российских мужчин и женщин.

Гендерная социализация современных российских женщин осложнена деструктивными социокультурными факторами, каковыми являются:

- воспитание девочки в качестве будущей матери, а не спутницы мужчины, поэтому, как только в семье появляется ребенок, супруги начинают отдаляться друг от друга и супружеская диада в итоге распадается (хотя семья может сохраняться, но крепкой она не станет);
- явное противоречие между общественными и семейными установками: с одной стороны, акцент на воспитание девочки как будущей

матери в гендерной эмике, а с другой – в семье нацеливание дочерей на освоение роли «работница» и построение карьеры.

Действие этих социокультурных факторов, обуславливающих появление неоправданных ожиданий одного пола от другого, в XXI в. привело к глобальному недоверию женщин к представителям другого пола. Оно десятилетиями формировалось у россиянок на почве неудачного личного опыта построения любовных союзов с мужчинами и одновременно успешного личного опыта в сфере профессионального труда, выполняемого в дополнение к домоводству и воспитанию детей без участия мужчины – их отца. Двойной контракт работающей женщины оказался под силу почти половине россиянок, и они стали чаще предпочитать его, тем самым ослабляя фрустрацию от нескладывающихся сексуальных и супружеских отношений с мужчинами.

В настоящее время в России требуется грамотно сформулированная на государственном уровне и последовательно реализуемая соответствующими социальными институтами стратегия гендерной социализации новых поколений россиян. Она может притормозить негативные тенденции в данном процессе и в то же время побудить молодых мужчин и женщин к поиску путей комплементарного взаимодействия, чтобы реализовать «величайшую возможность быть счастливыми». При этом условии традиционная ценность «крепкой семьи» не останется восьмым пунктом в Указе Президента РФ, а будет реализована в действительности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арамян К.А., Кривоносов В.В., Каберова Д.Р. Социальная защита молодых семей как фактор доверия к государству: социологический взгляд. *Цифровая социология*. 2024;2(7):19–27. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-2-19-27>
- Бендас Т.В. Гендерная психология. СПб.: Питер; 2006. 431 с.
- Берн Ш. Гендерная психология. М.: Прайм-Еврознак; 2004. 320 с.
- Гурко Т.А. Социология пола и гендерных отношений. В кн.: Ядов В.А. (ред.) Социология в России. 2е изд., перераб. и доп. М.: Институт социологии РАН; 1998. С. 157–179.
- Дружинин В.Н. Психология семьи. 3е изд. СПб.: Питер; 2006. 176 с.
- Иваницкий В.Г. Русская женщина в эпоху «Домостроя». *Общественные науки и современность*. 1995;3:161–172.
- Клецина И.С. (ред.) Гендерная психология. 2е изд. СПб.: Питер; 2009. 496 с.
- Кон И.С. В поисках себя. Личность и ее самосознание. М.: Политиздат; 1984. 335 с.
- Рыбакова А.И., Цветкова Н.А. Некоторые личностные особенности женщин-руководителей в сфере среднего бизнеса. *Ученые записки Российского государственного социального университета*. 2016;1(134):24–37. <https://doi.org/10.17922/2071-5323-2016-15-1-24-37>

Силласте Г.Г. Институт семьи и смена моделей репродуктивного поведения россиян в условиях формирования порядка и страновой демографической среды. *Цифровая социология*. 2024;2(7):4–12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-2-4-12>

Тулегенова А.Г., Бакишии Э.Н. Взаимосвязь процессов становления гендерных и социальных ролей. *Мир науки, культуры и образования*. 2018;5(72):308–309.

Хасбулатова О.А., Смирнова И.Н. Эволюция женского вопроса в российском обществе (1900–2020). *Женщина в российском обществе*. 2022;1:3–23. <https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.1.1>

Хорни К. Женская психология. О недоверии между полами. СПб.: Восточно-Европейский институт психоанализа; 1993. 224 с.

Цветкова Н.А. Дилеммы гендерной социализации современных российских женщин. В кн.: Петрова Е.А. (ред.) *Имидж женщины XXI века: карьера, семья и материнство: материалы I Международного женского конгресса, Москва, 12 марта 2014 г.* М.: АИМ; 2014. С. 104–111.

Цветкова Н.А., Кулакова С.В. Женщины в уголовно-исполнительной системе: личностные особенности и перспективы профессионально-должностного роста. *Психология и право*. 2021;2(11):55–71. <https://doi.org/10.17759/psylaw.2021110205>

REFERENCES

Aramyan K.A., Krivopuskov V.V., Kaberova D.R. Social protection of young families as a factor of trust in the state: sociological view. *Digital Sociology*. 2024;2(7):19–27. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-2-19-27>

Bendas T.V. Gender psychology. St. Petersburg: Piter; 2006. 431 p. (In Russian).

Berne S. Gender psychology. Moscow: Prime-Euroznak; 2004. 320 p. (In Russian).

Druzhinin V.N. Psychology of Family. 3rd ed. St. Peterburg: Piter; 2006. 176 p. (In Russian).

Gurko T.A. Sociology of sex and gender relations. In: Yadov V.A. (ed.) *Sociology in Russia*. 2nd ed., revised and enlarged. Moscow: Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences; 1998. Pp. 157–179. (In Russian).

Horney K. Women's psychology. On distrust between the sexes. St. Petersburg: East European Institute of Psychoanalysis; 1993. 224 p. (In Russian).

Ivanitsky V.G. Russian woman in the Domostroy epoch. *Obshchestvennye nauki i sovremennost*. 1995;3:161–172. (In Russian).

Khasbulatova O.A., Smirnova I.N. The evolution of women's issues in Russian society (1900–2020). *Woman in Russian society*. 2022;1:3–23. (In Russian). <https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.1.1>

Kletsina I.S. (ed.) Gender psychology. 2nd ed. St. Petersburg: Piter; 2009. 496 p. (In Russian).

Kon I.S. In Search of Self. Personality and its self-consciousness. Moscow: Politizdat; 1984. 335 p. (In Russian).

Rybakova A.I., Tsvetkova N.A. Some personal characteristics of women-managers in medium business. *Uchenye zapiski of Russian State Social University*. 2016;1(134):24–37. (In Russian). <https://doi.org/10.17922/2071-5323-2016-15-1-24-37>

Sillaste G.G. Family institution and change of reproductive behaviour patterns of Russians in the formation of a new socio-gender order and country demographic environment. *Digital Sociology*. 2024;2(7):4–12. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-2-4-12>

Tsvetkova N.A. Dilemmas of gender socialization of modern Russian women. In: Petrova E.A. (ed.) *Image of a woman of the XXI century: Career, family and motherhood: Proceedings of the I International Women's Congress, Moscow, March 12, 2014*. Moscow: AIM; 2014. Pp. 104–111. (In Russian).

Tsvetkova N.A., Kulakova S.V. Women in Penal Correction System: Personality Characteristics and Opportunities for Professional and Career Development. *Psychology and Law*. 2021;2(11):55–71. (In Russian). <https://doi.org/10.17759/psylaw.2021110205>

Tulegenova A.G., Bakshish E.N. The interrelation of processes of formation of gender and social roles. *The world of science, culture and education*. 2018;5(72). (In Russian).

Формы гражданского участия современной молодежи: особенности и тенденции в условиях цифровизации

УДК 323.2

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-13-21

Получено 13.01.2025

Доработано после рецензирования 14.02.2025

Принято 21.02.2025

Миронов Михаил Викторович

Аспирант

ORCID: 0009-0004-4177-419X

E-mail: mironov.m3@edu.rea.ru

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Проанализированы формы гражданского участия молодежи в Российской Федерации в контексте современных социокультурных, политических и технологических изменений. Систематизированы основные формы гражданского участия молодежи с акцентом на выявление новых тенденций и специфики их участия в общественно-политической жизни страны. Рассмотрен переход от традиционных форм участия к более гибким форматам, обусловленный развитием цифровых технологий. Методология включает анализ результатов работ исследователей и вторичных данных крупных социологических центров. Особое внимание уделено различиям в формах гражданского участия молодежи, а также факторам, объясняющим преобладание социальных форм участия над политическими. Основные результаты

показали, что молодежь проявляет высокую готовность к участию в социально значимых действиях, однако реальная вовлеченность часто существенно ниже и обусловлена возрастными и социальными факторами. Цифровые технологии играют ключевую роль, создавая новые каналы для выражения гражданской позиции. На основе проведенного анализа формы участия классифицированы по степени вовлеченности молодежи, что позволяет прогнозировать будущие тенденции молодежной активности. Настоящее исследование предоставляет комплексный анализ форм гражданского участия молодежи в Российской Федерации и их трансформаций, подчеркивая значимость цифровизации и возникновения новых форм самоорганизации в развитии гражданского общества.

Ключевые слова

Гражданское участие, молодежь, молодежный активизм, формы гражданского участия, социальное участие, политическое участие, гражданское общество, гражданская активность

Для цитирования

Миронов М.В. Формы гражданского участия современной молодежи: особенности и тенденции в условиях цифровизации // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 13–21.

© Миронов М.В., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Forms of civic participation of modern youth: peculiarities and trends in the conditions of digitalization

Received 13.01.2025

Revised 14.02.2025

Accepted 21.02.2025

Mikhail V. Mironov

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0004-4177-419X

E-mail: mironov.m3@edu.rea.ru

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ABSTRACT

Youth civic participation forms in Russia in the context of modern social and cultural, political, and technological changes have been analyzed. The main forms of youth civic participation have been systematized with a focus on identifying new trends and specifics of their participation in the social and political life of the country. The transition from traditional forms of participation to more flexible formats due to digital technologies development has been considered. The methodology includes analysis of the researchers' work results and secondary data from major sociological centers. Special attention has been paid to the differences in the youth civic participation forms, as well as to the factors explaining predominance of social forms

of participation over political ones. The main results showed that young people show a high willingness to participate in socially significant actions, but actual involvement is often significantly lower and is conditioned by age and social factors. Digital technologies play a key role by creating new channels for civic expression. Based on the analysis, participation forms have been categorized according to the youth engagement degree, which allows predicting future trends in youth activism. The study provides a comprehensive view of the youth civic participation forms in Russia and their transformation, highlighting the significance of digitalization and the emergence of new forms of self-organization in civil society development.

Keywords

Civic participation, youth, youth activism, civic participation forms, social participation, political participation, civic society, civic engagement

For citation

Mironov M.V. (2025) Forms of civic participation of modern youth: peculiarities and trends in the conditions of digitalization. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 13–21. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-13-21

© Mironov M.V., 2025.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Тема изучения форм гражданского участия в Российской Федерации представляет собой важный и актуальный объект исследования в контексте текущих социокультурных и политических трансформаций, происходящих в стране. В последние десятилетия общество переживает серию изменений, связанных с переосмыслением роли граждан в политической и социальной жизни, углублением процессов реформирования государственных институтов, а также с развитием новых форм взаимодействия между государством и гражданами. Эти изменения обусловлены как внутренними, так и внешними факторами, включая политическую и экономическую модернизацию в стране, глобализацию и внешнеполитическую обстановку, нарастающее воздействие цифровых технологий. Подобные изменения в обществе неизменно влекут за собой трансформацию гражданского участия населения.

В условиях растущего интереса к вопросам социальной справедливости, окружающей среды, прав человека и гражданских свобод, а также подъема патриотических настроений в России наблюдается расширение спектра форм гражданского участия, в том числе тех, которые ранее были недооценены или игнорировались. В то же время ряд традиционных форм гражданского участия утрачивают свою актуальность, становясь менее популярными в обществе, а их значимость и влияние на социально-политические процессы в государстве существенно снижаются на фоне появления новых, более гибких и адаптированных к современным реалиям форм взаимодействия.

Молодежь, являясь не только объектом, но и субъектом социальных изменений, активно формирует новые каналы и способы участия в политической, социальной и культурной жизни страны. Данная категория населения по сравнению со старшими поколениями обладает более высокой степенью мобильности, восприимчивости к новым технологиям и инновациям, что делает ее участие в гражданских инициативах более динамичным и разнообразным. Молодые люди активно используют цифровые платформы и социальные сети для выражения своего мнения, организации протестных действий, а также для создания новых форм коллективного взаимодействия, что значительно меняет традиционные практики гражданского участия и требует отдельного внимания в научных исследованиях, а также переосмысления роли молодежи как активного субъекта общественных изменений. Таким образом, изучение текущих форм

гражданского участия молодежи в России становится все более значимой задачей для социологической науки для понимания направлений дальнейшего развития общества.

Целью настоящего исследования являются систематизация и анализ основных форм гражданского участия молодежи в России с учетом современных социокультурных и политических изменений в стране, а также выявление новых тенденций и специфики участия молодежи в общественно-политической жизни, что позволит глубже понять их влияние на трансформацию гражданского общества и сможет послужить базой для выработки новых теоретических подходов, способных более полно отражать реалии молодежного участия в обществе.

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ / METHODOLOGY AND METHODS

В рамках настоящего исследования для выявления и анализа актуальных форм гражданского участия молодежи применялись методы систематизации и синтеза научного знания. Проведен анализ вторичных источников информации, посвященных теме форм гражданского участия, среди которых особое внимание уделяется данным крупных социологических центров и опубликованным авторским исследованиям. Этот подход позволяет оценить уровень вовлеченности молодежи в различные формы гражданского участия, а также выявить востребованность каждой из них. Использование предложенных методов позволяет получить комплексное представление о текущем состоянии гражданского участия молодежи и формах его проявления.

Гражданское участие характеризуется как многоуровневый и динамичный процесс активного, непрерывного и адаптивного взаимодействия граждан с государством, влияющий на принятие решений с целью дальнейшего развития как общества, так и государства и реализующийся через различные формы социального взаимодействия [Патрушев, 2011]. В данном контексте форму гражданского участия можно определить как специфический способ вовлечения граждан в общественные процессы, который направлен на достижение целей гражданского участия.

Исходя из подхода к пониманию гражданского участия, его цели являются комплексными и многоаспектными, поскольку они охватывают такие аспекты, как развитие общества, повышение качества государственного управления, защита интересов различных социальных групп и решение актуальных социальных проблем.

Эти цели направлены на долгосрочное улучшение функционирования как общества в целом, так и отдельных его институтов, что делает гражданское участие важным механизмом в процессе политической и социальной эволюции. В связи с тем, что гражданское участие представляет собой многоуровневый процесс, взаимодействия в котором адаптивны и могут изменяться в зависимости от политической ситуации, социального контекста или технологических изменений, можно утверждать, что существует большое разнообразие форм гражданского участия. Эти формы отражают не только широту спектра социальных и политических процессов, в которые вовлекаются граждане, но и их гибкость, способность трансформироваться и адаптироваться под новые условия и требования времени.

Для более ясного понимания разнообразия форм гражданского участия можно привести абстрактный пример, связанный с актуальной для многих городов экологической проблемой последних лет – вырубкой лесного массива в условиях активной городской застройки. В данном случае граждане, выступающие за сохранение зеленой зоны, могут использовать различные формы участия, направленные на достижение общей цели:

- участие в политических выборах и поддержку политических сил, которые ставят сохранение природы в число своих приоритетных задач;
- обращение в органы государственной власти и участие в общественных слушаниях, касающихся принятия решений о судьбе леса, где граждане могут выразить свои позиции и предложить альтернативные варианты застройки;
- организацию и участие в общественных акциях, направленных на протест против вырубки леса;
- волонтерскую деятельность, связанную с уходом за лесным массивом и поддержанием экосистемы в хорошем состоянии;
- распространение информации через сеть «Интернет», в том числе подписание электронных петиций, создание и распространение призывов к сохранению леса в социальных сетях и на других платформах.

Каждая из этих форм гражданского участия, несмотря на различие в методах воздействия и каналах коммуникации, направлена на решение одной и той же задачи – охрану экосистемы и сохранение лесного массива, что подчеркивает многогранность и адаптивность форм гражданской активности.

В рамках теории гражданского участия обычно выделяют два основных направления: социальное и политическое участие. Эти направления характеризуют различные аспекты вовлеченности

граждан в общественные процессы. Социальное участие связано с активностью, направленной на улучшение условий жизни в обществе, поддержку социальных инициатив и решение актуальных проблем на уровне локальных сообществ. Политическое участие в свою очередь связано с вовлечением граждан в процессы принятия решений и управление, влияя на определение политического курса и формирование институциональных структур. Оба направления взаимодействуют между собой, поскольку политические решения часто определяют социальные условия, а социальная активность может служить стимулом для политических изменений. Необходимо учитывать, что развитие неполитических гражданских практик участия в перспективе с большой долей вероятности приведет к росту политического участия [Петухов, Бараш, Седова и др., 2015].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

Анализ данных, полученных в ходе общероссийского опроса «Левада-Центра» 2019 г., позволяет выделить основные формы гражданского участия молодежи и оценить ее готовность к действиям, направленным на достижение изменений в обществе. 62 % респондентов в возрасте до 24 лет выразили готовность голосовать на выборах за политические партии и кандидатов, чьи программы соответствуют их представлениям о необходимых преобразованиях. Также значительный интерес у молодежи вызывает волонтерская деятельность: почти половина (48 %) молодых людей в этой возрастной категории заявили о готовности работать волонтерами в общественных и политических организациях, что существенно превышает показатели среди более старших возрастных групп. Примерно такой же уровень готовности молодежи к подписанию открытых писем и петиций (44 %) и обращению в органы исполнительной власти (44 %), однако для данных форм участия доли молодежи и старших поколений уже примерно равны между собой. Важно отметить, что в этих формах участия доли практически уравниваются, что свидетельствует о некотором уровне взаимопонимания и совместной активности между поколениями. Выраженная готовность к участию в более радикальных формах, таких как уличные акции и митинги, наблюдается у 27 % молодежи, что значительно превышает аналогичные показатели среди представителей старших возрастных

групп¹. Однако, исходя из данных исследования, можно утверждать, что молодежь, как и все возрастные категории, почти не готова к действиям, требующим более значительных затрат ресурсов, – поддержке общественных и политических организаций деньгами и выдвижению своей кандидатуры на выборы.

Результаты опроса демонстрируют, что молодежь в России готова к широкому спектру действий, направленных на изменение социальной и политической реальности. В среднем готовность к гражданскому участию среди молодых людей заметно выше, чем среди старших поколений, что подчеркивает более высокую активность молодежи в вопросах проявления гражданской активности. Важно еще раз подчеркнуть, что главным аспектом исследования является оценка готовности молодежи к участию в гражданских действиях. Стоит понимать, что потенциал, как правило, всегда превышает уровень реального участия в общественно значимой деятельности.

Существующая разница между потенциалом гражданского участия и реальной вовлеченностью подтверждается результатами другого исследования «Левада-Центра», проведенного в 2020 г. и посвященного гражданскому активизму российской молодежи. В этом исследовании отмечено, что сильнее вовлечена именно более взрослая категория молодежи – «респонденты с ипотекой, детьми и отдельной квартирой более граждански вовлечены», хотя представители возрастной группы 25–39 лет, по данным рассмотренного выше исследования, гораздо реже выражали готовность к конкретным действиям по сравнению со своими более молодыми согражданами. Исследователи называют это показателем так называемого «взросления» молодежи, отмечая, что «интерес к политике обычно просыпается у молодых россиян в более зрелом возрасте, к 30–35 годам», когда они сталкиваются с конкретными социальными и экономическими проблемами, требующими активного участия в их решении². Таким образом, готовность к действиям, выраженная более молодой категорией молодежи в возрасте до 24 лет в опросах, не всегда совпадает с реальной вовлеченностью, которая возрастает у молодых людей по мере взросления и накопления жизненного опыта.

В этом же отчете исследователи отметили появление новых форм общественных объединений – «на смену “традиционным” аполитичным

молодежным тусовкам прошлых десятилетий приходят новые формы объединений, которые строятся вокруг политических ценностей: гендерных проблем, патриотизма, здорового образа жизни»³. Это свидетельствует об изменениях в структуре молодежных ценностей, где общественные проблемы становятся не просто фоном, но основой для формирования идентичности и социального поведения, что открывает новые горизонты для понимания форм и механизмов гражданского участия и активизма молодежи.

На трансформацию форм гражданского участия молодежи указывают и авторские исследования, также отмечающие, что подчеркнута аполитичные группы молодежи сменяются новыми формами объединений: «У молодого поколения благодаря социальным сетям и оперативному доступу к информации есть навыки коллективной самоорганизации и солидарности. Они используют новые формы гражданского участия» [Курбангалеева, 2021, с. 12]. У молодых людей есть опыт участия в различных массовых протестах и столкновениях с полицией в период 2019–2021 гг. Стоит понимать, что перекладывать подобный опыт на всю российскую молодежь может быть преждевременно, поскольку существенные массовые акции проводились исключительно в городах-миллионниках, преимущественно в Москве, а участвовавшие в акциях молодые люди составляют лишь малую долю от всей молодежи страны. Тем не менее участие данной категории населения в таких радикальных по меркам современного российского общества формах гражданского участия хорошо иллюстрирует изменения в структуре и динамике молодежного активизма.

Цифровые технологии занимают важное место в структуре гражданского участия молодежи. По сути, все современные формы гражданского участия неизбежно включают элементы цифрового взаимодействия (электронное голосование, онлайн-петиции, распространение информации, ресурсы локальных сообществ и др.). Молодые люди как активные пользователи технологий наиболее активно используют цифровые каналы в рамках гражданской активности. Исследователи отмечают, что значительная часть молодежи предпочитает выражать свою гражданскую позицию с использованием цифровых механизмов, включая участие в волонтерских инициативах и создание новых организаций в цифровом пространстве. При этом онлайн-пропаганда играет важную роль в формировании их политических взглядов [Худойберганов, Хайруллина, 2021].

³ Там же.

¹ Левада-Центр. Гражданское участие. Режим доступа: <https://www.levada.ru/2019/11/12/21751/> (дата обращения: 25.12.2024).

² Левада-Центр. Гражданский активизм российской молодежи. Режим доступа: <https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/> (дата обращения: 25.12.2024).

Цифровизация создает новые возможности для вовлеченности молодежи в социально-политические процессы. Интернет-технологии позволяют эффективно формировать виртуальные объединения, которые часто выполняют функции общественных организаций, несмотря на отсутствие юридической регистрации и официального статуса. Особенно важным аспектом является то, что такие сообщества позволяют выстраивать горизонтальные связи и объединяться для реализации коллективных инициатив, что гораздо проще и быстрее, чем через традиционные структуры, поскольку они не подвержены бюрократическим барьерам [Расходчиков, 2021]. Цифровые технологии создают пространство для более гибкого и непосредственного участия молодежи в решении социальных проблем, что становится значимой частью гражданского участия.

Тем не менее необходимо избегать переоценки влияния цифровых ресурсов на гражданское участие на сегодняшний день. Согласно А.В. Попову, Россия остается в числе стран с относительно низким уровнем посещаемости сети «Интернет», и сравнительный анализ показывает, что цифровое гражданское участие в стране характеризуется низкими показателями по сравнению с государствами, где посещаемость оценивается выше. В разрезе изучения гражданского участия молодежи в очередной раз подтверждается тезис о том, что социально-демографические особенности онлайн-активистов в России свидетельствуют о высокой вовлеченности именно молодежной аудитории в цифровые формы участия, поскольку отмечается сильное смещение пользователей сети в сторону молодежи – удельный вес людей в возрасте от 15 до 24 лет более чем в два раза превосходит среднее значение по выборке, в то время как старшее поколение, напротив, практически не вовлечено в данный формат. Наиболее распространенными формами участия остаются подписание петиций, публикация политических материалов в Интернете и обращения к политикам или органам власти, однако все они колеблются на отметке в 10 %, что говорит о достаточно среднем уровне вовлеченности граждан в онлайн-форматы гражданского участия относительно других форм [Попов, 2022]. Таким образом, интернет-технологии, хоть и расширяют возможности для коммуникации и взаимодействия, что положительным образом сказывается на гражданском активизме молодежи, на текущий момент не способны полностью вытеснить традиционные формы гражданского участия, особенно в странах с низким уровнем цифровой активности, таких как Россия.

Системно внедренные цифровые механизмы, призванные сгладить недостатки традиционных форм гражданского участия, сами испытывают ряд проблем. Электронные ресурсы, такие как портал «Наш Санкт-Петербург», несмотря на стремление улучшить взаимодействие между гражданами и властью, сталкиваются с рядом системных проблем, включая недостаточную правовую регламентацию, организационные барьеры, непрозрачность процедур и цифровое неравенство [Аркатов, 2022]. Обладая высоким потенциалом, механизмы электронного участия требуют комплексной проработки и адаптации на уровне городского управления для того, чтобы они могли реально влиять на принятие решений и повысить доверие граждан к государственным институтам, что позволит в дальнейшем расширять практики цифровой партисипации, развивая гражданское общество в России.

Исследование А.С. Никитиной, проведенное в 2021 г., показало высокую вовлеченность молодежи в решение местных вопросов, особенно в городах, где основными факторами, способствующими активности, являются уверенность в результатах действий и стремление улучшить жизнь сообщества. Основные препятствия включают нехватку времени, индивидуализм и недоверие к органам власти. Среди популярных форм проявления социальной активности у молодежи присутствует участие в молодежных мероприятиях – конкурсах, форумах и конференциях (58,4 %), – благотворительности (56,8 %) и волонтерстве (54,8 %), сборе средств (52,5 %) и коллективном благоустройстве (49 %) [Никитина, 2021]. Исследование также показало, что наибольшую активность проявляют молодые люди в возрасте 26–30 лет. К политической деятельности, включая деятельность политических партий, участие в митингах и забастовках, интерес молодежи остается наиболее низким относительно остальных форм, что свидетельствует о меньшем значении политических процессов для этой группы. Молодежь более склонна к участию в социальной сфере, в то время как политическая активность часто вызвана ощущением социальной несправедливости и ограниченных возможностей. Тем не менее автором со ссылкой на результаты экспертного опроса прогнозируется рост популярности политических и альтернативных форм участия в будущем, таких как флешмобы и перформансы. Также фиксируются активные тренды на цифровизацию молодежной гражданской активности.

Тенденция к преобладанию социальных форм гражданского участия среди молодежи выделялась и в более ранних исследованиях. А.Г. Барейша

отмечает, что большинство молодых людей разочарованы политической деятельностью, поскольку «не видят в ней возможностей для самореализации», а текущая политическая система игнорирует их инициативы. Вместо этого они активно участвуют в других сферах, таких как наука, спорт, культура и общественная деятельность, где «могут достаточно ярко себя проявить» [Барейша, 2014, с. 128].

ВЫВОДЫ / DISCUSSION

Директор по стратегическому развитию Всероссийского центра изучения общественного мнения С.В. Львов высказывает мнение, что за последние годы приоритеты россиян в области гражданской активности сильно изменились: «Важнейшее качественное изменение – рост инициативности самих граждан, но в еще большей степени – поддержки инициатив “снизу”. В то же время мы стали придавать меньшее значение выборам и дистанцироваться от всего, что связано с формированием политических институтов. Таким образом, мы можем говорить о том, что в 2020-е гг. общество вступает в условия расширения и усиления различных форм гражданского участия и сокращения влияния политических институтов на массовое сознание и поведение»⁴. Особенно это актуально для молодежи, которая, за исключением стабильно популярного среди всех категорий населения голосования на выборах, практически не использует политические формы реализации гражданского участия – участие в митингах, избирательных кампаниях, деятельности политических партий среди молодых людей в возрасте до 35 лет не превышает 3 % для каждой из этих форм активности, о чем свидетельствует результат вторичного анализа данных Всероссийского центра изучения общественного мнения.

Глобальные информационно-технологические изменения играют ключевую роль в трансформации публичной сферы в целом и практик социального участия в частности, позволяя повысить эффективность их организации. С каждым годом все больше исследований свидетельствуют о росте вовлеченности населения в практики виртуального участия. Так, Е.Л. Омельченко фиксирует рождение новых форм гражданственности, свойственных российской молодежи периода второго десятилетия 2000-х гг.: «Волонтерство

и низовое добровольчество, поисковые практики, рэп-баттлы с острой политической повесткой, городские протестные выступления, виртуальные флешмобы, сетевая взаимопомощь» [Омельченко, 2019, с. 23]. Именно онлайн-среда выступает площадкой как для реструктуризации и модернизации классических форм социального участия, таких как волонтерство и благотворительность, так и для создания и развития альтернативных пространств для реализации общественной деятельности.

Рассмотрена вовлеченность молодежи в различные формы гражданского участия. Поскольку исследования проводились в разные годы, на различных выборах и с использованием различных подходов, а также не охватывают все возможные формы участия молодежи, делать конкретные и окончательные выводы на основе этих данных представляется преждевременно. Тем не менее из представленных результатов можно выделить определенные тенденции, указывающие на преобладание некоторых форм участия. В связи с этим предпринята попытка выделить наиболее популярные формы гражданского участия молодежи в современной России, объединив их в группы по уровню вовлеченности (таблица). Такой подход не только позволит глубже понять текущие тенденции в гражданской активности молодежи, но и послужит основой для дальнейших исследований в области форм гражданского участия, способствуя их более детальному анализу и развитию.

Хотя многие традиционные форматы гражданского участия молодежи в России все еще остаются востребованными, современное участие молодежи демонстрирует тенденцию к переходу от этих форм к более гибким и децентрализованным социальным практикам, что свидетельствует о смещении акцентов в восприятии молодежью собственной общественной роли. Эта трансформация обусловлена усилением влияния цифровых технологий и социальных сетей, которые не только изменили способы организации и гражданской мобилизации, но и привели к формированию новых форматов участия. В контексте этого сдвига молодежь все чаще предпочитает неформальные и автономные способы выражения гражданской позиции, что позволяет ей оставаться активной даже в условиях снижения доверия к традиционным политическим институтам. Этот феномен требует переосмысления роли молодежи как агента социальных изменений, способного воздействовать на общественные процессы посредством новых механизмов.

⁴ Всероссийский центр изучения общественного мнения. Социальная и политическая активность россиян: мониторинг. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnaja-i-politicheskaja-aktivnost-rossijan-monitoring> (дата обращения: 25.12.2024).

Таблица. Ранжирование форм гражданского участия по уровню вовлеченности

Table. Civic participation forms ranking by level of involvement

Уровень вовлеченности	Форма гражданского участия
Высокий	– голосование на выборах в органы власти; – волонтерство; – коллективное благоустройство подъездов, домов и т.д.; – участие в молодежных мероприятиях и деятельности молодежных организаций
Средний	– участие в благотворительности; – сбор средств для людей, попавших в тяжелое положение; – подписание коллективных обращений, петиций; – обращение в органы исполнительной власти
Низкий	– участие в деятельности политических партий; – участие в уличных акциях и митингах; – выдвижение своей кандидатуры на выборах; – поддержка деньгами общественной или политической организации

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Проведена комплексная оценка форм гражданского участия молодежи в России с акцентом на выявление специфики и тенденций участия молодых людей в общественно-политической жизни в условиях современных социокультурных и политических изменений. Настоящее исследование опирается на данные различных социологических исследований, включая материалы «Левада-Центра», Всероссийского центра изучения общественного мнения и других исследований, проведенных в разные годы, что позволило выделить ключевые закономерности в формах гражданского участия российской молодежи. В ходе работы систематизирована информация о популярных и активно развивающихся формах участия, а также проанализирована готовность молодежи к участию в различных гражданских инициативах.

По результатам исследования можно сформулировать следующие выводы:

- молодежь проявляет высокую готовность к гражданскому участию, особенно в социально ориентированных формах, однако ее реальное участие зачастую несколько ниже;
- основные формы гражданского участия молодежи включают волонтерство, голосование на выборах, участие в молодежных мероприятиях, а также в коллективных действиях, таких как благоустройство и благотворительность;

- социальная составляющая гражданского участия преобладает над политической, что связано с низким доверием молодежи к политическим институтам, а также с предпочтением форм активности, направленных на решение низовых социальных проблем;

- формы гражданского участия молодежи активно трансформируются, и исследователи прогнозируют возникновение новых форм участия, обусловленных современными социокультурными и технологическими изменениями;

- цифровые технологии играют ключевую роль в развитии гражданского участия молодежи, предоставляя новые платформы для самоорганизации и выражения гражданской позиции, что способствует расширению спектра доступных форм участия и смещает акцент с традиционных форм участия на более адаптивные и инновационные.

Выявленные тенденции открывают новые горизонты для дальнейших исследований и разработки теоретических подходов, учитывающих изменяющиеся реалии молодежного активизма. В перспективе возможно дальнейшее развитие новых форм общественных объединений, ориентированных на решение социальных проблем, что предполагает необходимость выработки новых инструментов для оценки и анализа форм гражданского участия в условиях современной России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аркатов Д.А. Проблемы электронного гражданского участия в публичной политике города: случай Санкт-Петербурга. Политическая наука. 2022;3:296–317. <https://doi.org/10.31249/poln/2022.03.14>
- Барейша А.Г. Гражданская активность современной российской молодежи. Система ценностей современного общества. 2014;38:125–128.
- Курбангалеева Е.Ш. Гражданское общество и активизм: этапы, проблемы и развилки. Социодиггер. 2021;3(8):5–15.

- Никитина А.С.* Гражданское участие молодежи в местном самоуправлении. *Koinon*. 2021;2(2):156–169. <https://doi.org/10.15826/koinon.2021.02.2.020>
- Омельченко Е.Л.* Уникален ли российский случай трансформации молодежных культурных практик? Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019;1:3–27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.01>
- Патрушев С.В.* Гражданская активность как фактор модернизации. В кн.: Оганисян Ю.С. (ред.) Модернизация и политика в XXI веке. М.: Российская политическая энциклопедия; 2011. С. 262–275.
- Петухов В.В., Бараиш Р.Э., Седова Н.Н., Петухов Р.В.* Гражданский активизм в России: мотивация, ценности и формы участия. *Власть*. 2015;9(22):11–19.
- Попов А.В.* Особенности цифрового гражданского участия в России и за рубежом. Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. 2022;1(3):87–101. <https://doi.org/10.18334/social.3.1.114242>
- Расходчиков А.Н.* Виртуальные общественные объединения: сила неформализованных сообществ. *СоциоДиггер*. 2021;3(8):44–53.
- Худойбергенов С.З., Хайруллина Ю.Р.* Гражданская активность молодежи в условиях цифровизации в Республике Татарстан. *Казанский социально-гуманитарный вестник*. 2021;2(2):26–30.

REFERENCES

- Arkotov D.A.* E-participation issues in urban public policy: the case of St. Petersburg. *Political Science*. 2022;3:296–317. (In Russian). <https://doi.org/10.31249/poln/2022.03.14>
- Bareisha A.G.* Civic activity of modern Russian youth. *System of values of modern society*. 2014;38:125–128. (In Russian).
- Khudoyberganov S.Z., Khayrullina Yu.R.* Youth civic engagement in the context of digitalization in the Republic of Tatarstan. *The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin*. 2021;2(2):26–30. (In Russian).
- Kurbangaleeva E.Sh.* Civil society and activism: stages, problems and forks. *SocioDigger*. 2021;3(8):5–15. (In Russian).
- Nikitina A.S.* Youth civic participation in local government. *Koinon*. 2021;2(2):156–169. (In Russian). <https://doi.org/10.15826/koinon.2021.02.2.020>
- Omelchenko E.L.* Is the Russian case of the transformation of youth cultural practices unique? *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. 2019;1:3–27. (In Russian). <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.01>
- Patrushev S.V.* Civic activism as a factor of modernization. In: Oganisyan Yu.S. (ed.) *Modernization and politics in the 21st century*. Moscow: ROSSPEN; 2011. Pp. 262–275. (In Russian).
- Petukhov V.V., Barash R.E., Sedova N.N., Petukhov R.V.* Civic activism in Russia: motivation, values and forms of participation. *Vlast*. 2015;9(22):11–19. (In Russian).
- Popov A.V.* Features of digital civic engagement in Russia and abroad. *Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility*. 2022;1(3):87–101. (In Russian). <https://doi.org/10.18334/social.3.1.114242>
- Raskhodchikov A.N.* Virtual public associations: power of informal communities. *SocioDigger*. 2021;3(8):44–53. (In Russian).

Социальный институт семьи и брака в сознании современной молодежи и его поддержка в современной России

УДК 316.342.6

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-22-32

Получено 23.12.2024

Доработано после рецензирования 04.03.2025

Принято 11.03.2025

Петрова Татьяна Эдуардовна

Д-р соц. наук, проф. каф. социологии, психологии
управления и истории

ORCID: 0000-0002-3039-179X

E-mail: peta-63@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Ковальчук Анна Геннадьевна

Студент

ORCID: 0009-0001-1801-7914

E-mail: anna_kovalchuk_03@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Жираткова Жанна Вячеславовна

Канд. соц. наук, доц. каф. туризма и индустрии
гостеприимства

ORCID: 0000-0002-5052-8706

E-mail: zanna_z@mail.ru

Российский государственный социальный университет,
г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Исследована эволюция восприятия и значения семьи и брака для общества в целом и молодого поколения в условиях быстро меняющегося социокультурного контекста. Отмечено, что в различные эпохи изменяется роль социокультурных и религиозных факторов. Рассмотрено влияние глобализации, стремительного развития технологий и изменения социальных норм на традиционные представления о семье и браке. Авторами в 2023 г. предпринято онлайн-исследование ценностных предпочтений студенческой молодежи в вузах Москвы, Пензы, Саранска, Твери, Уфы и Казани (всего было опрошено 738 чел.), выявлены наиболее устойчивые приоритеты, в числе которых семья, здоровье, образование и работа. Проанализирована нормативная база российской семейной политики, в том числе национальные цели развития Российской Федерации (демографический рост, сбережение населения, защита традиционных ценностей). Охарактеризована современная демографическая ситуация в современной Российской Федерации. Выявлено, что важнейшей составной частью традиционных духовных ценностей являются семейные ценности. Наиболее актуальными в современной исторической ситуации выступают

вопросы укрепления института семьи и брака, популяризации среди подрастающего поколения традиционных семейных ценностей, целомудрия и здорового образа жизни как основы благополучия семьи, обогащения позитивного социокультурного опыта обучающихся на основе воспитания в духе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, соблюдения принятых в обществе правил и норм поведения, поддержания социальных и семейных традиций. Проанализированы изменения в эмоциональных и практических аспектах отношений, роль традиционных ценностей и современные тенденции, такие как стремление к индивидуализму и альтернативные формы семейной жизни, переход от патриархальных к более равноправным моделям семейных отношений. Выявлено распространение альтернативных форм родственных отношений (сожительство, однополые браки и совместное проживание без официальной регистрации). Охарактеризованы федеральные и региональные меры поддержки семей, в том числе молодых. Настоящее исследование подчеркивает важность понимания этих изменений для социологов, психологов и практиков, работающих с молодежью.

Ключевые слова

Семья, брак, молодежь, социальный институт, социальные изменения, модели семейной жизни, государственные меры поддержки

Для цитирования

Петрова Т.Э., Жираткова Ж.В., Ковальчук А.Г. Социальный институт семьи и брака в сознании современной молодежи и его поддержка в современной России // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 22–32.

© Петрова Т.Э., Жираткова Ж.В., Ковальчук А.Г., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Family and marriage social institution in young people's minds and its support in modern Russia

Received 23.12.2024

Revised 04.03.2025

Accepted 11.03.2025

Tatiana E. Petrova

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Sociology, Psychology
of Management and History Department

ORCID: 0000-0002-3039-179X

E-mail: peta-63@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Zhanna V. Zhiratkova

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Tourism and Hospitality
Industry Department

ORCID: 0000-0002-5052-8706

E-mail: zanna_z@mail.ru

Russian State Social University, Moscow, Russia

Anna G. Kovalchuk

Student

ORCID: 0009-0001-1801-7914

E-mail: anna_kovalchuk_03@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The evolution of perception and meaning of family and marriage for society as a whole and for young generation in a rapidly changing social and cultural context has been studied. It has been noted that the role of social, cultural, and religious factors changes in different epochs. The impact of globalization, rapid technological development, and changing social norms on traditional ideas about family and marriage has been considered. The authors undertook an online research of value preferences of student youth in Moscow, Penza, Saransk, Tver, Ufa, and Kazan universities (a total of 738 people were interviewed) and identified the most stable priorities, including family, health, education, and work. The normative base of Russian family policy has been analyzed, including the national development goals of Russia (demographic growth, population conservation, and traditional values protection). The current demographic situation in modern Russia has been characterized. It has been revealed that the most important component of traditional spiritual values is family values. The most urgent in the modern historical

situation are the issues of strengthening the family and marriage institution, popularization among the younger generation of traditional family values, chastity, and healthy lifestyle as the basis of family well-being, enrichment of positive social and cultural experience of students on the basis of education in the spirit of traditional Russian moral values, compliance with the rules and behavioral norms accepted in society, social and family traditions maintenance. Changes in emotional and practical aspects of relationships, the role of traditional values and modern trends, such as the desire for individualism and alternative forms of family life, the transition from patriarchal to more equal models of family relations have been analyzed. The spread of alternative forms of kinship relations (cohabitation, same-sex marriages, and cohabitation without official registration) has been revealed. Federal and regional measures to support families, including young families, have been characterized. The study emphasizes the importance of understanding these changes for sociologists, psychologists, and practitioners working with youth.

Keywords

Family, marriage, youth, social institution, social change, family life models, government support activities

For citation

Petrova T.E., Zhiratkova Zh.V., Kovalchuk A.G. (2025) Family and marriage social institution in young people's minds and its support in modern Russia. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 22–32. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-22-32



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Исторический контекст восприятия семьи и брака свидетельствует о традиционных представлениях, которые менялись в зависимости от социокультурных и религиозных факторов в различных эпохах. В прошлом роли мужчин и женщин в семье были строго определены: мужчина защищал и обеспечивал семью, а женщина занималась домашними делами и воспитанием детей. Религиозные нормы также оказывали сильное влияние на брачные практики, например, утверждение идеи о благодатности многодетных семей. Со временем происходила эволюция отношений и изменений в обществе, что включало переход от патриархальных к более равноправным моделям семейных отношений [Дементьева, 2004].

Семья – социальная первооснова общества, основанная на любви мужчины и женщины, заключающих между собой духовный союз, выполняющих функции воспитания детей и заботы о старших поколениях. С нее начинается воспитание человека и гражданина, она объединяет поколения в их историческом преемстве.

В традиционном обществе семья основывалась на культе предков, ее главную функцию составляло продолжение рода, что закреплялось соответствующими религиозными установлениями. Западная Европа еще в середине XX в. характеризовалась консервативным подходом к семье (в Великобритании уголовное наказание за однополые отношения было отменено только в 1967 г., в Федеративной Республике Германия – в 1969 г., в Испании – в 1979 г., в Шотландии – в 1981 г., Португалии – в 1983 г.). В Соединенных Штатах Америки Р. Рейган в 1980-е гг. выступал с позиции защиты семейных ценностей. В Советском Союзе семья считалась «ячейкой общества», детей воспитывали в соответствии с его идеалами.

Запад за последнюю треть столетия существенно продвинулся в сторону разрушения ценностей семьи – сегодня различия в отношении к семье оказываются фактически главным водоразделом между западным и незападным мирами. Смещение мужских и женских ролей приводит к кризису в конкретных семьях и в обществе в целом. Сегодня брак перестал быть сакральным, а развод стал биографической нормой [Багдасарян и др., 2024].

В современном обществе институт семьи и брака претерпевает значительные изменения, что вызывает растущий интерес к исследованию их роли и значения в жизни молодежи и социума в целом. В условиях глобализации, стремительного развития технологий и изменения социальных

норм традиционные представления о семье и браке становятся все более гибкими и многогранными. Молодое поколение оказывается перед лицом множества выборов и альтернативных моделей взаимодействия, что ставит под сомнение устоявшиеся представления о том, как должны выглядеть отношения между партнерами и какая форма семейной жизни является оптимальной [Гурко, 2001].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH MATERIALS AND METHODS

Актуальность исследования восприятия семьи и брака молодой аудиторией обуславливается не только изменениями в социальной структуре, но и тем, как эти перемены отражаются на эмоциональном и психосоциальном благополучии индивидов. С одной стороны, мы наблюдаем повсеместное распространение альтернативных форм родственных отношений, таких как сожительство, однополые браки и совместное проживание без официальной регистрации, а с другой – сохраняется значительная доля молодежи, придерживающейся традиционных ценностей. Важно понять, какие факторы влияют на формирование этих взглядов и как они соотносятся с общественными ожиданиями.

Материалами исследования послужили данные онлайн-опроса «Культура безопасности в студенческой среде», проведенного авторами в период с сентября по декабрь 2023 г. среди студентов, обучающихся в вузах Москвы, Пензы, Саранска, Твери, Уфы и Казани (всего было опрошено 738 чел.). В исследовании приняли участие 23,85 % юношей, 74,93 % девушек (в возрасте до 20 лет – 57,86 %, до 25 лет – 36,72 %, свыше 25 лет – 4,88 %). По данным опроса в приоритете у студенческой молодежи находятся семья, здоровье, образование и работа [Петрова, 2024].

Анализ результатов опроса показал, что студенты интересуются историей своей страны, чувствуют ответственность за ее будущее. Все это свидетельствует о прочности традиционных ценностей в российском обществе. При решении возникающих проблем студенты руководствуются «позицией близких им людей» (30,17 %), «стремлением приносить пользу людям», «готовностью к милосердию, состраданию» (22,45 % и 34,8 % соответственно). Таким образом, значимость семейного окружения в решении тех или иных жизненных вопросов остается для студентов центром безопасности и поддержки в любой жизненной ситуации [Жираткова, 2024].

Методами исследования выступают сравнительный и статистический анализ, синтез, обобщение и описание.

Целью настоящего исследования являются изучение сознания современной молодежи относительно семьи и брака, анализ их представлений о традиционных и новых формах отношений, а также выявление факторов, влияющих на эти представления (в том числе мер государственной поддержки).

Задачи исследования заключаются в следующем:

- охарактеризовать демографическую ситуацию в современной Российской Федерации (далее – РФ, Россия);
- провести анализ современных представлений о семье и браке среди молодежи;
- изучить влияние социальных, экономических и культурных факторов на формирование этих представлений (в том числе мер государственной поддержки);
- выявить различия в восприятии традиционных и нетрадиционных моделей семейной жизни;
- проанализировать связь между семейными ориентациями и уровнем эмоционального благополучия молодых людей.

НОРМАТИВНАЯ БАЗА РОССИЙСКОЙ СЕМЕЙНОЙ ПОЛИТИКИ / THE REGULATORY FRAMEWORK OF RUSSIAN FAMILY POLICY

21 июля 2020 г. Президентом РФ подписан Указ № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», в котором главными целями развития страны определены демографический рост, сбережение населения, защита традиционных ценностей многонационального народа¹. Положение о браке как союзе мужчины и женщины во избежание извращенных толкований потребовалось внести в Конституцию РФ в ходе конституционных поправок 2020 г. По определению Президента РФ, семья – это любовь, счастье, радость материнства и отцовства, крепкая связь нескольких поколений, где уважение к старшим и забота о детях всегда объединяют, дают чувство уверенности, защищенности, надежности. Россия находится на демографическом перепутье, в демографической ловушке, а вопросы демографии являются ключевыми и приоритетными: «Каждый наш шаг, новый закон, государственную программу мы должны оценивать прежде всего

с точки зрения высшего национального приоритета – сбережения и приумножения народа России». Ситуация в сфере демографии является «чрезвычайной», и все уровни власти и национальные проекты должны служить задаче защиты семьи и детства, которые обозначены в новой Конституции РФ².

Указом Президента РФ от 22 ноября 2023 г. «О проведении в Российской Федерации Года семьи» 2024 г. был объявлен Годом семьи, что показывает значение данного социального института и его ценностных оснований в современных условиях³. Фактически этот год открылся подписанием Указа Президента РФ от 23 января 2024 г. № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей», который установил единый статус многодетных семей (у кого трое и более детей), а также перечень гарантированных мер поддержки (государственные пособия, поддержка в сфере трудовых отношений, досрочное назначение женщинам пенсии по старости и т.д.)⁴. Многодетные семьи являются не только ячейкой общества, но и традиционной ценностью и опорой государства. В современной России они выступают настоящим «локомотивом» демографической политики. Таких семей в стране всего 2,3 млн, в них воспитывается 7,5 млн детей, а семейных пар, не имеющих детей, – более 11 млн [Государственная Дума, 2024].

Указом Президента РФ от 28 июля 2022 г. № 411 в целях сохранения традиционных семейных ценностей и духовно-нравственного воспитания детей и молодежи установлен День семьи, любви и верности, который отмечается 8 июля⁵.

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ / DEMOGRAPHIC SITUATION IN MODERN RUSSIA

Многолетние данные говорят о снижении численности населения России – в 2019 г. она равнялась 146,7 млн чел., а на 1 января 2024 г. –

² Конституция Российской Федерации (ред. 2022 г.). Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/55446/> (дата обращения: 15.12.2024).

³ Указ Президента Российской Федерации от 22 ноября 2023 г. № 875 «О проведении в Российской Федерации Года семьи». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/72792> (дата обращения: 15.12.2024).

⁴ Указ Президента Российской Федерации от 23 января 2024 г. № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей». Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202401230001> (дата обращения: 15.12.2024)..

⁵ Указ Президента Российской Федерации от 28 июля 2022 г. № 411 «О Дне семьи, любви и верности». Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202206280003> (дата обращения: 15.12.2024).

¹ Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/view/0001202007210012> (дата обращения: 15.12.2024).

146,1 млн чел. В 2015 г. общее число рождений составило 1 940,5 тыс., в 2023 г. – 1 264,9 тыс. (абсолютный минимум за последние 10 лет). Суммарный коэффициент рождаемости в 2016 г. – 1,76 (самое высокое значение за десятилетие), на 1 января 2024 г. – 1,4 (минимальное значение за 17 лет) при коэффициенте 2,1, необходимом для простого воспроизводства населения. Это является самым низким уровнем с 2008 г.

Убыль населения в 2020 г. составила 700 тыс. чел., в 2023 г. – 500 тыс. чел. Такие показатели фиксировались только в 1990-е гг. Численность населения поддерживается за счет миграции и приобретения гражданства РФ выходцами из соседних государств.

Решение демографической проблемы – это важнейшая задача. Год от года в стране рождается меньше детей, количество браков не доходит до показателей даже 2014–2015 гг. Продолжается падение числа рождений вторых детей, при этом возрастает рождаемость третьих, четвертых и последующих детей. Общая численность детского населения в России константна и составляет около 30 млн чел., тогда как численность многодетных семей растет и составляет около 2,4 млн (в 2023 г. – 2,3 млн, в 2022 г. – 2,1 млн).

В настоящее время уже не считается, что мужчина должен быть единственным кормильцем семьи, а женщина – заниматься домашними делами. Это стало не только принятым, но и ожидаемым в обществе, в связи с чем растет число равноправных и сбалансированных по ролям семейных пар.

В январе 2024 г. зарегистрировано на 6 % разводов больше, чем в январе 2023 г. Даже в регионах, которые всегда отличались крепкими семейными связями, наблюдается рост количества разводов (например, в Северо-Кавказском регионе с высоким уровнем рождаемости).

В сложившейся демографической ситуации политика государства в отношении рождаемости должна быть в большей степени ориентирована на стимулирование третьих и последующих рождений, поскольку только существенное увеличение их числа обеспечит как воспроизводство населения, так и устойчивое преодоление депопуляции в перспективе. При этом государство должно продолжить стимулирование рождение первых и вторых детей. В этом ключевым представляется подход, при котором федеральная и региональная демографическая политика соответствует традиционным семейным ценностям, нравственным нормам, исторически свойственным как для народа России в целом, так и конкретным ее регионам.

Снижение показателей рождаемости – это не только российская особенность, но и общемировой тренд. Вместе с тем именно в России эти явления ощущаются особенно остро – в силу размеров территории здесь заметно уменьшение плотности населения.

Для успешного преодоления демографического кризиса необходимо, чтобы все ветви власти как на федеральном, так и на региональном уровнях реализовывали единую государственную политику народосбережения, включающую одновременно меры демографического характера (которые обладают эффектом стимулирования рождаемости), меры компенсационного характера (компенсация выпадающих доходов при рождении ребенка) и социальные меры поддержки (направленные на борьбу с бедностью и повышение уровня жизни семей). При этом приоритетными являются демографические изменения, основанные в первую очередь именно на увеличении рождаемости и продолжительности жизни, а не на миграционных потоках.

Государственной задачей становится создание благоприятных условий для деторождения, воспитания и развития детей. Российские семьи должны иметь уверенность в завтрашнем дне, для чего следует сформировать предсказуемую политику в отношении семей, отцовства, материнства и детства. На основе стратегических документов властям следует принять шаги по созданию «бесшовной» системы нормативного правового регулирования и идеологических воззрений, направленной на пролонгацию действующих подходов к поддержке семьи на государственном уровне, и создание новых, более эффективных. Так, национальный проект «Семья», который стартовал в 2025 г., должен не только стать естественным продолжателем идей, реализуемых сегодня в таких механизмах, как материнский (семейный) капитал и создание мест в дошкольных образовательных организациях, но и предложить совершенно новые меры государственной поддержки семей, действующие в целях улучшения демографической ситуации [Государственная Дума, 2024].

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ СЕМЬИ И БРАКА / PECULIARITIES OF RUSSIAN YOUTH'S PERCEPTION OF FAMILY AND MARRIAGE

Семья как социальный институт – это система взаимодействий и связей людей, которые выполняют функции воспроизводства населения и социализации личности, тем самым удовлетворяя

общественные потребности [Карташова, 2011]. Сегодня существует множество форм семьи, включая:

- однопарные семьи – традиционные, состоящие из двух лиц, которые могут быть разного или одного пола;
- многопарные семьи – полиаморные отношения, где несколько человек могут быть вовлечены во взаимные романтические и/или сексуальные отношения;
- однополые браки – правовые и социальные признания отношений между людьми одного пола, которые приобрели популярность и легализацию во многих странах.

С увеличением правовых и социальных изменений однополые браки и полиаморные отношения становятся более общепринятыми и обсуждаемыми, что способствует более открытому и принимающему взгляду на разнообразие форм семьи. Это также связано с изменениями в общественном сознании, где индивидуальные свободы и права человека начинают рассматриваться как важные ценности [Евграфова, 2019].

Примеры успешных альтернативных моделей семей:

- семьи с однофамильными парами – однополые пары, которые успешно строят семьи, воспитывают детей (в том числе через усыновление или суррогатное материнство), демонстрируя, что такие семьи могут быть столь же стабильными и любящими, как и традиционные;
- полиаморные семьи – примеры таких семей показывают, что несколько партнеров могут совместно вести дом, заботиться о детях и удовлетворять эмоциональные и финансовые потребности друг друга;
- кооперативные семьи – несколько взрослых совместно берут на себя ответственность за воспитание детей (это может быть результатом дружбы или общей цели, что позволяет создать крепкие социальные связи и поддерживать друг друга).

Современное общество все чаще признает и принимает различные формы семейных отношений, что содействует созданию более открытой и инклюзивной среды, где каждая семья может быть ценна и уникальна [Жижко, 2005].

Брак как социальный институт-совокупность социальных норм, санкционирующих союз между мужчиной и женщиной и обеспечивающих легитимность их потомства, как важный социальный институт претерпел значительные изменения за последние десятилетия. Первоначально в большинстве культур он рассматривался в первую очередь как экономическая или политическая сделка, но в современном обществе все больше акцентируется внимание на любви и романтике.

На протяжении веков брак часто рассматривался как средство для установления альянсов между семьями, укрепления социальных позиций или даже обеспечения экономической стабильности. Однако в XX в. и XXI в. акцент сместился на эмоциональную составляющую. Сегодня брак в представлении многих людей ассоциируется с любовью, романтикой и личной привязанностью. Часто молодые пары выбирают партнеров на основе личных чувств и совместимости, а не по расчету. Даже традиционные элементы, такие как обряды и церемонии, все чаще стремятся отразить индивидуальность и личные предпочтения, а не только соблюдение общественных норм [Кузьменко, 2010].

С уходом в прошлое представлений о браке как о чисто экономической сделке современное общество стало более критично относиться к традиционным стандартам. Люди стремятся к равенству в отношениях, что поменяло динамику внутри брака. Вместо жесткой иерархии, которая присутствовала в прошлом, сейчас предпочтение отдается партнерству, где оба человека обладают равными правами и обязанностями.

В современном обществе альтернативные формы отношений, такие как гражданский брак и сожительство, становятся все более популярными. Гражданский брак подразумевает совместное проживание и ведение общего хозяйства без официальной регистрации, в то время как сожительство становится обычной практикой для многих пар, которые решают не связывать себя узами традиционного брака. Гражданский брак, часто рассматриваемый как более легкая форма обязательства, предоставляет партнерам возможность испытывать жизнь в совместной семье без формальных уз. Это позволяет углублять отношения на основе доверия и любви, не поддаваясь давлению традиционных стандартов. Растущее число пар выбирают сожительство, так как оно предлагает свободу и гибкость, которые не всегда присутствуют в официальном браке. Это особенно актуально для молодежи, которая ценит индивидуальность и независимость.

С развитием общества и переключением внимания на равенство альтернативные формы отношений начинают получать все большее признание и легитимацию. Социальные стереотипы о том, что «правильный» брак – это только зарегистрированный союз, постепенно разрушаются. В современном обществе растет осознание того, что разные формы отношений могут давать такие же результаты, как и традиционные браки: любовь, поддержку и заботу [Жеребин, 2010]. Это изменение восприятия позволяет людям свободно

выбирать, каким образом они хотят строить свои отношения, не опасаясь осуждения со стороны общества. Параллельно с этим активно развиваются юридические рамки, чтобы обеспечить права и защиту для людей в различных форматах отношений, что также свидетельствует о прогрессе в восприятии брака и семьи в целом. Таким образом, современные тенденции в понимании брака и отношений демонстрируют заметный сдвиг от традиционного взгляда к более открытым и инклюзивным моделям, отражающим потребности и желания людей в условиях быстро меняющегося мира.

Молодежь часто сталкивается с трудностями в приобретении жилья из-за высоких цен и низких доходов. Многие вынуждены жить с родителями или снимать квартиры, что создает дополнительный стресс. Низкие зарплаты и нестабильная работа заставляют молодежь планировать свое будущее с оглядкой на финансовую нестабильность, что затрудняет долгосрочные решения. Финансовая неуверенность может препятствовать молодым людям в желании создавать семью. Они боятся ответственности и дополнительных затрат, что порой откладывает создание семьи на неопределенный срок.

Молодежь часто ощущает давление со стороны родителей и друзей, которые ожидают от них успеха в карьере, создании семьи и т.д. Это давление может вызывать тревогу и стресс. Традиционные стереотипы касательно «правильного» пути в жизни, такие как образование, работа, брак, часто накладывают ограничения на выбор молодежи. Они могут чувствовать себя обязанными следовать этим стандартам, даже если это не соответствует их желаниям и интересам.

Образование и доступ к информации играют ключевую роль в формировании мнений и представлений о семье и браке. Образовательные учреждения от начальной школы до университетов формируют представления о различных аспектах жизни, включая семью и брак. Они влияют на мировосприятие молодых людей, предоставляя им знания и навыки, необходимые для построения здоровых взаимоотношений. В последние годы многие образовательные организации начали внедрять программы, нацеленные на обсуждение вопросов, связанных с семейными отношениями, гендерным равенством и воспитанием детей. Эти курсы помогают студентам обрести критическое мышление по вопросам совместной жизни, бережного отношения к партнерам и социальной ответственности. В таких рамках обучают не только основам коммуникации, но и аспектам прав и обязанностей в браке, что

способствует более здоровому восприятию семейных отношений.

Интернет и социальные сети оказывают значительное воздействие на формирование представлений о семье и браке. Они становятся платформами для обмена мнениями, новыми идеями и практиками. С развитием технологий многие люди стали использовать онлайн-платформы для знакомства с потенциальными партнерами. Это кардинально изменило традиционные методы поиска любви. Современные приложения и сайты знакомств позволяют пользователям находить пары на основе общих интересов и ценностей, а не только физической привлекательности или социальной среды. Кроме того, Интернет предоставляет возможность доступа к разнообразному контенту – от советов по улучшению отношений до информации о юридических аспектах брака.

Социальные сети также становятся пространством для обсуждения современных идей о семье, что способствует формированию и распространению новых моделей отношений. Пользователи делятся личным опытом, затрагивают вопросы равенства, разделения обязанностей и воспитания. Это создает более открытое пространство для обсуждения и понимания различных форм семейной жизни. Таким образом, образование и доступ к информации через Интернет и социальные сети становятся важными факторами, формирующими динамику понимания семьи и брака в современном обществе. Это смена парадигмы позволяет людям вести более осознанные и равноправные отношения, учитывающие их индивидуальные потребности и желания.

ПОДДЕРЖКА СЕМЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ / FAMILY SUPPORT IN MODERN RUSSIA

Семья как форма проявления и реализации потребностей, интересов индивидов подтверждает свою актуальность независимо от характера социально-политических процессов, происходящих в обществе на разных этапах его развития. Многоуровневые потребности индивидов – нравственные, рекреативные, коммуникативные, репродуктивные, сексуальные, психологические, хозяйственно-экономические – во многом осуществляются именно в семье.

Значение семьи для общества и государства выражается еще и в том, что она представляет собой одну из исторически проверенных форм их стабильности, сохранения, воспроизводства и развития. Исторически институты семьи, собственности, государства, становления и развития культуры,

нравственности, права соединены в диалектическом единстве. Государственная политика в сфере охраны семьи выступает как система целенаправленных мер и способов поддержки, заботы и воспроизводства семьи. Она предстает одной из основ материального благополучия семьи, порождает определенную уверенность в завтрашнем дне. Количество форм государственной социальной поддержки имеет значение, но не менее важна стабильность заботы государства о семье как о ценности общества. Важна правовая охрана семьи, всей совокупности семейных отношений.

В ранг высших правовых ценностей возведены такие семейные ценности, как семья, материнство, детство, отцовство. Охраняемые на основе Конституции РФ, всей системой законодательства и законодательных гарантий, данные ценности являются не только правовыми, но и духовно-нравственными, общесоциальными. Семейное законодательство исходит из необходимости укрепления семьи, построения семейных отношений на чувствах взаимной любви и уважения, взаимопомощи и ответственности перед всеми ее членами, недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в дела семьи, обеспечения беспрепятственного осуществления членами семьи своих прав, возможности судебной защиты этих прав. Полноценная реализация семейного благополучия, основанного на взаимном уважении, ответственности, порождает формирование культуры семейных отношений, которая также реализуется на основе духовно-нравственных ценностей [Рыбаков, 2024].

Государство на федеральном и региональном уровнях принимает серьезные меры поддержки семей с детьми, направленные на увеличение рождаемости. С 2018 г. по 2024 г. объем расходов федерального бюджета на социальную поддержку семей с детьми («семейно-детский бюджет») вырос суммарно более чем на 2,2 трлн руб. и составил 2,970 трлн руб. Однако невозможно только денежными выплатами изменить качество жизни семей с детьми, потому что в структуре доходов граждан 1/5 часть – это социальные выплаты, а основную долю занимает оплата труда, которую не получится увеличить без подъема экономики, комплексного развития села, изменения подходов к образованию и здравоохранению.

Перечислим основные меры государственной поддержки:

- с 2007 г. введен материнский (семейный) капитал при рождении второго ребенка, оказавший влияние на демографические показатели страны, с 2020 г. эта мера поддержки была переориентирована на рождение первых детей,

что в свою очередь негативно сказалось на рождении вторых детей⁶;

- в 2012 г. введена выплата при рождении третьего ребенка, действовавшая с 2013 г. и распространявшаяся на семьи, нуждающиеся в поддержке⁷;

- в 2013 г. введена ежемесячная выплата трудоспособным лицам, осуществляющим уход за ребенком-инвалидом в возрасте до 18 лет или инвалидом с детства I группы⁸;

- в 2014 г. граждане, имеющие трех и более детей, получили право на предоставление им земельных участков в собственность бесплатно⁹;

- в 2017 г. введена программа льготной «семейной ипотеки», впоследствии расширенная¹⁰;

- в 2018 г. введены ежемесячные выплаты при рождении первого ребенка (из федерального бюджета) и второго ребенка (из материнского капитала) до 3 лет¹¹;

- в 2019 г. введена такая мера поддержки многодетных семей, как оказание таким семьям, взявшим ипотечный кредит для улучшения жилищных условий, помощи в виде выплаты до 450 тыс. руб. в счет погашения кредита¹²;

⁶ Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64872/ (дата обращения: 15.12.2024).

⁷ Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 606 «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/35270> (дата обращения: 15.12.2024).

⁸ Указ Президента Российской Федерации от 26 февраля 2013 г. № 175 «О ежемесячной денежной выплате семьям, имеющим детей». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36840> (дата обращения: 15.12.2024).

⁹ Земельный кодекс Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ, ст. 39.5. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/ (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁰ Постановление Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2017 г. № 1711 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета акционерному обществу «ДОМ.РФ» в виде вкладов в имущество акционерного общества «ДОМ.РФ», не увеличивающих его уставный капитал, для возмещения российским кредитным организациям и акционерному обществу «ДОМ.РФ» недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей, и Правил возмещения российским кредитным организациям и акционерному обществу «ДОМ.РФ» недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_287440/ (дата обращения: 15.12.2024).

¹¹ Федеральный закон от 28 декабря 2017 г. № 418-ФЗ «О ежемесячных выплатах семьям, имеющим детей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286470/ (дата обращения: 15.12.2024).

¹² Федеральный закон от 3 июля 2019 г. № 157-ФЗ «О мерах государственной поддержки семей, имеющих детей, в части погашения обязательств по ипотечным жилищным кредитам (займам) и о внесении изменений в статью 13-2 Федерального закона «Об актах гражданского состояния»». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20315/ (дата обращения: 15.12.2024).

– в 2020 г. введены ежемесячная денежная выплата на ребенка в возрасте от 3 до 7 лет включительно и ежемесячное пособие одиноким родителям с низкими доходами, которые воспитывают детей в возрасте от 8 до 16 лет включительно¹³.

В 2024 г., объявленном Президентом РФ Годом семьи, принят ряд мер поддержки семей¹⁴. Так, 23 января 2024 г. подписан Указ Президента РФ № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей»¹⁵. 12 июня 2024 г. подписан Федеральный закон № 137-ФЗ, которым до 31 декабря 2030 г. продлен период рождения третьего ребенка, дающий право на меры государственной поддержки в виде погашения обязательств по ипотечному жилищному кредиту (займу) гражданина в размере до 450 тыс. руб.¹⁶.

Влияние перечисленных мер поддержки на демографические показатели было различным в разные периоды времени. В 2014–2016 гг. наблюдалась значительная положительная динамика, выражающаяся в естественном приросте населения, увеличении суммарного коэффициента рождаемости¹⁷.

В 2006 г., когда Президентом РФ была предложена программа материнского (семейного) капитала, естественная убыль населения составляла 700 тыс. чел. в год. Спустя 8–10 лет страна перешла к естественному приросту населения. То же касается и суммарного коэффициента рождаемости: если в середине 2000-х гг. он был равен 1,3, то к 2015 г. он составлял 1,77 [Государственная Дума, 2024].

Давно назрел вопрос об усилении государственной поддержки молодых семей в России (включая категорию студенческих семей). Одновременно необходимо рассмотреть вопрос о продлении до 40 лет возраста участия в программе

улучшения жилищных условий для молодых семей, если семья не получила жилье до достижения супругами возраста 35 лет. Участниками мероприятия по обеспечению жильем молодых детей являются 131,540 тыс. молодых семей (по данным Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ). При этом в 2022 г. социальные выплаты были предоставлены только 14,295 тыс. молодым семьям¹⁸.

Часть регионов РФ и вовсе находятся в состоянии так называемой «демографической зимы». Самостоятельно решить проблемы в данной сфере они не могут, хотя принимают соответствующие меры (вводят выплаты и иные формы поддержки семей, в том числе многодетных). Таким образом, несомненной становится роль федерального центра не только в очерчивании рамок концепции демографического развития страны, но и в ее реализации в виде оказания помощи субъектам РФ (идеологической, методологической и в первую очередь финансовой) [Государственная Дума, 2024].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

В ходе исследования выявлено, что представления о семье и браке претерпели значительные изменения, произошел переход от патриархальных к более равноправным моделям семейных отношений. Ранее доминировали традиционные модели, акцентировавшие внимание на иерархии и четких ролях, тогда как современные взгляды все больше ориентируются на партнерство и равенство. Старые представления о семье часто подразумевали жесткие роли, где мужчина является основным добытчиком, а женщина – хранительницей домашнего очага. В новых моделях акцент сделан на совместных усилиях в воспитании детей, духовной близости и взаимной поддержке. Проведено сравнение традиций в этой сфере различных стран Европы, Соединенных Штатов Америки, Советского Союза, современной России.

Проанализированы результаты проведенного в 2023 г. онлайн-опроса среди студентов, обучающихся в вузах Москвы, Пензы, Саранска, Твери, Уфы и Казани, которые подтвердили неизбежность ценностей семьи и близкого окружения в молодой среде. При этом итоги вторичного анализа результатов опросов общественного мнения молодежи свидетельствуют о распространенности

¹³ Указ Президента Российской Федерации от 20 марта 2020 г. № 199 «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348134/ (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁴ Указ о проведении Года семьи. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/72792> (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁵ Указ Президента Российской Федерации от 23 января 2024 г. № 63 «О мерах социальной поддержки многодетных семей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_467710/ (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁶ Федеральный закон от 12 июня 2024 г. № 137-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу пункта 3-3 части 4 статьи 2 Федерального закона “О содействии развитию и повышению эффективности управления в жилищной сфере и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации”». Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/document/000120> (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁷ К вопросу повышения рождаемости в России. Режим доступа: <https://katehon.com/ru/article/k-voprosu-povysheniya-rozhdaemosti-v-rossii> (дата обращения: 15.12.2024).

¹⁸ О мерах государственной поддержки, направленных на улучшение жилищных условий молодых семей, многодетных семей и семей участников специальной военной операции. Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/840513-8> (дата обращения: 15.12.2024).

более открытого и принимающего взгляда на разнообразие форм семьи.

Анализ нормативного обеспечения российской семейной политики показал, что семья является не просто ячейкой общества, но и традиционной ценностью и опорой государства. Приоритетными для России являются демографические изменения, основанные в первую очередь именно на увеличении рождаемости и продолжительности жизни, а не за счет миграционных потоков.

Характерно, что современные взгляды на семью становятся все более разнообразными и гибкими, отражая изменения в обществе и культурные сдвиги, произошедшие в последние десятилетия. В современном обществе растет осознание того, что разные формы отношений могут давать такие же результаты, как и традиционные браки: любовь, поддержку и заботу. Рассматривая будущие тенденции, можно ожидать дальнейшего углубления индивидуализации и разнообразия форм семейных отношений. Возможные изменения в законодательстве (например, признание

различных форм партнерств) могут привести к более гибкому восприятию семьи. В будущем стоит ожидать роста числа семей с новыми структурами, увеличения числа одиноких родителей, а также перемен в восприятии статуса брака. Образование и доступ к информации через Интернет и социальные сети становятся важными факторами, формирующими динамику понимания семьи и брака в современном обществе.

Государственная политика в сфере охраны семьи выступает как система целенаправленных мер и способов поддержки, заботы и воспроизводства семьи. Она предстает одной из основ материального благополучия семьи, порождает определенную уверенность в завтрашнем дне. Дальнейшее развитие и воспроизводство населения возможно только при условии доминирования в обществе витальных (лат. *vita* – «жизнь») ценностей: жизни, семьи, деторождения, многодетности, любви к детям, роду, истории, поколенческой преемственности опыта и традиций, уважения к старшим, творчества и созидания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Багдасарян В.Э., Иерусалимский Ю.Ю., Лукашенко С.П. Традиционные российские духовно-нравственные ценности. М.: Издание Государственной Думы; 2024. 112 с.

Государственная Дума. Итоги работы Комитета Государственной Думы по защите семьи, вопросам отцовства, материнства и детства в период осенней сессии 2023 года и весенней сессии 2024 года. М.: Издание Государственной Думы; 2024. 128 с.

Гурко Т.А. Трансформация брачно-семейных отношений. В кн.: Ядов В.А. (ред.) Россия: трансформирующееся общество. М.: Канон-пресс-Ц; 2001. С. 272–283.

Дементьева И.Ф. Социализация детей в семье: теории, факторы, модели. М.: Генезис; 2004. 232 с.

Евграфова Ю.А. Ролевая структура в молодой супружеской паре. Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2019;4(9):411–423. <https://doi.org/10.21638/spbu16.2019.407>

Жеребин В.М. (ред.) Ресурсный потенциал жизненного цикла семьи. М.: Наука; 2010. 247 с.

Жижко Е.В., Чиганова С.Д. Молодая семья: проблемы и перспективы социальной поддержки. Красноярск; 2005. 300 с.

Жираткова Ж.В., Петрова Т.Э., Янин С.И. Ценностные ориентации студентов: сравнительный анализ. Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2024;4:126–136. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2024-4-126-136>

Карташова Т.Е. Особенности семейно-брачных установок современной молодежи. Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2011;13:54–69.

Кузьменко Т.В. Репродуктивные планы молодых супругов: влияние старшего поколения. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010;4:48–54.

Петрова Т.Э., Жираткова Ж.В. Социальный портрет студенческой молодежи. Тверь; 2024.

Рыбаков О.Ю. Крепкая семья как традиционная ценность российского общества. Просветительская работа по защите и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей. М.: Издание Государственной Думы; 2024. 112 с.

REFERENCES

Bagdasaryan V.E., Jerusalemky Yu.Yu., Lukashenko S.P. Traditional Russian spiritual and moral values. Moscow: State Duma Publ. House; 2024. 112 p. (In Russian).

- Gurko T.A.* Marriage and family relations transformation. In: Yadov V.A. (ed.) Russia: transforming society. Moscow: Kanon-press-C; 2001. Pp. 272–283. (In Russian).
- Dementyeva I.F.* Children socialization in family: theories, factors, models. Moscow: Genesis; 2004. 232 p. (In Russian).
- Evgrafova Yu.A.* Role structure in young married couple. Vestnik of Saint Petersburg University. Psychology. 2019;4(9):411–423. (In Russian). <https://doi.org/10.21638/spbu16.2019.407>
- Zherebin V.M. (ed.)* Resource potential of a family's life cycle. Moscow: Nauka; 2010. 247 p. (In Russian).
- Zhizhko E.V., Chiganova S.D.* Young family: issues and social support prospects. Krasnoyarsk; 2005. 300 p. (In Russian).
- Zhiratkova Z.V., Petrova T.E., Ianin S.I.* Research into students' value orientations. A comparative analysis. RSUH/RGGU Bulletin. Series Philosophy. Social Studies. Art Studies. 2024;4:126–136. (In Russian). <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2024-4-126-136>
- Kartashova T.E.* Features of marriage and family systems of today's youth. Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences. 2011;13:54–69. (In Russian).
- Kuzmenko T.V.* Reproductive plans of young spouses: influence of older generation. Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod. 2010;4:48–54. (In Russian).
- Petrova T.E., Zhiratkova Z.V.* Social portrait of student youth. Tver; 2024. (In Russian).
- State Duma.* Results of the State Duma Committee work on Family Protection, Paternity, Maternity and Childhood during the 2023 fall session and 2024 spring session. Moscow: State Duma Publ. House; 2024. 128 p. (In Russian).
- Rybakov O.Yu.* Strong family as a traditional value of the Russian society. Enlightenment work on protecting and strengthening traditional Russian spiritual and moral values. Moscow: State Duma Publ. House; 2024. 112 p. (In Russian).

Цифровые форматы преодоления санкционных ограничений: социально-экономический анализ

УДК 316.334.2

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-33-41

Получено 05.12.2024

Доработано после рецензирования 25.02.2025

Принято 04.03.2025

Черкасов Дмитрий Игоревич

Аспирант

ORCID: 0009-0001-8938-720X

E-mail: t.i.d.13.08.2000@gmail.com

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

Дементьева Юлия Евгеньевна

Магистрант

ORCID: 0009-0007-6696-9497

E-mail: julydem2002@gmail.com

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

Мкртумова Ирина Владимировна

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, психологии
управления и истории

ORCID: 0000-0003-3106-2485

E-mail: imkrtumova@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель настоящего исследования – проанализировать процесс редомициляции как один из наиболее эффективных цифровых форматов преодоления санкционных ограничений, показать экономические риски и социальные проблемы, связанные с регистрацией компаний в офшорных зонах, а также охарактеризовать последние тенденции деофшоризации государства, которые наблюдаются в условиях санкционных ограничений. Выявлены факторы повышения популярности внутренних офшоров, наиболее актуальные проблемы, с которыми сталкиваются международные холдинговые компании с российскими корнями. Показаны основные причины востребованности роста внутренних офшорных зон, находящихся в юрисдикции Российской Федерации, а также изучены основные социальные риски для предпринимателей. Методология исследования основана на положениях концепций налогообложения, представленных в трудах А. Смита, Д. Рикардо, Дж. М. Кейнса, А. Хансена. Определение понятия деофшоризации базируется на идеях А.С. Захарова, И.З. Ярыгиной, Б.А. Хейфеца и др. Проведен анализ законодательных актов налоговой системы, изучены налоговые режимы, корпоративные структуры и требования

к управлению организациями. В качестве материалов использованы отчетные документы инвестиционных фондов, компаний сферы информационных технологий, банковских организаций, а также социологические, экономические и юридические научные публикации. На основе нормативно-правовых актов законодательства Российской Федерации сделан анализ условий, предлагаемых компаниям со стороны налоговых институтов в рамках перерегистрации во внутренние офшорные зоны, в сравнении с условиями, предлагаемыми властями других стран. Выявлена тенденция увеличения притока ряда компаний в офшорные зоны, среди которых присутствуют в первую очередь корпорации сферы информационных технологий, что может обеспечить рост российской экономики в ближайшие несколько лет. Определены основные социальные риски, связанные с цифровыми форматами преодоления санкционных ограничений: социальное неравенство, репутационные риски и последствия нелегитимного обхода санкционных ограничений. Настоящее исследование затрагивает положение российских организаций, зарегистрированных за рубежом.

Ключевые слова

Цифровизация, экономическая социология, санкции, социальные риски, деофшоризация, налоговое право, редомициляция, международный бизнес

Для цитирования

Черкасов Д.И., Дементьева Ю.Е., Мкртумова И.В. Цифровые форматы преодоления санкционных ограничений: социально-экономический анализ // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 33–41.

© Черкасов Д.И., Дементьева Ю.Е., Мкртумова И.В., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Digital formats of sanctions circumventing: social and economic analysis

Received 05.12.2024

Revised 25.02.2025

Accepted 04.03.2025

Dmitry I. Cherkasov

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0001-8938-720X

E-mail: t.i.d.13.08.2000@gmail.com

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Yulia E. Dementyeva

Graduate Student

ORCID: 0009-0007-6696-9497

E-mail: julydem2002@gmail.com

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Irina V. Mkrtumova

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Sociology, Psychology of Management and History Department

ORCID: 0000-0003-3106-2485

E-mail: imkrtumova@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The purpose of the study is to analyze redomiciliation process as one of the most effective digital formats for overcoming sanctions restrictions, to show the economic risks and social issues associated with companies' registration in offshore zones, as well as to characterize the latest trends in the state deoffshorization, which are observed under sanctions restrictions. The factors of increasing popularity of domestic offshore zones and the most pressing issues faced by international holding companies with Russian upbringing have been revealed. The main reasons for the demand for of domestic offshore zones growth under the Russian jurisdiction have been shown, and the main social risks for entrepreneurs have been studied. The research methodology is based on the provisions of taxation concepts presented in the works of A. Smith, D. Ricardo, J.M. Keynes, and A. Hansen. The deoffshorization concept is based on the ideas of A.S. Zakharov, I.Z. Yarygina, B.A. Heifetz et al. The analysis of legislative acts of the tax system has been carried out, tax regimes, corporate structures, and

requirements to organizations management have been studied. Reporting documents of investment funds, IT companies, and banking organizations, as well as sociological, economic, and legal scientific publications were used as the study materials. On the basis of regulatory legal acts of the Russian legislation, the authors analyze the conditions offered to companies by tax institutions within the framework of re-registration in domestic offshore zones in comparison with the conditions offered by the authorities of other countries. A tendency of increasing inflow of a number of companies to offshore zones has been revealed, among which there are primarily IT corporations, which can ensure the Russian economy growth in the next few years. The main social risks associated with digital formats of overcoming sanctions restrictions have been identified: social inequality, reputational risks, and consequences of illegitimate circumvention of sanctions restrictions. The study touches upon the situation of Russian organizations registered abroad.

Keywords

Digitalization, economic sociology, sanctions, social risks, deoffshorization, tax law, redomicilation, international business

For citation

Cherkasov D.I., Dementyeva Yu.E., Mkrtumova I.V. (2025) Digital formats of sanctions circumventing: social and economic analysis. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 33–41. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-33-41



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

С каждым годом российская экономическая и налоговая системы становятся более цифровизированными, что предоставляет компаниям технологическое преимущество на международном рынке. Благодаря разработанной программе технологического суверенитета Российской Федерации (далее – РФ, Россия), направленной на создание собственных технологий, которые критично необходимы в различных направлениях экономики, оказывается содействие созданию новых информационных систем, поощряются научные открытия со стороны как государственных, так и частных организаций в различных отраслях¹. Однако кадровый дефицит, высокая ключевая ставка Центрального банка РФ, негативно повлиявшая на ценообразование и впоследствии на спрос со стороны конечного потребителя на рынке и низкие доходы организаций, санкционные ограничения, а также высокие в таких условиях проценты по налогам становятся серьезными барьерами для развития отечественного бизнеса. Если на первые два пункта компании, особенно торговые и промышленные, повлиять не могут, то в защите от санкционных ограничений и высоких налоговых ставок могут помочь офшорные зоны, среди которых все еще доступны те, которые не относятся к «недружественным» странам.

В таких непростых условиях возможность сэкономить на налоговых отчислениях, при этом имея счет в банке, который не ограничен санкциями, становится наиболее примечательным и практичным решением для отечественных компаний, что особенно актуально для организаций, которые ведут международную деятельность и сталкиваются с дополнительными рисками, связанными с ограничениями и давлением со стороны «недружественных» государств. Для российских компаний, активно работающих на международных рынках, важно не только минимизировать налоговую нагрузку, но и обеспечить стабильность финансовых операций, избегая блокировок счетов и других санкционных мер.

АНТИОФШОРНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РОССИИ / ANTI-OFFSHORE MECHANISMS IN RUSSIA

Фактически проблема уклонения российских компаний от уплаты налогов на протяжении

последних десятилетий не утрачивает своей актуальности. Еще в начале 2010-х гг. Президент РФ обращал внимание на необходимость борьбы со злоупотреблениями офшорами, то есть на деофшоризацию экономики².

В последние годы расширился круг антиофшорных механизмов, оказывающих существенное влияние на деятельность офшорных компаний. Введены меры, устанавливающие жесткие требования к регулированию правового положения субъектов налогообложения, а также поощрительные меры, направленные на налаживание связи между налоговыми органами и налогоплательщиками.

Методология настоящего исследования основана на комплексном анализе законодательных актов и требований страны-реципиента к юридическим лицам, желающим провести редомициляцию. В рамках исследования изучены ключевые аспекты налоговой системы, включая налоговый режим и льготы, предоставляемые компаниям, которые осуществляют редомициляцию. Особое внимание уделено оценке экономической стабильности страны-реципиента, а также ее инвестиционного климата, что является важным фактором для принятия решений о переносе юрисдикции. Кроме того, проведен анализ корпоративной структуры и требований к корпоративному управлению в стране-реципиенте, что позволяет оценить степень адаптации компаний к новым условиям ведения бизнеса. Авторы статьи изучили опыт компаний сферы информационных технологий, которые успешно провели процесс редомициляции, выделив ключевые факторы, способствующие их успеху. Рассмотрены основные антиофшорные институты налогового законодательства РФ, что позволило выявить их влияние на процесс редомициляции и стратегии компаний.

Анализируя антиофшорные нормы в налоговом законодательстве РФ, авторы осуществили изучение особенностей функционирования такого института, как налоговое резидентство по месту управления. Налоговое резидентство позволяет упорядочить субъектов, обладающих налоговой обязанностью перед страной, и, следовательно, подвести под российскую налоговую юрисдикцию только те юридические лица, деятельность которых соответствует требованиям Налогового кодекса РФ (далее – НК РФ). Ст. 246.2 НК РФ позволяет определить как фактическую,

¹ Указ Президента Российской Федерации от 14 апреля 2022 г. № 203 «О Межведомственной комиссии Совета Безопасности Российской Федерации по вопросам обеспечения технологического суверенитета государства в сфере развития критической информационной инфраструктуры Российской Федерации». Режим доступа: <https://base.garant.ru/404483518/> (дата обращения: 02.12.2024).

² Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 12 декабря 2012 г. «Послание Президента Владимира Путина Федеральному Собранию РФ». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_138990/ (дата обращения: 02.12.2024).

так и юридическую связь компании с Россией независимо от места, где она была зарегистрирована, то есть облагать налогами те иностранные компании, которые были учреждены гражданами РФ для уклонения от уплаты налогов³.

Основа антиофшорного регулирования сосредоточена в Федеральном законе № 376-ФЗ, который позволил ввести в Налоговый кодекс РФ положения, раскрывающие определение контролируемой иностранной компании (далее – КИК), контролирующих лиц, к которым применяется критерий долевого участия в организации, порядок расчета прибыли КИК, принятие норм, направленных на избежание двойного налогообложения такой компании, случаи освобождения прибыли из-под налогообложения⁴. Федеральным законом № 134-ФЗ введены такое понятие, как бенефициарное лицо, а также ряд обязательств со стороны организаций по сбору информации о своих клиентах⁵. Благодаря этому удалось расширить информирование уполномоченных органов о движении денежных средств офшорных компаний, что позволяет обеспечить прозрачность финансовой деятельности компаний, а также своевременное реагирование органов государственной власти на неправомерные действия юридических и физических лиц.

В следующие годы были осуществлены дополнительные меры по развитию антиофшорного законодательства. Так, например, Федеральным законом № 504-ФЗ наложен запрет офшорным компаниям на участие в государственных и муниципальных закупках⁶.

Теоретические основы, связанные с офшорными вопросами налоговой политики, рассматриваются в работах российских и иностранных ученых, таких как Д.А. Ендовицкий, Г. Роулингс, А.Н. Михайлин, Е.Г. Смирнов. Важный вклад в изучение особенностей офшорных юрисдикций внесли Б.А. Хейфец, Д. Дхармапала,

О. Дж. Отусанья и др. Комплексная оценка влияния и последствий деятельности офшорных юрисдикций для разных государств, транснациональных корпораций и частных лиц рассматривается в исследованиях Т. Торслова, Л. Вира, Г. Цукмана, Н. Йоханнесена, Я. Дамгаарда, Т. Элькьера и др.

Оценки реализации Плана действий по борьбе с размыванием налоговой базы и выводом прибыли из-под налогообложения (англ. Action Plan on Base Erosion and Profit Shifting) содержатся в трудах Р. Палан, А. Несветаевой, Х. Петерсен и др. Качественные и количественные оценки воздействия принятых антиофшорных нормативно-правовых актов осуществляли Э. Кристианс, Р. Мейсон, Р. Азам и др. Изучению различных способов деофшоризации российской экономики посвящены труды С.Ю. Глазьева, Н.В. Старикова, Б.А. Хейфеца, А.Г. Бодрова и др.

Анализ источников по теме исследования показал, что в последние годы наблюдается ужесточение антиофшорных норм, выражающееся в установлении более жестких требований к декларированию доходов и активов, к отчетности по различным финансовым операциям. А.П. Матусевич, Е.А. Федорова и другие обратили внимание, что одна из таких тенденций – увеличение количества офшорных зон, что по большей части было осуществлено посредством негативного влияния внешнеполитической деятельности «недружественных» стран: Великобритании, Канады, Соединенных Штатов Америки (далее – США). Это повлечет за собой увеличение количества контролируемых сделок, будет запрещено применять льготные ставки в отношении многих видов доходов, получать санкционную прибыль контролируемые иностранными компаниями.

Помимо этого, в начале 2023 г. в Государственную Думу РФ был внесен проект Федерального закона «О деофшоризации», который предлагал все активы, находящиеся в пределах России и принадлежащие иностранным компаниям, зарегистрированным в офшорных зонах, передать под управление уполномоченному государственному органу, рассматривал возможность перерегистрации в течение 6 месяцев с момента принятия закона своего права собственности на принадлежащие активы, а также конфискации всех неперерегистрированных активов в собственность РФ в качестве бесхозяйного имущества. При, казалось бы, внешней привлекательности для государства такое регламентирование затрагивает фундаментальное право собственности граждан и выражается в преследовании политических интересов в борьбе с офшорами. Впоследствии данный законопроект был отклонен со ссылкой

³ Налоговый кодекс Российской Федерации, ст. 246.2 «Организации, признаваемые налоговыми резидентами Российской Федерации». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/85972d9f375fa036456e2ddbd59699628125a49d/ (дата обращения: 02.12.2024).

⁴ Федеральный закон от 24 ноября 2014 г. № 376-ФЗ «О внесении изменений в Налоговый кодекс РФ». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/39080> (дата обращения: 02.12.2024).

⁵ Федеральный закон от 28 июня 2013 г. № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/37385> (дата обращения: 02.12.2024).

⁶ Федеральный закон от 31 декабря 2017 г. № 504-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»». Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/42738> (дата обращения: 02.12.2024).

Правительства РФ на нарушение конституционных прав граждан, а также на возможность перерегистрации организации в порядке редомициляции – смены юридического адреса своих холдинговых компаний на российский⁷. Своим отказом в продвижении данного законопроекта государство оказывает поддержку предпринимательству, позволяя каждому выбрать для себя комфортные условия для ведения бизнеса.

Основными ставками налогообложения для российских компаний до недавнего времени являлись 20 % на прибыль по общей системе налогообложения, 6 % на доход по упрощенной системе налогообложения (или 15 % при выборе объекта «доходы минус расходы»), 6 % по единому сельскохозяйственному налогу, 8 % по автоматической системе налогообложения. Для иностранных организаций, работающих через постоянное представительство, действуют такие налоговые ставки, как 20 %, 15 %, 10 % и 0 %. С 2025 г. в соответствии с Федеральным законом от 12 июля 2024 г. № 176-ФЗ ставка налогообложения по налогу на прибыль организаций будет увеличена с 20 до 25 %⁸. Также для российских организаций сферы информационных технологий налоговая ставка на прибыль будет увеличена с 0 до 5 %.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ ДЛЯ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА / SOCIAL AND ECONOMIC RISKS FOR RUSSIAN BUSINESS

Анализ публикаций по теме исследования показал, что при регистрации во внешней офшорной зоне бизнес может получить некоторые выгоды, однако обращение к услугам таких посредников может нести огромную опасность, не связанную с законодательством. На этом сформировавшемся рынке немало мошенников, которые обещают помощь компаниям с юридической стороны вопроса, но после оплаты услуги пропадают.

Особенно остро стоит проблема идентификации надежных партнеров в сфере офшорного бизнеса, так как многие компании используют сложные схемы маскировки своей деятельности

и намеренно создают многоуровневые структуры для сокрытия истинных намерений. Кроме того, существует риск столкнуться с недобросовестными посредниками, которые не только не выполняют обещанные услуги, но и могут использовать полученные данные для шантажа или других противоправных действий.

Посредники могут воспользоваться документами по юридическому лицу, которые им передаются, и также «исчезнуть», забрав предоплату. Такие сервисы привлекают компании возможностью упростить поставку товаров и проведение расчетов с иностранными партнерами с помощью регистрации бизнеса в третьих странах, однако подобные схемы также могут быть незаконны. При использовании в качестве оплаты цифровой валюты (BTC, Ethereum) риски экономических потерь повышаются. При этом недвижимость и другое имущество, оформленное на компанию, могут быть фактически использованы как предмет хищения. Более того, судебные процессы при разбирательствах будут проходить за рубежом, редко заканчиваясь в пользу граждан РФ.

Особую опасность представляет тот факт, что многие посредники создают иллюзию легитимности своей деятельности через регистрацию подставных компаний в офшорных зонах, что затрудняет отслеживание их реальных активов и местонахождения. Они часто используют сложные схемы по перекладыванию ответственности между различными юридическими лицами, что делает практически невозможным возврат средств даже при наличии весомых доказательств мошенничества. Использование криптовалют в качестве оплаты дополнительно усложняет процесс отслеживания транзакций и привлечения виновных к ответственности, так как большинство криптобирж находятся вне юрисдикции национальных регуляторов. Имущество, оформленное на подставные компании, может быть быстро перепродано или выведено через цепочку посредников в другие юрисдикции, где его возврат становится практически невозможным. Судебные разбирательства за рубежом часто затягиваются на годы и требуют значительных финансовых затрат на представительство интересов в иностранных судах. Более того, многие офшорные юрисдикции имеют слабую правовую систему или намеренно затягивают рассмотрение дел с участием граждан РФ, что существенно снижает шансы на успешное разрешение конфликта.

В подобных условиях, когда внешние офшорные зоны представляют собой опасность для будущего компании из-за мошеннических действий так называемых посредников, очень выгодно

⁷ Постановление Государственной Думы Российской Федерации от 31 января 2024 г. № 5677-8 ГД «О проекте федерального закона № 281874-8 “О деофшоризации”». Режим доступа: <https://base.garant.ru/408475095/> (дата обращения: 02.12.2024).

⁸ Федеральный закон от 12 июля 2024 г. № 176-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации, отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_480697/ (дата обращения: 02.12.2024).

рассматривать внутренние офшорные зоны России (специальные административные районы) – острова Октябрьский в Калининградской области и Русский в Приморском крае, предлагающие гибкие правила налогового и валютного регулирования, в том числе полное освобождение от налога на прибыль из иностранных источников. В специальных административных районах России установлены дополнительные льготы по транспортному налогу, налогу на землю и имущество, приобретенное для хозяйственно-производственных целей, право применения ускоренной амортизации основных фондов.

Среди основных социальных рисков для предпринимателей и населения, связанных с цифровыми форматами преодоления санкционных ограничений, выделяются риски, связанные с социальным неравенством, репутационные риски и последствия нелегитимного обхода санкционных ограничений. В условиях санкций и экономической изоляции доступ для предпринимателей и потребителей к передовым цифровым технологиям в разных регионах страны может быть ограничен, что увеличивает социально-экономическое неравенство в доступе к экономическим возможностям и ресурсам, что особенно актуально для удаленных регионов со слабо развитой инфраструктурой для внедрения цифровых решений. Предприниматели, использующие цифровые форматы и технологии искусственного интеллекта для обхода санкций, могут столкнуться с серьезными правовыми последствиями и недоверием со стороны партнеров и потребителей.

В условиях усиления контроля за соблюдением санкционных режимов компании, которые пытаются использовать цифровые инструменты для уклонения от ограничений, рискуют столкнуться с блокировкой счетов, конфискацией активов, а также с множественными судебными исками. Обход санкционных ограничений со стороны международных компаний может привести к потере репутации, что особенно критично в условиях глобальной экономики, где доверие и прозрачность играют ключевую роль. Помимо этого, существует риск усиления социальной напряженности: если население будет считать, что компании используют цифровые технологии исключительно для личной выгоды, игнорируя социальные обязательства, это может привести к росту недоверия к этим организациям, что напрямую влияет на потребительский спрос.

РЕДОМИЦИЛЯЦИЯ КАК СПОСОБ ОБХОДА САНКЦИОННЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ / REDOMICILATION AS A WAY OF SANCTIONS CIRCUMVENT

С 2022 г. по 2024 г. сразу несколько крупных российских корпораций объявили о завершении перерегистрации во внутренних офшорных зонах России, среди которых один из крупнейших в стране холдинг сферы информационных технологий VK Group, телекоммуникационный холдинг «ЭР-Телеком», управляющая компания сетью многопрофильных клиник EMC United Medical Group, розничная торговая сеть X5 Retail Group. В процессе редомициляции на данный момент находятся компании Globaltrans, «Мать и Дитя», Fix Price, «Эталон», TCS Group⁹.

Главной причиной повышения популярности внутренних офшорных зон стало влияние санкционных ограничений – не только секторальных, запрещающих компаниям с российскими корнями оказывать юридические, бухгалтерские, консультационные и другие услуги, но и персональных, которые направлены на бенефициаров российских активов. Важную роль сыграл массовый отказ со стороны многих иностранных контрагентов от сотрудничества с российским бизнесом, несмотря на то что в большинстве случаев работа с организациями из России не противоречит установленному санкционному режиму, а предполагает лишь репутационные риски.

Внутренние офшоры в России были созданы на фоне политического противостояния с Западом, что ввиду каждого нового списка санкционных ограничений вынуждает вернуть из-за рубежа российский бизнес, а вместе с ним привлечь по возможности международные инвестиции на территорию страны. Однако, если представить, что российскими офшорами будут пользоваться иностранные бизнесы, то островам Русский и Октябрьский предстояло бы конкурировать с десятками других юрисдикций, а для этого необходимо учитывать все предлагаемые условия. Создание специальных административных районов дает возможность властям продемонстрировать инвестиционную привлекательность России, предложив налоговые льготы по налогу на дивиденды и налогу на прирост капитала, и сформировать условия для перерегистрации компаний, которые попали или находятся под риском наложения санкций со стороны США и стран Европы. Таким образом, внутренние офшорные

⁹Эмеретли Х. Список компаний, которые проведут редомициляцию в 2024 году. Режим доступа: <https://gazprombank.investments/blog/market/redomicile-rus-company-2024/> (дата обращения: 02.12.2024).

зоны России наиболее привлекательны именно для компаний с российскими корнями, которые рискуют потерпеть убытки из-за уже существующих или ожидаемых санкционных ограничений.

Условия, которые предлагают внешние офшорные зоны, такие как Турция и Объединенные Арабские Эмираты (далее – ОАЭ), проигрывают предложению со стороны налогового законодательства в России. По завершении процесса редомициляции организации получают статус международных холдинговых компаний, для которых ставка налога на прибыль по входящим и исходящим дивидендам составляет от 0 до 5 % в зависимости от соблюдения ряда условий. Для сравнения: в ОАЭ для входящих в РФ и исходящих из РФ дивидендов компании облагаются налогами по ставке от 13 до 15 %, в Турции – до 10 %¹⁰.

В ситуации, в которой оказались компании из России, предсказуемость правового режима является наиболее приоритетной, в то время как налоговые факторы отходят на второй план. Становится практически невозможным спрогнозировать реакцию финансовых организаций из «дружественных» стран, особенно при усилении давления со стороны Европейского союза и США. Наиболее вероятным исходом при введении персональных санкций против конкретной организации или гражданина РФ будет прекращение сотрудничества со стороны финансовых организаций на любых условиях не только с этими физическими или юридическими лицами, но и со всеми аффилированными компаниями даже в других «дружественных» странах.

В условиях текущей геополитической обстановки компании сталкиваются с повышенными рисками, связанными с неопределенностью правового поля и ужесточением международных санкций. Финансовые организации из «дружественных» стран вынуждены действовать с оглядкой на давление со стороны Европейского союза и США, что делает их поведение крайне непредсказуемым. В случае введения персональных санкций против конкретной российской организации или гражданина финансовые институты, скорее всего, полностью прекратят сотрудничество не только с ними, но и со всеми связанными структурами, даже если те находятся в других странах, считающихся «дружественными». Такое давление создает дополнительные сложности для организаций, ведущих свою деятельность

на территории России или работающих с российскими компаниями, вынуждая их искать альтернативные пути минимизации рисков, связанных с внешнеполитической конъюнктурой.

С одной стороны, возвращение бизнеса на территорию России повышает устойчивость к санкционным ограничениям, в том числе вероятным. С другой стороны, необходимо учитывать ряд возникающих сложностей. Например, обратная редомициляция за рубеж возможна только со специального разрешения российских властей, критерии которого не раскрываются [Панова, Туруев, Ярыгина, 2014]. Следовательно, международным организациям следует рассматривать переезд в Россию на долгое время, что актуальнее для компаний, не имеющих значимого имущества за рубежом и сконцентрированных главным образом на российском внутреннем рынке. При этом после редомициляции в России в течение года организация обязана инвестировать минимум 50 млн руб. [Щекин, 2013]. Дополнительно для применения части налоговых льгот затраты бизнеса на развитие инфраструктуры региона, в котором он находится, в течение последующих трех лет должны превысить 300 млн руб. [Старженецкая, 2016].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Российский международный бизнес на данный момент находится в непростой ситуации, усложняющей его операционную деятельность. В последние годы прослеживается тенденция к ужесточению антиофшорных норм, установлению более жестких требований к декларированию доходов и отчетности по финансовым операциям. Такое поведение со стороны органов государственной власти связано как с глобальными трендами в области повышения прозрачности бизнеса, так и с необходимостью адаптации к санкционным ограничениям. В качестве поддержки бизнеса государство предлагает две внутренние офшорные зоны – особые административные районы на островах Русский и Октябрьский, которые в последние несколько лет особенно популярны среди международных холдингов с российскими корнями, предоставляют выгодные льготные налоговые условия, упрощенные процедуры регистрации и управления активами, привлекательны для крупного бизнеса.

Однако условия, предлагаемые со стороны властей, говорят о том, что государство воспринимает институт редомициляции как инструмент, предназначенный в первую очередь для крупных компаний и групп. Это подтверждается тем, что

¹⁰ Аюпов А., Халецкий М., Гонен З. Инструкция по возвращению: зачем внутренние офшоры российскому бизнесу. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/mneniya/484444-instrukcia-po-vozvrasheniuzacem-vnutrennie-ofsory-rossijskomu-biznesu> (дата обращения: 02.12.2024).

основными бенефициарами таких мер становятся игроки, способные обеспечить значительные налоговые поступления и инвестиции в экономику страны. Для малого и среднего бизнеса доступ к подобным механизмам остается ограниченным, что создает дополнительные барьеры для их развития.

Также стала заметна тенденция увеличения притока ряда компаний в офшорные зоны РФ, среди которых присутствуют в первую очередь корпорации сферы информационных технологий, что положительно повлияет на развитие российской экономики, стимулируя развитие инновационных технологий и создание дополнительных рабочих мест в наукоемких сферах. Среди основных социальных рисков для предпринимателей и населения, связанных с цифровыми форматами преодоления санкционных ограничений, выделяются

риски, связанные с социальным неравенством, репутационные риски и последствия нелегитимного обхода санкционных ограничений.

Настоящее исследование затрагивает положение российских организаций, зарегистрированных за рубежом. Важно учитывать, что успешная реализация политики деофшоризации зависит от комплексного подхода, включающего не только экономические, но и социальные меры, что может быть достигнуто за счет повышения прозрачности бизнеса, усиления контроля за соблюдением законодательства и создания стимулов для инвестиций в социально значимые проекты. Только в таком случае редомициляция сможет стать эффективным инструментом преодоления санкционных ограничений и укрепления экономической независимости России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Идрисова Л.Р. Роль территорий Российской Федерации опережающего социально-экономического развития в деофшоризации Российской Федерации. Экономика и право. XXI век. 2016;1:118–125.
- Ильин А.Ю. Противодействие международному уклонению от налогообложения. Legal Bulletin. 2020;3(5):82–91.
- Кривоустова Е., Андрианов В. Офшоры и деофшоризация экономики. Общество и экономика. 2014;5:53–91.
- Матусевич А.П. Офшорные зоны: история, тенденции развития, влияние на российскую экономику. Вестник МИЭП. 2013;1(10).
- Мкртумова И.В., Черкасов Д.И., Ашкар М. Влияние импортозамещения в сфере здравоохранения на развитие патриотических взглядов молодежи в условиях демографических вызовов в современной России. Социально-гуманитарные знания. 2025;2:142–148. <https://doi.org/10.24412/0869-8120-2025-2-142-147>
- Орешкин В.А., Савинов Ю.А., Марков А.К., Хвальневич А.В., Скоморохов Д.В. Международный офшорный бизнес. Российский внешнеэкономический вестник. 2015;6:84–99.
- Панова Г.С., Туруев И.Б., Ярыгина И.З. Деофшоризация как фактор развития национальной экономики. Вестник МГИМО-Университета. 2014;2:102–112. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2014-2-35-102-112>
- Смирнов Е.Н. Деофшоризация экономики России: эволюция подходов и основные приоритеты современного этапа. Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2019;2(27):353–365. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2019-27-2-353-365>
- Старженецкая Л.Н. Налогообложение КИК. Налоговед. 2015;1:28–43.
- Тригуб Е.Ю. Деофшоризация как важное направление экономической политики. Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2022;4(18):770–784. <https://doi.org/10.24891/ni.18.4.770>
- Федорова Е., Николаев А., Коркмазова Б. Влияние офшоризации на результаты деятельности российских предприятий. Корпоративные финансы. 2015;3(9):51–62.
- Федорова Е.А., Трегубова М.К., Комлецова В.Г. Влияние прямых иностранных инвестиций из офшоров на эффективность российских компаний. Экономическая политика. 2023;4(18):58–77. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2023-4-58-77>
- Хейфец Б.А. Глобальная деофшоризация 4.0. Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022;2:76–92. https://doi.org/10.52180/2073-6487_2022_2_76_92
- Щекин Д.М. Антиофшорные меры в российском налоговом праве: перспективы судебной практики. Закон. 2013;4.
- Эпова Н.Р. Офшоры: конфликт интересов государства и бизнеса. Baikal Research Journal. 2021;2(12). [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2021.12\(2\).15](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2021.12(2).15)
- Ярыгина И.З. Деофшоризация: проблемы и решение. Экономика. Налоги. Право. 2016;2(9):43–50.

REFERENCES

- Epova N.R.* Offshore companies: conflict of between of the state and business. *Baikal Research Journal*. 2021;2(12). (In Russian). [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2021.12\(2\).15](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2021.12(2).15)
- Fedorova E., Nikolaev A., Korkmazova B.* The Impact of Offshore Results of Russian Enterprises. *Journal of Corporate Finance Research*. 2015;3(9):51–62. (In Russian).
- Fedorova E.A., Tregubova M.K., Komletsova V.G.* Impact of foreign direct investment from offshoring on the efficiency of Russian companies. *Economicheskaya Politika*. 2023;4(18):58–77. (In Russian). <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2023-4-58-77>
- Idrisova L.R.* The role of the territories of the Russian Federation in advanced socio-economic development of the anti-offshore policy. *Ekonomika i pravo*. XXI vek. 2016;1:118–125. (In Russian).
- Ilyin A.Yu.* Countering international tax evasion. *Legal Bulletin*. 2020;3(5):82–91. (In Russian).
- Kheyfets B.A.* Global deoffshorization 4.0. *Bulletin of Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*. 2022;2:76–92. (In Russian). https://doi.org/10.52180/2073-6487_2022_2_76_92
- Krivopustova E., Andrianov V.* Offshore jurisdictions and deoffshorization of economy. *Obshchestvo i ekonomika*. 2014;5:53–91. (In Russian).
- Matushevich A.P.* Offshore zones: history, development trends, impact on the Russian economy. *Vestnik of International Institute of Economics and Law*. 2013;1(10). (In Russian).
- Mkrumova I.V., Cherkasov D.I., Ashkar M.* Impact of import substitution in the health care sector on the development of patriotic attitudes of young people in the context of demographic challenges in modern Russia. *Social and humanitarian knowledge*. 2025;2:142–148. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/0869-8120-2025-2-142-147>
- Oreshkin V.A., Savinov Yu.A., Markov A.K., Khvalnevich A.V., Skomorokhov D.V.* International offshore business. *Russian Foreign Economic Journal*. 2015;6:84–99. (In Russian).
- Panova G.S., Turuev I.B., Yarygina I.Z.* De-offshorization as a Factor of Development of the National Economy. *MGIMO Review of International Relations*. 2014;2:102–112. (In Russian). <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2014-2-35-102-112>
- Schekin D.M.* Antioffshoring measures in the Russian tax law: prospects of judicial practice. *Zakon*. 2013;4. (In Russian).
- Smirnov E.N.* Deoffshorization of economy of the Russian Federation: evolution of approaches and main priorities of the present stage. *RUDN Journal of Economics*. 2019;2(27):353–365. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2019-27-2-353-365>
- Starzhenetskaya L.N.* Controlled foreign companies taxation. *Nalogoved*. 2015;1:28–43. (In Russian).
- Trigub E.Yu.* Deoffshorization as an important direction of economic policy. *National Interests: Priorities and Security*. 2022;4(18):770–784. (In Russian). <https://doi.org/10.24891/ni.18.4.770>
- Yarygina I.Z.* Deoffshorization: problems and solution. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*. 2016;2(9):43–50. (In Russian).

ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Трансформации социальных коммуникаций в условиях цифровой платформизации и создания метавселенных помощи человеку

УДК 5.4.7

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-42-50

Получено 18.11.2024

Доработано после рецензирования 06.03.2025

Принято 13.03.2025

Мкртумова Ирина Владимировна

Д-р социол. наук, проф. каф. социологии, психологии
управления и истории

ORCID: 0000-0003-3106-2485

E-mail: imkrtumova@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Чижов Дмитрий Андреевич

Аспирант

ORCID: 0009-0006-8457-5195

E-mail: i@dchizhov.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Янчук Павел Павлович

Аспирант

ORCID: 0009-0008-0618-6308

E-mail: zyher@list.ru

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

Ашкар Мария

Аспирант

ORCID: 0009-0006-8457-5195

E-mail: mariaash9.8@gmail.com

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Цель настоящего исследования – выявить и обозначить ключевые векторы системных изменений социальных коммуникаций в условиях цифровой платформизации и создания метавселенных помощи человеку. Основными методами эмпирических исследований стали анализ документальных источников, контент-анализ, сравнительный анализ данных отчетов и статистики Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации о цифровизации портала «Госуслуги», отчетов Global Digital, GSMA Intelligence, «Сбер» и др., вторичный анализ итогов исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения. Основные результаты связаны с анализом динамики трансформации социальных коммуникаций в условиях

цифровой платформизации. Установлено, что возможности мгновенных социальных интеракций сформировали феномен непрерывности темпоральной вовлеченности аудитории в глобальные информационные потоки. Отмечены опасности и риски, которые связаны с потерей приватности, защиты личной информации, утратой конфиденциальности данных, феноменами цифрового разобщения и цифрового неравенства. Сделан вывод о происходящих изменениях в повседневных практиках социальных коммуникаций и трансформации жизненного мира, проявляющихся в государственном управлении, экономике, социальной работе, медицине, реабилитации, сетевых социальных коммуникациях и иных сферах.

Ключевые слова

Цифровые социальные коммуникации, платформизация, метавселенные, электронное правительство, госуслуги, социальные сети, искусственный интеллект, медиа контент, цифровое неравенство, риски

Для цитирования

Мкртумова И.В., Чижов Д.А., Янчук П.П., Ашкар М. Трансформации социальных коммуникаций в условиях цифровой платформизации и создания метавселенных помощи человеку // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 42–50.

© Мкртумова И.В., Чижов Д.А., Янчук П.П., Ашкар М., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL ENVIRONMENT

Social communications transformations in the conditions of digital platformization and human assistance metavillages creation

Received 05.12.2024

Revised 25.02.2025

Accepted 04.03.2025

Irina V. Mkrtumova

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Sociology, Psychology of Management and History Department

ORCID: 0000-0003-3106-2485

E-mail: imkrtumova@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Dmitry A. Chizhov

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0006-8457-5195

E-mail: i@dchizhov.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Pavel P. Yanchuk

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0008-0618-6308

E-mail: zyker@list.ru

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

Maria Ashkar

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0006-8457-5195

E-mail: mariaash9.8@gmail.com

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ABSTRACT

The purpose of the study is to identify and outline the key vectors of systemic changes in social communications in the conditions of digital platformization and human assistance metavillages creation. The main methods of empirical research were the documentary sources analysis, content analysis, comparative analysis of data from reports and statistics of the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation on the Gosuslugi portal digitalization, reports by Global Digital, GSMA Intelligence, Sber, etc., secondary analysis of the results of surveys by the All-Russian Center for Public Opinion Research. The main results are related to the analysis of the social communications transformation dynamics

in the conditions of digital platformization. It has been established that the possibilities of instant social interactions have formed the phenomenon of continuity of audience temporal involvement in global information flows. The dangers and risks associated with the loss of privacy and data confidentiality, personal information protection, the phenomena of digital disconnection and digital inequality have been noted. The conclusion has been made about the ongoing changes in everyday practices of social communications and transformation of the lifeworld, manifested in public administration, economics, social work, medicine, rehabilitation, network social communications, and other spheres.

Keywords

Digital social communications, platformization, metavillages, e-government, public services, social networks, artificial intelligence, media content, consciousness manipulation, risks

For citation

Mkrtumova I.V., Chizhov D.A., Yanchuk P.P., Ashkar M. (2025) Social communications transformations in the conditions of digital platformization and human assistance metavillages creation. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 42–50. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-42-50

© Mkrtumova I.V., Chizhov D.A., Yanchuk P.P., Ashkar M., 2025.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Платформизация сегодня находится в центре многих исследований. С началом широкого распространения сети «Интернет» (далее – Интернет) как цифровой основы и формы массовой коммуникации сформировались цифровизированные коммуникационные отношения. Эти процессы исследовались в трудах современных ученых, анализирующих феномен «сети». Так, М. Кастельс пишет о «сети» как о новом типе социальных отношений в системах, приходящих на смену иерархическим, где порядок обеспечивается за счет свободной коммуникации и координации усилий социальных групп, их самоорганизации [Кастельс, 2004].

Альтернативный взгляд на сетевой характер социальных отношений предложил в своей работе «Сетевое общество» голландский социолог Я. ван Дейк [ван Дейк, 2011]. Ученый описал сетевое общество как форму социальных интеракций, которые все чаще организуют социальные отношения. О новой структуре социальных отношений, которые сформировались при трансформации коммуникации в социальных сетях, пишет Й. Гребель¹. Фокус анализа процессов коммуникации в современной социологии, по мнению А. Турена, в том, что производство перемещается из сферы материальных благ в сферу символических благ [Турен, 1998]. По мнению ученого, процессы коммуникации в некоторой степени становятся «социальными акторами современности».

Социальные сети оказали влияние на механику диалога между субъектами коммуникативного процесса. Понятие сетевого общества было сформировано в 1990-е гг. в работах П. Дракера и М. Кастельса [Дракер, 1999]. Возможность мгновенной публикации материалов с функцией обратной связи сформировала феномен непрерывной темпоральной вовлеченности аудитории в глобальные информационные потоки [Мкртумова, Янчук, 2024]. Это трансформирует и саму специфику текста – его объем, язык, использование сленга, релевантного целевой аудитории, его эмоциональной окраски. Эти особенности социальных коммуникаций также находятся в фокусе внимания ученых [Christison, Murray, 2021; Lantz-Andersson, 2018; Jakic et al., 2017]².

¹ Гребель Й. Как интернет повлиял на бизнес. Режим доступа: <https://www.cossa.ru/211/2479/> (дата обращения: 14.11.2024).

² Reed J. How Social Media is Changing Language. Режим доступа: <https://ru.pinterest.com/pin/how-social-media-is-changing-language--1024709721435702313/> (дата обращения: 14.11.2024).

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH MATERIALS AND METHODS

Рассмотрены аргументы, с помощью которых строится доказательная база. Основными методами эмпирических исследований стали анализ документальных источников и вторичный анализ итогов сопоставимых по тематике исследований. С точки зрения социологического анализа платформизация заключается в создании цифровых платформ с технологиями искусственного интеллекта (далее – ИИ) для ежедневного сопровождения всех основных сфер жизнедеятельности человека, объединенных цифровых ресурсов с дружелюбным интерфейсом для того, чтобы ими постоянно пользовались обычные люди, которые не являются ни «технарями», ни блогерами, для расширения поля и масштабов цифровых социальных коммуникаций.

Создание мультифункционального цифрового ресурса с единым понятным входом направлено на реализацию большинства базовых, социальных потребностей человека и его потребностей в самореализации в различных сферах деятельности. В виртуальном пространстве появляются собственные метавселенные цифровых социальных коммуникаций с социальным взаимодействием, социальными иерархиями, которые, по сути, дублируют реальный мир. Рассмотрена «плотность» цифровых социальных коммуникаций в цифровых метавселенных «Госуслуги», «Сбер», Telegram, WhatsApp.

ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ПЛАТФОРМИЗАЦИИ / TRANSFORMATIONS OF SOCIAL COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL PLATFORMIZATION

Главным направлением развития цифровых коммуникаций в Российской Федерации (далее – РФ, Россия) и институциональным вектором их развития стало формирование «электронного правительства». Это направление является глобальной тенденцией в России и в мире, и результаты Рейтинга Организации Объединенных Наций по развитию электронного правительства 2024 г. свидетельствуют о лидерстве таких стран, как Дания и Сингапур.

Электронное правительство в России начало формироваться в начале 2000-х гг. в рамках государственной политики по информатизации, предпринят ряд шагов, которые сформировали институциональный вектор платформизации. Так, еще в 2002 г. была принята Федеральная

целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 гг.)», целью которой стало создание условий для перехода к информационному обществу. 2008 г. ознаменует начало работы над концепцией «электронного правительства». На следующий год принят национальный проект «Цифровая экономика» и осуществлен запуск платформы «Госуслуги». В 2010 г. состоялось утверждение программы «Информационное общество (2011–2020 гг.)», в которой закреплены развитие структур информационных технологий и повышение доступности госуслуг в электронном виде. Через два года (2012 г.) осуществлен полный запуск портала «Госуслуги» на федеральном уровне, который открыл доступ ко многим услугам, например, оплате штрафов и др.

Пятилетка 2015–2020 гг. показала активное развитие инфраструктуры «электронного правительства», внедрение электронных паспортов, развитие Единой системы идентификации и аутентификации (ЕСИА), которая облегчила доступ к «Госуслугам»³. Начало 2020-х гг. связано с усилением тенденции к цифровизации на фоне пандемии COVID-19. Сейчас экосистему платформ «электронного правительства» образуют Единый портал государственных услуг (ЕПГУ) «Госуслуги», Единая система идентификации и аутентификации (ЕСИА), Федеральная государственная информационная система «Досудебное обжалование», Единая система нормативно-справочной информации (ЕСНСИ), Система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), Федеральный центр государственных и муниципальных услуг, Федеральный центр сбора мнений граждан о качестве госуслуг, Платформа обратной связи (ПОС), Федеральная государственная информационная система «Единая информационная система управления кадровым составом государственной гражданской службы РФ» (ЕИСУКС), Портал «Госпродажи», Информационная система головного удостоверяющего центра (ИС ГУЦ), Ситуационный центр и иные важные структуры⁴.

Проект «Электронное правительство» в России внес существенный вклад в продвижение идей платформизации, что отразилось в нескольких ключевых аспектах, например, в централизации услуг и создании Единого портала государственных услуг (ЕПГУ), что стало одной из самых

ярких иллюстраций платформизации. Также следует отметить такие аспекты, как интеграция данных и сервисов, развитие инфраструктуры, платформенный подход для бизнеса, открытые данные, стимулирование цифровой трансформации во всех сферах⁵. В 2024 г. Министерство экономического развития РФ совместно с Министерством промышленности и торговли РФ и Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ разработали законопроект «О платформенной экономике», который призван установить правовые основы платформенной экономики в России. Д.А. Медведев поручил до конца 2024 г. внести в Государственную Думу законопроект «О платформенной занятости»⁶.

ИЗМЕНЕНИЯ ПОВСЕДНЕВНЫХ ПРАКТИК СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ / CHANGES IN EVERYDAY SOCIAL COMMUNICATION PRACTICES

Платформизация приводит к трансформациям жизненного мира. Происходят изменения повседневных практик социальных коммуникаций. Если раньше в эпоху до «Госуслуг», «досанкционности» и «допандемийности» люди лично приходили в различные учреждения – в паспортный стол, банк, магазин, аптеку, авиакассу и т.д. – и в каждой точке входа они решали одну задачу и реализовали одну целевую потребность, то теперь в эпоху «электронного правительства», «постпандемийности» люди часто обращаются в «Госуслуги», «Сбер», «Мос.ру», «Яндекс», «Вайлдберрис» и на иные платформы. Единый вход (виртуальный) позволяет решать несколько задач (многозадачность), причем эти задачи направлены на реализацию нескольких потребностей (мультимодальность). Так, в «Сбер» онлайн можно оплатить коммунальные услуги, штрафы, заказать продукты, лекарства и многое другое без необходимости перехода на другую платформу (бесшовность). При этом метавселенные смонтированы так, чтобы ими было легко пользоваться обычным людям без технического образования (дружелюбный интерфейс). При реализации разных потребностей в одном ресурсе (мультифункциональность) человек вступает в различное по цели и задачам и разноплановое общение (мультикоммуникации). При этом в единой метавселенной человек за одну точку входа расходует

³ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Электронное правительство в РФ. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/statistic/rating/elektronnoe-pravitelstvo-v-rf/> (дата обращения: 11.11.2024).

⁴ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Статистика отрасли. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/pages/statistika-otrasli/#section-720> (дата обращения: 14.11.2024).

⁵ Отрасль информационных технологий. Режим доступа: <http://government.ru/news/52567/> (дата обращения: 14.11.2024).

⁶ Медведев поручил доработать законопроект о платформенной занятости. Режим доступа: <https://ria.ru/20240710/medvedev-1958708743.html> (дата обращения: 14.11.2024).

гораздо большее количество финансов, чем ранее – при одной точке входа в один ресурс.

Сегодня стремительно генерируются инновации в сфере платформизации деятельности институтов государственного управления, лидеров экономики и индустрии информационных технологий. Она воплощается в создании в Интернете новых и развитии существующих метавселенных. Например, вышеупомянутый портал «Госуслуги» сконцентрировал и консолидировал обращения граждан по большинству аспектов гражданской жизнедеятельности населения и большинству социальных услуг, «Мос.ру» создал экосистему, сгруппировав необходимые для москвичей ресурсы через «одно окно», а «Сбер» выстроил на основе платформизации метавселенные, как их именует банк, и продолжает развивать экосистему. Она сфокусирована не только на финансах и страховании, но и вокруг разнообразных потребностей людей в продуктах, доставке еды, лекарственных средствах, транспорте, недвижимости, открытии и ведении бизнеса, электронной коммерции и др. У ресурса уже работают свои ИИ GigaChat, GPT-бот, метавселенная SberJazzXR и др. Развитие социальных сетей и мессенджеров глобально масштабировало цифровые социальные коммуникации, которые сегодня работают с привлечением технологий ИИ.

На примере экосистемы платформы «Госуслуги» можно увидеть, как стремительно генерируются инновации в сфере платформизации деятельности институтов государственного управления. Портал «Госуслуги» сконцентрировал и консолидировал обращения граждан по большинству аспектов гражданской жизнедеятельности населения и социальных услуг, как и столичный метаресурс «Мос.ру». Интенсивность (плотность) социальных коммуникаций выросла на порядки и измеряется млн в день.

Через экосистему платформы в 2023 г. осуществлялась реализация более 1 тыс. государственных услуг, в том числе более 200 социально значимых услуг. Оказано в цифровом виде более 340 млн услуг, что на 100 млн больше, чем в 2022 г.⁷ По плотности цифровых социальных коммуникаций в месяц «Госуслуги» посещают более 40 млн уникальных пользователей, в день – более 11 млн⁸. При этом, если один и тот же пользователь обратился несколько раз, это все равно

⁷ За 2023 год было оказано около 340 миллионов государственных услуг, которые были предоставлены в электронном виде. Режим доступа: <https://mintrans.gov.ru/press-center/branch-news/3260> (дата обращения: 14.11.2024).

⁸ Портал «Госуслуги» стал 5-й цифровой экосистемой в РФ по количеству трафика. Режим доступа: https://sfr.gov.ru/press-center/z_news~2024/02/01/260064 (дата обращения: 14.11.2024).

считается как единица. За 2023 г. более 109 млн россиян пользовались платформой «Госуслуги». На платформе «Госключ», на которой возможны электронная подпись, дистанционное оформление официальных документов, подписано более 4 млн документов и оформлено более 4,7 млн сертификатов электронной подписи. На платформе «Госуслуги Авто» оформлено более 4 млн свидетельств о регистрации транспортных средств и более 3 млн водительских удостоверений⁹.

В экосистеме «Сбер» за 9 месяцев 2024 г. в день осуществлялось более 43,3 млн цифровых коммуникаций (DAU = 43,3 млн), в месяц плотность цифровых коммуникаций составляла более 83,1 млн (MAU = 83,1 млн)¹⁰. При этом 52,4 % посетителей оставались пользователями услуг «Сбера» (коэффициент «липучести»/прилипливости DAU/MAU = 52,4 %)¹¹. Плотность цифровых коммуникаций за 9 месяцев 2024 г. характеризуется обращениями к ресурсу 109,5 млн активных клиентов. Так, ресурс «СберСпасибо» показал прирост в 8,4 млн за первое полугодие, а всего им воспользовались 85,6 млн россиян. Ресурс «Сбер Ай Ди (ID)» продемонстрировал прирост в 10,5 млн россиян, всего 85,5 млн уникальных пользователей. «СберПраймом» воспользовались за то же время более 15,5 млн, рост с начала года составил 2,1 млн уникальных пользователей¹². В «Мегамеркете» россияне ежедневно заказывают более 100 тыс. разных продуктов, в месяц 47 млн человек обращаются в этот цифровой ресурс. Ресурс «Купер» (ранее – «СберДоставка») объединил 25 тыс. ресторанов и 7,2 млн товаров¹³.

Одним из ключевых проектов 2023–2024 гг. стал ресурс SberJazzXR – виртуальная среда для видеоконференций с нейросетью GigaChat, где пользователи могут взаимодействовать с помощью 3D-аватаров, проводить презентации и создавать графику в режиме реального времени¹⁴.

⁹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций. Цифровизация Госуслуг – государство для граждан. Режим доступа: https://digital.gov.ru/uploaded/files/0-chernyishenko_0zg5OE2.pdf (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁰ Сбербанк. Результаты работы ПАО Сбербанк за сентябрь 2024 года. Режим доступа: https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults/september_2024_accounting_ru (дата обращения: 14.11.2024).

¹¹ Сбербанк. Пресс-релизы. Режим доступа: <https://www.sberbank.com/ru/news-and-media/press-releases> (дата обращения: 14.11.2024).

¹² Сбербанк. Результаты группы СБЕР. Режим доступа: <https://www.sberbank.com/ru/news-and-media/press-releases/article?newsID=1e6a348e-5526-4ae3-b16a-e93cf4d9c27&blockID=7®ionID=50&lang=ru&type=NEWS> (дата обращения: 14.11.2024).

¹³ «Сбермаркет» проведет ребрендинг и продолжит работу под названием «Купер». Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/968691> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁴ Сбер представил свою метавселенную. Режим доступа: <https://hi-tech.mail.ru/news/104348-sber-predstavil-svoyu-metavselennuyu/> <https://www.interfax.ru/business/968691> (дата обращения: 14.11.2024).

«Сбер» активно развивает инновационные решения, такие как виртуальные квартиры, где клиенты могут тестировать продукты банка и технологии «умного» дома в интерактивной форме.

ПЛАТФОРМИЗАЦИЯ СПОСОБСТВУЕТ ЛАВИННОМУ ВОЗРАСТАНИЮ «ПЛОТНОСТИ» ЦИФРОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ / PLATFORMIZATION CONTRIBUTES TO THE AVALANCHE OF “DENSITY” IN DIGITAL SOCIAL COMMUNICATIONS

Особенно показательно возрастание «плотности» цифровых социальных коммуникаций в мессенджерах, социальных сетях и числе пользователей Интернета, которая продолжает расти в России и во всем мире. По данным исследований GSMA Intelligence, количество уникальных пользователей мобильных телефонов в мире на начало 2024 г. составляло 5,61 млрд, эти же данные подтверждает аналитика Social media timeline, указавшая на 5,837 млрд пользователей¹⁵. Согласно данным GSMA Intelligence за 2024 г., 69,4 % людей в мире сегодня используют мобильные устройства. С начала 2023 г. общее количество пользователей мобильных выросло на 138 млн (+ 2,5 %). Более 66 % всех жителей планеты пользуются Интернетом, и общее число интернет-пользователей в мире составляет 5,35 млрд чел.¹⁶. За последний год аудитория Интернета прибавила 1,8 % (97 млн новых пользователей с начала 2023 г.). По данным Kerios, количество профилей пользователей соцсетей превысило отметку в 5 млрд, что эквивалентно 62,3 % населения мира (профили пользователей соцсетей не обязательно являются уникальными)¹⁷. За последний год этот показатель увеличился на 266 млн, в результате чего рост за год составил 5,6 %.

В России также отмечается возрастание «плотности» цифровых социальных коммуникаций. По данным исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения за 2024 г.,¹⁸ россияне

больше всего времени проводят в мессенджерах и социальных сетях: 67 % россиян пользуются WhatsApp, 47 % – Telegram, 45 % россиян больше времени проводят во «ВКонтакте». Среди поисковиков 56 % предпочитает «Яндекс», 53 % – Google. Всего 85 % населения РФ пользуется Интернетом, а подростки в возрасте старше 12 лет чаще смотрят видео и используют мессенджеры. Всего в 2024 г. 103 млн россиян пользовалась социальными медиа и проводили в социальных сетях и Интернете 3 ч 52 мин.¹⁹.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И НОВЫЕ РИСКИ / NEW OPPORTUNITIES AND NEW RISKS

Платформизация изменяет повседневные практики социальных коммуникаций, следствием чего являются не только новые возможности, но и новые риски и угрозы. Среди возможностей выделим изменение способов общения, взаимодействия и обмена информацией. Глобальный рост и масштабирование социальных сетей и мессенджеров сделали социальные коммуникации более доступными. Цифровые социальные коммуникации позволяют людям преодолевать пространственные ограничения для общения между жителями разных стран и городов.

Особенно нужно отметить фактор темпоральности. С одной стороны, мгновенные коммуникации создают общение через мессенджеры, видеоконференции в режиме реального времени, мгновенные обмены текстами, изображениями, видео, и это расширило границы социальных взаимодействий. С другой стороны, отмечается непрерывность темпоральной вовлеченности аудитории в глобальные информационные потоки, при этом не известно, в какой именно момент виртуальный собеседник откроет сообщение в мессенджере или социальных сетях. Это породило новый вид приветствия в электронных письмах: «Доброго времени суток!».

Следствием платформизации является и расширение социальной интеграции через укрепление социальных связей и развитие новых форм сообществ по интересам, онлайн-сообществ, профессиональных сообществ и т.д. Социальные сообщества часто формируются как виртуальные и масштабируют объединения людей в группы. Отмечается и повышение индуцированности мнений как результат влияния и авторитета блогеров-миллионников, ЛОМов, инфлюенсеров.

¹⁵ Отчет Global Digital 2024. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год: цифры и тренды. Режим доступа: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyanDEX.ru%2f (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁶ Digital 2024: основные выводы из ежегодного отчета DataReportal. Режим доступа: <https://www.byud.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-data-reportal/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁷ Kerios – международный стратегический консалтинговый центр по маркетингу, Сингапур. Режим доступа: <https://www.adobomagazine.com/global-news/we-are-socials-simon-kemp-launches-kerios/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁸ ВЦИОМ рассказал, сколько россиян ежедневно пользуются соцсетями. Режим доступа: <https://ria.ru/20230810/sotsseti-1889278587.html> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁹ Отчет Global Digital 2024. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год: цифры и тренды. Режим доступа: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyanDEX.ru%2f (дата обращения: 14.11.2024).

Среди новых вызовов и рисков следует отметить несколько особенно тревожных тенденций. Прежде всего потеряна приватность, нет личных границ. Под вопросом конфиденциальность персональных данных, защита личной информации. Происходит коммерциализация личных данных. Базы данных попадают в руки мошенникам, которые на основе психологической науки разрабатывают сценарии вовлечения собеседника в телефонный разговор и в итоге в манипуляции с финансами. Они звонят огромному количеству людей (авторам статьи в том числе). В результате все мы являемся потенциальным (и иногда реальным) объектом манипуляций. Авторы теперь часто не отвечают на звонки с некоторых незнакомых номеров и, когда звонят, не говорят первыми и не произносят в общении слова «да». Все это в целом негативно влияет на качество цифровых социальных взаимодействий.

Многие исследователи отмечают феномен цифрового неравенства как ограничения участия определенных групп в цифровых коммуникациях. Нередко пожилые люди не могут полноценно пользоваться возможностями Интернета и мессенджеров. Также цифровая связь не всегда устойчива в отдаленных уголках России.

К рискам также относят тот факт, что цифровые платформы часто фрагментируют информацию, создают информационные пузыри или фильтры, которые ограничивают доступ к разным источникам информации. Многократно возросли угрозы дезинформации и распространения фейковых новостей, что приводит к целевым манипуляциям общественным мнением и ценностными установками целевых групп. Опасность состоит в мгновенном масштабировании ложных убеждений и массовых заблуждений. Благодаря высокой скорости фейковая информация может быстро стать вирусной. Особо опасны риски для детей – сейчас вся информация есть в телефоне, детям все подсказывает «Алиса», цифровой консультант. Под угрозой также находится формирование критического мышления и навыков самостоятельного обучения.

Происходит замена личных социальных взаимодействий на цифровые онлайн-коммуникации. Феномен цифрового разобщения проявляется в том, что сейчас некоторые люди при реальном общении чувствуют себя некомфортно и предпочитают личным контактам виртуальные. Традиционные формы общения заменяются на онлайн-взаимодействия. Такой «дрейф» социальных коммуникаций в онлайн-пространство вызывает рост чувства одиночества и приводит к социальной изоляции. В масштабе общества

это может приводить к ослаблению социальных связей и социальной сплоченности. В личном плане происходит «размывание» глубины и эмпатии межличностных взаимодействий, что приводит к изменению характера и качества социальных коммуникаций. Цифровая среда также технически ограничивает восприятие невербальных коммуникаций, такие как мимика и жесты, которые играют важную роль в построении доверия и понимания между людьми.

Еще одной особенностью трансформации смыслов цифровых социальных коммуникаций является довольно распространенная манифестация феномена «показного потребления» (Т.В. Веблен): в социальных сетях многих пользователей часто доминирует демонстрация определенного имиджа или статуса, а не искреннее общение или глубокое понимание собеседника.

В плане межкультурных коммуникаций при глобальной доступности при общении могут присутствовать языковые и культурные барьеры.

Платформизация технологически возможна при активном использовании технологий ИИ. Г. Гегель говорил о том, что есть две вещи, которые он не может понять, – это звездное небо над его головой и нравственный закон внутри нас. Представляется, что две стороны ИИ – светлую и темную – определяет именно этот великий нравственный закон. Технологии есть технологии. Будут ли технологии ИИ работать во зло или во благо – это изначально определяет человек. Далее, как уверяют специалисты, возможны варианты. Например, «слабый» ИИ в социальной работе – это роботы-информаторы, роботы-коммуникаторы, роботы, которые осуществляют процедуры реабилитации, контроля, мониторинга состояния человека и т.д.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Главным направлением развития цифровых коммуникаций и институциональным драйвером их развития в России стало формирование комплекса цифровых платформ «электронного правительства». С точки зрения социологического анализа платформизация заключается в создании цифровых платформ с технологиями ИИ – с единым входом для ежедневного комфортного беспшовного сопровождения всех основных сфер жизнедеятельности человека. Платформизация привела к возрастанию «плотности» цифровых социальных коммуникаций. Так, по данным, представленным на пленарном заседании цифрового форума Digital Almaty 2024, в экосистеме платформы «Госуслуги» в 2023 г. по «плотности»

цифровых социальных коммуникаций в месяц отмечены более 40 млн уникальных пользователей, в день – более 11 млн. В 2023 г. через «Госуслуги» осуществлялась реализация более 1 тыс. государственных услуг, в том числе более 200 социально значимых услуг, оказано в цифровом виде более 340 млн услуг, что на 100 млн больше, чем в 2022 г.

Значимо возросла «плотность» цифровых коммуникаций и в экосистеме «Сбер». По данным, размещенным в открытом доступе на сайте «Сбер», за 9 месяцев 2024 г. в день осуществлялось более 43,3 млн цифровых коммуникаций, в месяц «плотность» цифровых коммуникаций составляла более 83,1 млн.

«Плотность» цифровых социальных коммуникаций растет и в мессенджерах, социальных сетях, увеличивается общее число пользователей Интернета в России и во всем мире. Так, по данным из ежегодного отчета DataReportal, на начало 2024 г. количество уникальных пользователей мобильных телефонов в мире составляло 5,61 млрд. Количество профилей пользователей соцсетей превысило отметку в 5 млрд, что эквивалентно 62,3 % населения мира, рост за год составил 5,6 %. Более 66 % всех жителей планеты пользуются Интернетом, и общее число интернет-пользователей в мире составляет 5,35 млрд.

В России также отмечается возрастание «плотности» цифровых социальных коммуникаций.

По данным отчета Всероссийского центра изучения общественного мнения, россияне в 2024 г. больше всего времени проводят в мессенджерах и социальных сетях, при этом 67 % россиян пользуются WhatsApp, 47 % – Telegram, 45 % россиян больше времени проводят во «ВКонтакте», всего 85 % населения России пользуется Интернетом. По данным отчета Global Digital, в 2024 г. 103 млн россиян пользовалась социальными медиа и проводили в социальных сетях и Интернете в среднем по 3 ч 52 мин.

Платформизация в Интернете приводит к трансформациям жизненного мира. Можно утверждать, что ИИ и платформизация сегодня уже являются реальностью в государственном управлении, экономике, социальной работе, медицине, реабилитации и иных сферах деятельности. Происходят изменения повседневных практик социальных коммуникаций. Сформировались цифровизированные коммуникации – социальные интеракции, характеризующиеся непрерывной темпоральной вовлеченностью аудитории в глобальные информационные потоки. Сетевые коммуникации, помимо глобального расширения возможностей, несут социальные риски, которые связаны с потерей приватности и личных границ, защитой личной информации, утратой конфиденциальности данных. Опасности также несут цифровое разобщение и цифровое неравенство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Дракер П. Посткапиталистическое общество. В кн.: Кравченко А.И. Социология: хрестоматия для вузов. 2е изд. М.: Фонд «Мир»; 2004. С. 135–167.
- Кастельс М. Власть коммуникации. Пер. с англ. Н.М. Тылевич. М.: Издательский дом Высшей школы экономики; 2020. 591 с.
- Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию. Пер. с англ. И. Полонской. М.: Издательский дом Высшей школы экономики; 2014. 384 с.
- Мкртумова И.В. Янчук П.П. Персонификация в кадре: социологический анализ влияния формата «Говорящая голова» на вовлеченность аудитории цифрового авторского медиапространства. Социально-гуманитарные знания. 2024;3:54–57.
- Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М.: Научный мир; 1998. 204 с.
- Черниченко Е.Н. Роль социальных медиа в трансформации языка. Russian Linguistic Bulletin. 2023;7(43). <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.43.31>
- Christison M., Murray D. What English Language Teachers Need to Know. New York: Routledge: Designing Curriculum; 2021. 376 p.
- Jakic A., Wagner M., Meyer A. The Impact of Language Style Accommodation during Social Media Interactions on Brand Trust. Journal of Service Management. 2017;3(28):418–441. <http://dx.doi.org/10.1108/JOSM-12-2016-0325>
- Kawate S., Patil K. Analysis of Foul Language Usage in Social Media Text Conversation. International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments. 2017;3(5). <http://dx.doi.org/10.1504/IJSMILE.2017.10008890>
- Lantz-Andersson A. Language Play in a Second Language: Social Media as Contexts for Emerging Sociopragmatic Competence. Education and Information Technologies. 2018;23:705–724. <https://doi.org/10.1007/s10639-017-9631-0>

Sundar S.S. Handbook of the Psychology of Communication Technology. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell; 2015. 608 c. <https://doi.org/10.1002/9781118426456>

Van Dijk J. The network society. London: Sage Publications; 2012. *MedieKultur Journal of Media and Communication Research.* 2012;29(54). <http://dx.doi.org/10.7146/mediekultur.v29i54.7943>

REFERENCES

Castells M. Communication Power. Trans. from Eng. N.M. Tylevich. Moscow: Higher School of Economics Publ. House; 2020. 591 p. (In Russian).

Chernichenko E.N. The role of social media in the transformation of language. *Russian Linguistic Bulletin.* 2023;7(43). (In Russian). <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.43.31>

Christison M., Murray D. What English Language Teachers Need to Know. New York: Routledge: Designing Curriculum; 2021. 376 p.

Drucker P. Post-Capitalist Society. In: Kravchenko A.I. *Sociology.* 2nd ed. Moscow: Fund “Mir”; 2004. Pp. 135–167. (In Russian).

Jakic A., Wagner M., Meyer A. The Impact of Language Style Accommodation during Social Media Interactions on Brand Trust. *Journal of Service Management.* 2017;3(28):418–441. <http://dx.doi.org/10.1108/JOSM-12-2016-0325>

Kawate S., Patil K. Analysis of Foul Language Usage in Social Media Text Conversation. *International Journal of Social Media and Interactive Learning Environments.* 2017;3(5). <http://dx.doi.org/10.1504/IJSMILE.2017.10008890>

Lantz-Andersson A. Language Play in a Second Language: Social Media as Contexts for Emerging Sociopragmatic Competence. *Education and Information Technologies.* 2018;23:705–724. <https://doi.org/10.1007/s10639-017-9631-0>

Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory. Trans. from Eng. I. Polonskaya. Moscow: Higher School of Economics Publ. House; 2014. 384 p. (In Russian).

Mkrtumova I.V., Yanchuk P.P. Personification in frame: sociological analysis of the “talking head” format impact on the involvement of the audience of digital author’s media space. *Social and humanitarian knowledge.* 2024;3:54–57. (In Russian).

Sundar S.S. Handbook of the Psychology of Communication Technology. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell; 2015. 608 c. <https://doi.org/10.1002/9781118426456>

Touraine A. Return of the Actor: Social Theory in Postindustrial Society. Moscow: Nauchnyi mir; 1998. 204 p. (In Russian).

Van Dijk J. The network society. London: Sage Publications; 2012. *MedieKultur Journal of Media and Communication Research.* 2012;29(54). <http://dx.doi.org/10.7146/mediekultur.v29i54.7943>

От цифровой компетентности к цифровым образовательным стратегиям

УДК 37.032, 316.35

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-51-62

Получено 20.01.2025

Доработано после рецензирования 04.03.2025

Принято 11.03.2025

Скобелина Наталья Анатольевна

Д-р социол. наук, проф. каф. педагогики, психологии и социальной работы

ORCID: 0000-0002-2108-187X

E-mail: fnask.71@mail.ru

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Россия

АННОТАЦИЯ

Формирование индивидуальных образовательных стратегий, приобретение опыта владения цифровыми инструментами в условиях постоянно меняющейся цифровой инфраструктуры – это важная составляющая жизнедеятельности современной личности. Определены способы формирования цифровых образовательных стратегий личности в зависимости от ее цифровой компетентности в условиях цифровизации российского общества. Эмпирической основой исследования послужили результаты анкетного опроса, проведенного с целью определения цифровой компетентности и выявления способов формирования цифровых образовательных стратегий взрослого населения Волгограда. Эмпирические данные свидетельствуют о том, что большинство респондентов от 18 до 59 лет заинтересованы в повышении цифровой компетентности и прогнозируют пройти курсы повышения квалификации с целью совершенствования цифровых навыков и дальнейшего самообразования. Пожилые люди от 60 лет и старше значительно уступают всем возрастным группам

в использовании цифровых технологий. В зависимости от цифровой компетентности респонденты выстраивают индивидуальные стратегии для повышения цифровой грамотности. Результаты исследования предоставили возможность выделить формальный и неформальный способы формирования образовательных стратегий личности и спроектировать матрицу многоуровневости и интегральности цифровых индивидуальных образовательных стратегий. На личностном уровне интегральный характер проявляется в процессе оценки цифровой компетентности без включения в цифровую среду, а на институциональном – в развитии цифровой многоуровневой образовательной инфраструктуры. Спроектированная матрица многоуровневости и интегральности образовательных стратегий личности способствует построению удобной и доступной для всех возрастных групп населения цифровой инфраструктуры, выстраиванию в соответствии с потребностями населения цифровых стратегий на институциональном уровне.

Ключевые слова

Цифровизация, цифровая компетентность, индивидуальные образовательные стратегии, социологическое исследование, Волгоград, матрица, многоуровневость, интегральность

Для цитирования

Скобелина Н.А. От цифровой компетентности к цифровым образовательным стратегиям // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 51–62.

© Скобелина Н.А., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



From digital competence to digital educational strategies

Received 20.01.2025

Revised 04.03.2025

Accepted 11.03.2025

Natalia A. Skobelina

Dr. Sci. (Sociol.), Prof. at the Pedagogy, Psychology and Social Work Department

ORCID: 0000-0002-2108-187X

E-mail: fnask.71@mail.ru

Volgograd State University, Volgograd, Russia

ABSTRACT

Individual educational strategies formation, experience acquisition in digital tools in constantly changing digital infrastructure is an important component of modern human's life activity. The ways of forming individual digital educational strategies depending on people's digital competence in the conditions of the Russian society digitalization have been determined. The empirical basis of the study was the results of a questionnaire survey conducted to determine digital competence and identify ways of forming digital educational strategies of the adult population in Volgograd. The empirical data show that the majority of respondents from 18 to 59 years old are interested in improving digital competence and predict to take refresher courses to improve digital skills and further self-education. Adults from 60 and older are significantly inferior to all age groups in their use of digital

technologies. Depending on digital competence, respondents build individual strategies to improve digital literacy. The study results provided an opportunity to distinguish formal and informal ways of forming personal educational strategies and to design a matrix of multilevel and integrality of digital individual educational strategies. At the personal level, the integral character is manifested in the process of assessing digital competence without inclusion in the digital environment, and at the institutional level - in digital multilevel educational infrastructure development. The designed matrix contributes to a convenient and accessible digital infrastructure construction for all age groups and to digital strategies development at the institutional level in accordance with the population needs.

Keywords

Digitalization, digital competence, individual educational strategies, sociological research, Volgograd, matrix, multilevel, integrality

For citation

Skobelina N.A. (2025) From digital competence to digital educational strategies. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 51–62. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-51-62



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Для участия в мессенджерах, интернет-банкинге, онлайн-записи к врачу современной личности требуется цифровая компетентность, которая трактуется в качестве наличия цифровых знаний и умений для использования смартфона, компьютера и других технических средств обработки, распространения информации, опыта применения цифровых инструментов в повседневной жизни, навыков и отношений, которые являются основой для применения технологий в деятельности и повседневной жизни личности [Горюнова, Лебедева, Топоровский, 2019; Zhao, Llorente, Gomez, 2021]. Цифровая компетентность тесно связана с доступностью цифрового образования прежде всего в аспекте выстраивания цифровых образовательных стратегий, планирования обучения. Специалистами разрабатываются приложения с целью самостоятельного обучения цифровым навыкам для применения инноваций в различных сферах современного общества. Кроме использования цифровых инструментов, необходимо развивать навыки для самостоятельного обучения и выстраивания образовательных планов на будущее, иметь мотивацию на улучшение цифровых знаний. Спланировать свое дальнейшее обучение, сформировать опыт владения инновационными технологиями в условиях постоянно меняющейся цифровой инфраструктуры – это важная составляющая жизнедеятельности личности.

Анализ научной литературы показывает, что большое количество работ посвящено образовательным стратегиям, которые формируются в процессе обучения и рассматриваются через призму парадигмы открытого образования с акцентом на разработку цифровой стратегии с учетом индивидуальных возможностей и умений личности [Казанцева, Колмакова, Казанцева, Свердлов, 2022]. В этом ключе ученые отмечают, что благодаря персонализированному цифровому обучению появились новые способы формирования стратегий [Абрахамов, Бакирова, 2023; Kournikova, Dodorina, Litovchenko, 2021]. В рамках концепции агентности личности исследуются стратегии приобретения знаний, саморегуляции, которые связаны с планированием образовательного процесса и взаимодействием обучающихся с цифровой средой, самостоятельным выстраиванием среды обучения, использованием цифровых образовательных сред различного уровня [Яковлева, Куликова, 2022].

В условиях цифровизации на цифровую инклюзивность, то есть включенность населения в цифровую среду «умного» города, оказывают влияние

потребности населения в цифровых технологиях, уровень цифровых знаний и развитие цифровой среды, которая предоставляет возможности для интеграции в цифровое пространство [Machado, dos Santos, Sacavém, Richter, Sousa, 2023]. Акцентируя внимание на цифровой компетентности, включенности в цифровую среду и умении выстраивать цифровые образовательные стратегии, ученые отмечают проблему цифрового неучастия пожилых людей, обращая внимание на то, что они не заинтересованы в использовании компьютера из-за низкого физического потенциала, усложнения технологий, недооценки значимости цифровых инноваций в повседневной жизни [Fischl, Lindelöf, Lindgren, Nilsson, 2020]. Именно цифровая грамотность расширяет права и предоставляет возможность для успешного включения в цифровое общество. Грамотность зависит не только от личности, ее мотивации, цифровой компетентности и способности использовать цифровые сервисы в повседневной жизни, но и от предлагаемой государственными и общественными институтами инфраструктуры, наличия технологий, возможности оплачивать доступ в сеть «Интернет» (далее – Интернет), места проживания, возраста, пола, занятости, семейных доходов [Money, Hall, Harris, Eost-Telling, McDermott, Todd, 2024; Sed, Altangerel, 2023].

Выделены два основных направления в исследовании цифровых образовательных стратегий личности. К первому направлению относятся работы, посвященные исследованию цифровой компетентности педагогов и обучающихся различных форм и ступеней системы образования. Второе направление касается представителей всего общества, их цифровых знаний, которые необходимы для включения в цифровую среду и выстраивания цифровых стратегий различными возрастными группами населения. В условиях цифровизации каждый индивид должен иметь возможность самостоятельно выстраивать планы по развитию навыков освоения и применения цифровых инструментов, формировать индивидуальные образовательные стратегии для повышения грамотности, чтобы пользоваться инфраструктурой, которая интегрирует цифровые технологии и образовательные онлайн-приложения [Fischl, Lindelöf, Lindgren, Nilsson, 2020]. Это, с одной стороны, повышает вовлеченность всего населения в образовательный процесс, а с другой – приводит к качественным изменениям во всех сферах российского общества, расширяет населению доступ к социальным услугам, предоставляет каждой личности возможность применять инновационные технологии в своей деятельности,

ежедневно и постоянно пользоваться цифровой инфраструктурой для получения социальных услуг в Интернете [Lasaiba, 2024; Васильева, 2024].

Цель настоящего исследования заключается в определении способов формирования индивидуальных образовательных стратегий личности в зависимости от цифровой компетентности в условиях цифровизации общества, предполагающей включение цифровых инструментов в повседневную жизнь каждого человека. Исходя из данной цели, в статье даны ответы на следующие исследовательские вопросы:

- какие цифровые знания, предпочтения относительно цифровых технологий имеются у современной личности;
- какой опыт по использованию цифровых технологий имеют различные возрастные группы российского общества;
- какие способы формирования цифровых образовательных стратегий для повышения цифровой компетентности характерны индивидам.

Первый исследовательский вопрос направлен на определение цифровой компетентности и отношения населения к цифровым технологиям. Второй вопрос фокусируется на возможностях различных возрастных групп использовать цифровые технологии в повседневной жизни и включаться в цифровую среду «умного» города (на примере Волгограда). Третий вопрос направлен на выявление способов формирования цифровых образовательных стратегий личности и определения зависимости цифровой компетентности от выстраивания планов для дальнейшего цифрового образования в любом возрасте.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / RESEARCH MATERIALS AND METHODS

Методологической основой исследования послужили теоретические идеи, содержащиеся в современных научных трудах зарубежных и отечественных ученых, посвященные формированию цифровой компетентности и выстраиванию

образовательных стратегий личностью. Метод теоретического анализа позволил обобщить имеющуюся информацию о цифровых образовательных стратегиях личности.

Эмпирическую базу исследования составили материалы социологического исследования, проведенного в 2023 г. на базе научно-образовательного центра социальных технологий Волгоградского государственного университета. Для определения цифровой компетентности и способов формирования цифровых образовательных стратегий взрослого населения Волгограда использовались результаты анкетного опроса, в котором приняли участие представители 8 возрастных групп от 18 лет и старше: 18–24 года, 25–31 год, 32–38 лет, 39–45 лет, 46–52 года, 53–59 лет, 60–66 лет, 67 лет и старше ($n = 2\,450$, январь 2023 г., Волгоград) (табл. 1). Использовалась многоступенчатая выборка.

Обосновывая репрезентативность выборки, на первом этапе использовались данные Волгоградстата о структуре населения 8 районов Волгограда¹. По количеству численность опрошенных мужчин и женщин пропорциональна численности каждой из соответствующих групп в генеральной совокупности.

На втором этапе методом снежного кома опрошено по 0,24 % от количества жителей в каждом из 8 районов Волгограда. Анкеты раздавались респондентам всех обозначенных возрастных групп от 18 лет и старше. Для оценки цифровой компетентности определены следующие параметры:

- отношение к цифровым технологиям и другим инновациям;
- использование компьютера и других технологий;
- заказ различных услуг по телефону;
- способы выстраивания индивидуальных цифровых образовательных стратегий.

Анкета содержала два тематических блока – вопросы об отношении к цифровым технологиям

¹ Численность населения г. Волгограда. Режим доступа: <https://showdata.gks.ru/report/278928/> (дата обращения: 06.01.2025).

Таблица 1. Половозрастная структура респондентов

Table 1. Sex and age structure of respondents

Показатели		18–24 года	25–31 год	32–38 лет	39–45 лет	46–52 года	53–59 лет	60–66 лет	67 лет и старше	Всего
Женщин	Количество, чел.	260,0	108,0	99,0	162,0	143,0	161,0	230,0	180,0	1 343,0
	%	19,4	8,0	7,4	12,0	10,6	12,1	17,1	13,4	100,0
Мужчин	Количество, чел.	207,0	136,0	109,0	109,0	131,0	123,0	130,0	162,0	1 107,0
	%	18,7	12,2	9,8	9,8	11,8	11,3	11,7	14,7	100,0

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

и вопросы, связанные с определением цифровой компетентности и способов формирования цифровых образовательных стратегий респондентами. В ходе исследования опрошены 1,343 тыс. женщин (54,8 %) и 1,107 тыс. мужчин (45,2 %). Статистическая обработка данных проведена в программе SPSS Statistics 26.0.

Гипотеза исследования – формирование индивидуальных цифровых образовательных стратегий зависит от цифровой компетентности личности и цифровой инфраструктуры для планирования дальнейшего образования.

Ограничением исследования является небольшая выборка ($n = 2450$), которая не дает возможность экстраполяции полученных результатов на все российское общество. Многие вопросы требуют дополнительных исследований: в дальнейшем необходимо изучить возможности применения цифровых технологий в повседневной жизни всего населения современной Российской Федерации и учитывать опыт пожилых людей в использовании социальных услуг в Интернете. Для более глубокого понимания проблем, связанных с применением цифровых технологий в повседневной жизни и с включением личности в цифровую среду, рекомендуется наряду с количественными методами использовать качественные методы социологического исследования.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / STUDY RESULTS

В условиях цифровой трансформации современного общества на благополучие граждан оказывают влияние цифровые потребности и возможности

использования онлайн-сервисов, мобильных приложений, цифровых платформ. Определяя цифровую компетентность населения Волгограда, для настоящего исследования особое значение имеет вопрос о том, зависят ли от возраста цифровые знания личности и ее желание использовать цифровые средства в повседневной жизни. В связи с этим в ходе исследования заданы вопросы для выявления цифровых потребностей и предпочтений респондентов различных возрастных групп (табл. 2).

На вопрос «Как Вы относитесь к цифровым технологиям и онлайн-инновациям?» более 50 % респондентов по каждой из выделенных групп выбрали ответ «положительно», кроме респондентов от 67 лет и старше. В самой старшей группе только 25,3 % дали положительную оценку технологическим инновациям. Ту же динамику можно увидеть и по результатам ответов на другие вопросы. Например, на вопрос о заказах онлайн-покупок по каждой группе положительные ответы дали более 90 % респондентов (от 18 до 52 лет). Совершали онлайн-заказы волгоградцы в возрасте от 60 до 66 лет (42,9 %) и от 67 лет и старше (15,8 %). Низкий процент совершивших онлайн-заказы респондентов самой старшей группы говорит о дефиците цифровой грамотности, незаинтересованности этой части пожилых людей в использовании инновационных технологий. В то же время владение цифровыми инструментами способствует включению в социум, личностному развитию и независимости в современном обществе.

Ответы на вопросы, касающиеся онлайн-записи к врачу и заказов лекарственных средств по Интернету, показывают прямую зависимость от возраста (табл. 3)

Таблица 2. Использование респондентами сайтов для онлайн-покупок и их отношение к цифровым инновациям

Table 2. Respondents' use of online shopping sites and their attitude towards digital innovation

Варианты ответов, %	Возраст							
	18–24 года	25–31 год	32–38 лет	39–45 лет	46–52 года	53–59 лет	60–66 лет	67 лет и старше
Как Вы относитесь к цифровым технологиям и онлайн-инновациям?								
Отрицательно	1,6	0,0	8,3	0,0	2,8	5,6	0,0	22,1
Положительно	87,3	93,3	91,7	94,7	88,9	83,3	67,3	25,3
Затрудняюсь ответить	11,1	6,7	0,0	5,3	8,3	11,1	32,7	52,6
Делаете ли Вы заказы на сайтах для онлайн-покупок?								
Да	96,8	93,3	91,7	100,0	94,4	72,2	42,9	15,8
Нет	3,2	6,7	8,3	0,0	5,6	27,8	53,0	84,2
Затрудняюсь ответить	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,1	0,0

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Таблица 3. Заказы лекарственных средств по Интернету и онлайн-записи к врачу

Table 3. Medicine orders via the Internet and online appointments with a doctor

Варианты ответов, %	Возраст							
	18-24 года	25-31 год	32-38 лет	39-45 лет	46-52 года	53-59 лет	60-66 лет	67 лет и старше
Использовали ли Вы когда-нибудь онлайн-запись к врачу?								
Да, записываюсь самостоятельно	65,1	73,3	91,7	89,5	69,4	52,8	46,9	18,4
Да, записывают обычно родственники	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,2
Нет	33,3	26,7	8,3	10,5	30,6	47,2	53,1	73,8
Затрудняюсь ответить	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6
Делаете ли Вы заказы лекарственных средств по Интернету?								
Да	96,8	93,3	91,7	100	94,4	72,2	42,9	15,8
Нет	3,2	6,7	8,3	0	5,6	27,8	53,1	84,2
Затрудняюсь ответить	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

В вопросах об онлайн-записи к врачу и о заказе лекарственных средств по положительным ответам наблюдается уменьшение доли респондентов (по строкам). По отрицательным ответам доля респондентов от 18 лет и старше повышается. Чем старше возраст, тем меньше респондентов обращаются по Интернету к той или иной услуге.

Цифровая компетентность оказывает непосредственное влияние на цифровую включенность личности. Результаты исследования свидетельствуют о том, что различные возрастные группы людей используют цифровые технологии в разных формах и временных периодах (табл. 4).

Ответы на вопрос «Насколько свободно Вы владеете компьютером (планшетом, ноутбуком и др.?)» свидетельствуют о том, что наиболее компетентными в цифровой среде оказались респонденты от 18 до 52 лет, которые в большинстве своем обращаются с компьютером без помощи окружающих. В старших группах значительная часть опрошенных использует компьютер с помощью родственников, знакомых и друзей (от 53 до 59 лет – 38,9 %, от 60 до 66 лет – 53,1 %, от 67 лет и старше – 50,0 %).

По результатам ответов на вопрос о навыках владения компьютером респонденты условно разделены на три группы. К первой группе относятся

Таблица 4. Навыки владения компьютером и цифровые образовательные стратегии респондентов

Table 4. Computer skills and digital educational strategies of respondents

Варианты ответов, %	Возраст							
	18-24 года	25-31 год	32-38 лет	39-45 лет	46-52 года	53-59 лет	60-66 лет	67 лет и старше
Насколько свободно Вы владеете компьютером (планшетом, ноутбуком и др.)?								
Пользуюсь компьютером без помощи окружающих	93,7	100,0	85,0	89,5	75,0	50,0	18,4	15,8
Использую компьютер с помощью родственников (друзей, знакомых и др.)	6,3	0,0	8,3	6,4	16,7	38,9	53,0	50,0
Не использую компьютер	0,0	0,0	6,7	4,1	8,3	11,1	28,6	34,2

Окончание табл. 4

Варианты ответов, %	Возраст							
	18–24 года	25–31 год	32–38 лет	39–45 лет	46–52 года	53–59 лет	60–66 лет	67 лет и старше
Хотели бы Вы улучшить свои знания по использованию компьютера и пройти курсы повышения квалификации?								
Да	46,8	46,7	41,7	42,1	41,7	50,0	46,9	26,3
Нет	38,3	40,0	58,3	36,8	33,3	38,9	38,8	55,9
Затрудняюсь ответить	14,9	13,3	0,0	21,1	25,0	11,1	14,3	17,8

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

волгоградцы, регулярно использующие компьютер и другие цифровые технологии в повседневной жизни и не нуждающиеся в помощи окружающих для этого (в большинстве своем респонденты от 18 до 52 лет). Вторая группа включает неуверенных пользователей, которые не имеют достаточно знаний для цифровой включенности в различные сферы общества (главным образом респонденты от 53 до 66 лет). Третья группа – это часть пожилых людей, не использующая технологии по различным причинам (например, из-за недостатка знаний, физических и психических нарушений, сложившихся отрицательных установок на цифровизацию современного общества). Ко второй и третьей группе относятся в основном пожилые люди от 53 лет и старше.

На открытый вопрос (задан всем респондентам) «Что именно Вас привлекает или ограничивает в использовании компьютера (ноутбука, планшета и др.)?» жители Волгограда обозначили две точки зрения. Одна группа (62,3 % от числа опрошенных), включающая респондентов различного возраста, отметила положительные стороны в использовании компьютера и в своих ответах указала на «удобство в обслуживании», «доступность», «поддержку», «независимость», «опыт и уверенность», «выгодность». Другая группа респондентов (28,0 % от числа опрошенных) отметила «недоверие к веб-сайтам», «физические и психические болезни», «я уже не смогу научиться», «мне очень много лет», «ограниченный доступ к онлайн-услугам», «мне это не нужно», «недостаток опыта и знаний». Ответы «мне очень много лет», «я уже не смогу научиться», «мне это не нужно» являются показателем наличия барьерных стереотипов для совершенствования цифровых знаний, повышения уровня цифровой компетентности. Внутренние барьеры свидетельствуют о негативном отношении к включенности в сферу цифровых услуг, дефиците и ограничении в получении цифровых знаний и навыков. Согласно эмпирическим данным, компетенции пожилых

людей во многом зависят от друзей, знакомых, родственников, которые оказывают им помощь в использовании цифровых технологий. Это личностный уровень формирования индивидуальных образовательных стратегий.

Как показывают результаты опроса, в создании доступной цифровой образовательной среды в большей степени нуждаются пожилые люди. В своих ответах они отметили территориальную удаленность от мест обучения, трудности в использовании правил для применения технологий в повседневной жизни, сложности образовательных программ, игнорировании индивидуальных потребностей населения. Эти факторы являются внешними барьерами для формирования цифровой грамотности населения и относятся к институциональному уровню формирования образовательных стратегий.

Ответившие на вопрос «Хотели бы Вы улучшить свои знания по использованию компьютера и пройти курсы повышения квалификации?» относятся ко всем возрастным группам от 18 лет и старше. Положительно на этот вопрос ответили только 26,3 % волгоградцев от 67 лет и старше. Самая большая доля респондентов, не имеющих желания получать цифровые знания и выстраивать образовательные стратегии, относится к самой старшей возрастной категории (55,3 %). В то же время следует подчеркнуть, что желающие повысить свою цифровую компетентность являются представителями всех возрастных категорий от 18 лет и старше независимо от того, владеют они компьютером или нет.

Согласно эмпирическим данным, большинство пожилых людей не имеют потребности в применении цифровых технологий в повседневной жизни. Они предпочитают традиционные средства связи, привычные коммуникативные практики и используют цифровые технологии для связи с родственниками, друзьями, знакомыми. Этот вывод имеет большое значение для данного исследования. Пожилые люди от 60 лет и старше значительно уступают всем остальным

возрастным группам в использовании цифровых технологий, и им характерен низкий уровень цифровой включенности в сферу социальных услуг. Это является показателем цифровой неосведомленности, неопытности, некомпетентности самых старших возрастных групп населения Волгограда.

В зависимости от цифровой компетентности, возможностей использования инновационных технологий в повседневной жизни индивиды выстраивают индивидуальные образовательные стратегии для повышения цифровой грамотности. Открытый вопрос «Каким образом Вы бы хотели повысить свои знания и навыки владения компьютером (ноутбуком, планшетом и др.)?» задавался респондентам, которые заявляли о возможности улучшения своих цифровых знаний. Пожилые респонденты (от 60 лет и старше) отметили, что они, либо «попросят об этом своих родственников или знакомых», либо «пройдут обучение по специальным образовательным программам», либо будут руководствоваться «интернет-приложениями, подсказками чат-ботов и другими инструментами». Возможности в дальнейшем улучшить свои цифровые знания, приобрести опыт по использованию инновационных технологий обозначили респонденты всех возрастных групп (от 18 лет и старше). Это подтверждает, что большинство респондентов выстраивают или готовы сформировать в дальнейшем свои цифровые образовательные стратегии.

ВЫВОДЫ / DISCUSSION

Эмпирические данные предоставили возможность выделить несколько особенностей, касающихся проблематики настоящего исследования.

1. Варианты ответов «пользуюсь без помощи окружающих» и «хотел бы улучшить свои знания по использованию компьютера и пройти курсы повышения квалификации» выбрали респонденты всех возрастных групп, хотя и в разных долях. Это свидетельствует о заинтересованности населения Волгограда в цифровой грамотности.

2. Вариант ответа «использую компьютер с помощью родственников, друзей, знакомых и др.» выбрали в большинстве своем представители возрастных групп от 46 лет и старше. Этот факт является показателем цифрового разрыва между молодым поколением и остальными возрастными группами. Только 26,3 % пожилых волгоградцев готовы осваивать компьютер, совершенствовать цифровые знания без помощи родственников, самостоятельно. В то же время цифровая компетентность необходима для выстраивания

дальнейших образовательных стратегий, включения в цифровую инфраструктуру современного общества.

3. Независимо от того, владеют респонденты компьютером или нет, большинство из представителей всех групп формируют цифровые образовательные стратегии, имеют желание улучшить свои знания и, следовательно, повысить цифровую компетентность.

В новой социальной реальности с использованием цифровых технологий изменяются индивидуальные образовательные стратегии. Цифровая среда предоставляет новые возможности для проектирования образовательных стратегий. Цифровые инструменты формируют умения для выстраивания индивидуальных образовательных маршрутов [Казанцева, Колмакова, Казанцева, Свердлова, 2022]. Для планирования своего дальнейшего обучения наряду с инфраструктурой большую роль играет организация образовательного процесса, в который включаются обучающиеся и педагоги [Мезинов, 2022]. В связи с этим многими современными учеными проектируются образовательные модели, предлагаются стратегии формирования цифровых компетенций субъектов процесса обучения, конструируются пространственные технологии для удаленной образовательной деятельности в соответствии с персональными запросами [Жукова, 2023; Брега, Круглякова, 2024]. В этом ключе отмечается роль библиотек, центров для престарелых, где организовываются практики цифрового общения, уделяется большое внимание значению образовательных центров, академических учреждений в преодолении цифровых разрывов и повышении компетентности населения с целью формирования инклюзивного общества, которое предоставляет каждому равный доступ к цифровым технологиям и возможности для их использования [Lenstra, 2017; Wang, Si, 2024]. Цифровые знания, убеждения, сетевые взаимодействия являются элементами цифровой культуры, которые формируются разными способами в процессе включения личности в цифровое пространство.

Результаты исследования предоставили возможность выделить формальный и неформальный способы формирования респондентами цифровых образовательных стратегий. Формальный способ заключается в использовании населением цифровой информации, освоении разработанных специалистами образовательных программ и приложений, применении цифровых инструментов (поисковых систем, искусственного интеллекта, чат-ботов) для обучения и включения в цифровую среду. 42,7 % от числа опро-

шенных респондентов в дальнейшем воспользуются созданной цифровой инфраструктурой. Неформальный способ основывается на обучении цифровым навыкам родственниками, знакомыми, друзьями. Согласно эмпирическим данным, многие пожилые люди используют неформальный способ выстраивания индивидуальных стратегий, 53,1 % респондентов от 60 лет и старше обращаются к родственникам и знакомым, потому что из-за своей цифровой некомпетентности не имеют возможности пользоваться цифровыми услугами и не имеют доступа к образовательным центрам. Это свидетельствует о том, что необходимо учитывать потребность и заинтересованность в цифровой грамотности и в использовании цифровых услуг отдельной личностью. Институциональная среда должна предоставлять удобную и доступную цифровую инфраструктуру, включающую образовательную составляющую для самообразования, развития цифровой грамотности представителей всех возрастных групп современного общества.

Цифровые образовательные стратегии личности имеют интегральный характер. Интегральность проявляется при выстраивании стратегий на личностном и институциональном уровнях, в охвате всех возрастных групп современного общества. Со стороны власти для удовлетворения постоянно меняющихся цифровых потребностей необходимо постоянно создавать непрерывные, гибкие образовательные программы поддержки населения, главным образом пожилых людей, потому что остальные возрастные группы имеют высокий уровень включенности в цифровую среду. По мнению ученых, в образовательный процесс необходимо включать «компьютерные алгоритмы», которые способствуют самообучению и прогнозированию успешной деятельности обучающихся [Latuheru, Manuputy, Angkotasan,

2024]. В будущем цифровые помощники в процессе обучения будут предлагать в персональном формате индивидуальные образовательные маршруты.

Образовательные стратегии личности имеют многоуровневый характер, поскольку планы на будущее выстраиваются на уровне личности, общества и государства. На личностном уровне многоуровневость проявляется в процессе оценки личной компетентности без включения в цифровую среду, а на институциональном уровне – в развитии цифровой многоуровневой образовательной инфраструктуры для всего населения. На институциональном уровне создаются технологии укрепления связи между цифровыми платформами социальных услуг и населением, создаются программы цифрового обучения пожилых людей и других возрастных групп населения, программы по совершенствованию цифровой инфраструктуры, формируются доступные цифровые инструменты для каждой возрастной группы в отдельности с учетом их включенности в цифровую среду и цифровой образованности [Quraishi, Ulusi, Moihd, Hakimi, 2024; Matorga, 2023].

Анализ научной литературы и эмпирических данных позволил спроектировать матрицу многоуровневости и интегральности цифровых образовательных стратегий личности, которая совмещает в себе уровни цифровой компетентности, способы и уровни выстраивания индивидуальных стратегий (табл. 5).

Табл. 5 показывает на зависимость цифровой компетентности и индивидуальных образовательных стратегий личности, значимость цифровой среды для самостоятельного планирования дальнейшего образования, необходимость интеграции личностного и институционального уровней для повышения цифровой грамотности.

Таблица 5. Матрица многоуровневости и интегральности цифровых образовательных стратегий личности

Table 5. The multilevel and integrity matrix of individual educational strategies

Уровни цифровой компетентности	Способы формирования индивидуальных цифровых образовательных стратегий	Уровни выстраивания индивидуальных цифровых образовательных
Низкий (отсутствие знаний и навыков использования цифровых технологий)	Неформальный	Личностный (без включения в цифровую среду)
Средний (недостаточно знаний для самостоятельного владения цифровыми технологиями)	Смешанный (неформальный, формальный)	Смешанный (на уровне личности, но с включением в цифровую инфраструктуру)
Высший (сформированные знания и наличие опыта использования цифровых технологий)	Формальный	Институциональный (включенность в цифровую инфраструктуру)

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Согласно результатам эмпирического исследования, на индивидуальные образовательные стратегии оказывают влияние личностные цели использования инновационных технологий, возраст и уровень цифровой компетентности. Если личность включена в образовательную систему независимо от уровня образования, цифровая образовательная стратегия выстраивается формальным (либо смешанным) способом. Включенность в систему образования способствует цифровой грамотности. В учебных заведениях обучающиеся получают необходимые знания и опыт для применения цифровых технологий в повседневной жизни. Личность, не относящаяся к трудоспособному населению и не включенная в систему образования, с низким (либо средним) уровнем цифровой компетентности, прибегает к неформальному (либо смешанному) способу формирования собственной образовательной стратегии.

В цифровом обществе для успешного включения в социум необходимо иметь средний или высший уровень компетентности, использовать формальный способ выстраивания образовательных стратегий и самостоятельно создавать индивидуальные планы для освоения и применения постоянно усложняющихся технологий. Для повышения цифровых знаний и приобретения опыта по использованию населением технологий необходимо разрабатывать удобные и доступные для всех возрастных групп многоуровневые и интегральные цифровые приложения и образовательные платформы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Представлена матрица, интегрирующая уровни цифровой компетентности, способы и уровни формирования индивидуальных цифровых

образовательных стратегий. Она имеет и практическое, и теоретическое значение. В практическом плане ее важность заключается в том, что матрица показывает на необходимость выстраивать стратегии развития образовательных цифровых программ для повышения грамотности различных групп населения, разрабатывать интегрированные образовательные системы для формирования цифровых навыков в использовании новых технологий, совершенствовать стратегии по расширению цифровых услуг и созданию институциональных условий для этого, выстраивать многоуровневые системы технологического управления услугами в различных сферах современного общества. Образовательные платформы должны включать цифровые приложения, инструкции, методические указания, адаптированные для каждой из возрастных групп, которые способствуют интеграции цифровых технологий и социальных услуг в различных сферах общественной жизни. В настоящее время формирование индивидуальных образовательных стратегий остается актуальной проблемой, требующей решения как со стороны власти и общества, так и со стороны каждой личности.

В теоретическом плане матрица предоставляет возможность концептуально осмыслить зависимость способов формирования образовательных стратегий от цифровой компетентности. В дальнейшем ее применение позволит найти решение для указанных выше проблем и будет способствовать созданию эффективной и доступной для каждой личности цифровой инфраструктуры и расширит возможности для самообразования каждой личности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абрахамов А.Э., Бакирова З.А. Психологические особенности формирования цифровой компетентности магистров педагогической направленности. Вестник КазНПУ им. Абая. Психология. 2023;3(76):153–161.
- Брега О.Н., Круглякова Г.В. Цифровой кампус как инструмент языковой подготовки студентов в эпоху цифровизации образования. Образование и наука. 2024;1(26):171–201. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-1-171-201>
- Васильева О.Н. К вопросу о цифровизации российских университетов – правовой аспект. Евразийская адвокатура. 2024;1(66):104–107. https://doi.org/10.52068/2304-9839_2024_66_1_104
- Горюнова М.А., Лебедева М.Б., Топоровский В.Г. Цифровая грамотность и цифровая компетентность педагога в системе среднего профессионального образования. Человек и образование. 2019;4:83–89.
- Жукова А.А. Модель формирования информационной компетенции учителей в процессе разработки электронной среды. Вестник сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2023;1(12):36–42. <https://doi.org/10.24412/2225-8264-2023-1-36-42>
- Казанцева Е.М., Колмакова О.А., Казанцева А.А., Свердлова Н.А. Стратегии овладения содержанием языкового образования с использованием цифровых технологий студентами технических вузов. Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2022;4(35). https://doi.org/10.51955/2312-1327_2022_4_159

- Мезинов В.Н. Развитие цифровой культуры студентов педагогического направления в практике вуза. Мир педагогики и психологии. 2022;12(77):115–121.
- Яковлева О.В., Куликова С.С. Образовательное поведение и агентность студентов в персонализированном цифровом обучении. Перспективы науки и образования. 2022;4(58):160–172. <https://doi.org/10.32744/pse.2022.4.10>
- Fischl C., Lindelöf N., Lindgren H., Nilsson I. Older adults' perceptions of contexts surrounding their social participation in a digitalized society – an exploration in rural communities in Northern Sweden. European Journal of Ageing. 2020;17:281–290. <https://doi.org/10.1007/s10433-020-00558-7>
- Kurnikova M.V., Dodorina J.V., Litovchenko V.B. Technological Paradigms of Digital Competences Development. In: Ashmarina S. J., Mantulenko V. V. (eds.) Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy. Springer Cham; 2021. Pp. 113–122. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47458-4_14
- Lasaiba D. Classroom Management Strategies in the Transformation of Education in the Digital Era: Integration of Technology and Teaching Methodologies. Jendela Pengetahuan. 2024;1(17):77–95. <https://doi.org/10.30598/jp17iss1pp77-95>
- Latuheru M.S., Manuputy F., Angkotasari S. Interactions Between Generations in Digital Literacy Education: A Case of Millennial Families in Suli, Central Maluku. Baileo: Jurnal Sosial Humaniora. 2024;2(1):141–154. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol1iss2pp141-154>
- Lenstra N. The Community-Based Information Infrastructure of Older Adult. Digital Learning: A Study of Public Libraries and Senior Centers in a Medium-sized City in the USA. Nordicom Review. 2017;1(38):65–77. <http://dx.doi.org/10.1515/nor-2017-0401>
- Machado B., dos Santos A., Sacavém J.R., Richter A., Sousa M.J. Education in the Post-covid Era: Educational Strategies in Smart and Sustainable Cities. In: Anwar S., Ullah A., Rocha Á., Sousa M.J. (eds.) ICITA 2022: Proceedings of International Conference on Information Technology and Applications. Springer Singapore; 2023. Pp. 645–654. https://doi.org/10.1007/978-981-19-9331-2_55
- Money A., Hall A., Harris D., Eost-Telling C., McDermott J., Todd C. Barriers to and Facilitators of Older People's Engagement with Web-based Services: Qualitative Study of Adults Aged >75 Years. JMIR Aging. 2024;7:e46522. <https://doi.org/10.2196/46522>
- Motorga M.E. Digital transformation in adult education: empowering global understanding and sustainable development. Journal of Educational Sciences. 2023;2(48):46–63. <http://dx.doi.org/10.35923/JES.2023.2.04>
- Quraishi T., Ulusi H., Moihd A., Hakimi M. Empowering Students Through Digital Literacy: A Case Study of Successful Integration in a Higher Education Curriculum. Journal of Digital Learning and Distance Education. 2024;2(9):667–681. <https://doi.org/10.56778/jdlde.v2i8.208>
- Sed S., Altangerel M. Some Results of the Study on Determining Digital Competence Needs of Citizens. Embedded Selforganising Systems. 2023;1(7):48–54. <http://dx.doi.org/10.14464/ess.v10i7.609>
- Wang Ch., Si L. The Intersection of Public Policy and Public Access: Digital Inclusion, Digital Literacy Education, and Libraries. Sustainability. 2024;5(16):1878. <http://dx.doi.org/10.3390/su16051878>
- Zhao Y., Llorente M.P., Gómez M.C.S. Digital Competence in Higher Education Research: A Systematic Literature Review. Computers & Education. 2021;168:104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>

REFERENCES

- Abrahamov A.E., Bakirova Z.A. Psychological features of formation of digital competence of masters students in pedagogical focus. Bulletin of Abai KazNPU. Series of Psychology. 2023;3(76):153–161. (In Russian).
- Brega O.N., Kruglyakova G.V. Digital campus as a tool for teaching English in the era of digital education. Education and Science Journal. 2024;1(26):171–201. (In Russian). <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-1-171-201>
- Fischl C., Lindelöf N., Lindgren H., Nilsson I. Older adults' perceptions of contexts surrounding their social participation in a digitalized society – an exploration in rural communities in Northern Sweden. European Journal of Ageing. 2020;17:281–290. <https://doi.org/10.1007/s10433-020-00558-7>
- Goryunova M.A., Lebedeva M.B., Toporovsky V.G. Teacher's digital literacy and digital competency in the system of secondary vocational education. Chelovek i obrazovanie. 2019;4:83–89. (In Russian).
- Kazantseva E.M., Kolmakova O.A., Kazantseva A.A., Sverdlova N.A. Strategies for mastering the content of language education using digital technologies by students of technical universities. Crede Experto: transport, society, education, language. 2022;4(35). (In Russian). https://doi.org/10.51955/2312-1327_2022_4_159
- Kurnikova M.V., Dodorina J.V., Litovchenko V.B. Technological Paradigms of Digital Competences Development. In: Ashmarina S. J., Mantulenko V. V. (eds.) Current Achievements, Challenges and Digital Chances of Knowledge Based Economy. Springer Cham; 2021. Pp. 113–122. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47458-4_14
- Lasaiba D. Classroom Management Strategies in the Transformation of Education in the Digital Era: Integration of Technology and Teaching Methodologies. Jendela Pengetahuan. 2024;1(17):77–95. <https://doi.org/10.30598/jp17iss1pp77-95>

- Latuheru M.S., Manuputy F., Angkotasari S.* Interactions Between Generations in Digital Literacy Education: A Case of Millennial Families in Suli, Central Maluku. *Baileo: Jurnal Sosial Humaniora*. 2024;2(1):141–154. <https://doi.org/10.30598/baileofisipvol1iss2pp141-154>
- Lenstra N.* The Community-Based Information Infrastructure of Older Adult. *Digital Learning: A Study of Public Libraries and Senior Centers in a Medium-sized City in the USA*. *Nordicom Review*. 2017;1(38):65–77. <http://dx.doi.org/10.1515/nor-2017-0401>
- Machado B., dos Santos A., Sacavém J.R., Richter A., Sousa M.J.* Education in the Post-covid Era: Educational Strategies in Smart and Sustainable Cities. In: Anwar S., Ullah A., Rocha Á., Sousa M.J. (eds.) *ICITA 2022: Proceedings of International Conference on Information Technology and Applications*. Springer Singapore; 2023. Pp. 645–654. https://doi.org/10.1007/978-981-19-9331-2_55
- Money A., Hall A., Harris D., East-Telling C., McDermott J., Todd C.* Barriers to and Facilitators of Older People's Engagement with Web-based Services: Qualitative Study of Adults Aged >75 Years. *JMIR Aging*. 2024;7:e46522. <https://doi.org/10.2196/46522>
- Motorga M.E.* Digital transformation in adult education: empowering global understanding and sustainable development. *Journal of Educational Sciences*. 2023;2(48):46–63. <http://dx.doi.org/10.35923/JES.2023.2.04>
- Mezinov V.N.* Development of digital culture of pedagogical students in the university practice. *Mir pedagogiki i psikhologii*. 2022;12(77):115–121. (In Russian).
- Quraishi T., Ulusi H., Moihd A., Hakimi M.* Empowering Students Through Digital Literacy: A Case Study of Successful Integration in a Higher Education Curriculum. *Journal of Digital Learning and Distance Education*. 2024;2(9):667–681. <https://doi.org/10.56778/jdlde.v2i8.208>
- Sed S., Altangerel M.* Some Results of the Study on Determining Digital Competence Needs of Citizens. *Embedded Selforganising Systems*. 2023;1(7):48–54. <http://dx.doi.org/10.14464/ess.v10i7.609>
- Vasilyeva O.N.* On the issue of digitalization of Russian universities – the legal aspect. *Eurasian Advocacy*. 2024;1(66):104–107. (In Russian). https://doi.org/10.52068/2304-9839_2024_66_1_104
- Wang Ch., Si L.* The Intersection of Public Policy and Public Access: Digital Inclusion, Digital Literacy Education, and Libraries. *Sustainability*. 2024;5(16):1878. <http://dx.doi.org/10.3390/su16051878>
- Yakovleva O.V., Kulikova S.S.* Educational behavior and student agency in personalised digital learning. *Perspectives of Science and Education*. 2022;4(58):160–172. (In Russian). <https://doi.org/10.32744/pse.2022.4.10>
- Zhao Y., Llorente M.P., Gómez M.C.S.* Digital Competence in Higher Education Research: A Systematic Literature Review. *Computers & Education*. 2021;168:104212. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2021.104212>
- Zhukova A.A.* Model of formation of the information competence of teachers in the process of developing the electronic educational environment. *Herald of Siberian Institute of Business and Information Technologies*. 2023;1(12):36–42. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2225-8264-2023-1-36-42>

Роль психологического фактора в развитии современных социально-когнитивных технологий

УДК 159.9

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-63-72

Получено 22.01.2025

Доработано после рецензирования 05.03.2025

Принято 12.03.2025

Соколовская Ирина Эдуардовна

Д-р психол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории

ORCID: 0000-0001-8917-3490

E-mail: i.e.sokol@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Рассмотрена критическая роль психологических факторов в формировании и развитии современных социально-когнитивных технологий (далее – СКТ). Проанализировано влияние этих факторов на эффективность и результативность СКТ, охватывающих широкий спектр инструментов от интерактивных образовательных платформ до социальных сетей и приложений для обмена информацией. В центре исследования находится анализ того, как психологические аспекты, такие как восприятие информации, эмоциональный интеллект, внутренняя мотивация и динамика социального влияния, определяют успешность использования СКТ в различных областях. Изучено, как эти факторы влияют на взаимодействие, обучение и решение социальных проблем, с которыми сталкиваются пользователи в цифровой

среде. Социальные технологии трактуются как инновационные методы и подходы, нацеленные на устойчивое улучшение качества жизни людей в различных аспектах, включающие как традиционные формы взаимодействия (волонтерство, менторство), так и современные цифровые инструменты. Подчеркнуто, что СКТ ориентированы на оптимизацию обмена знаниями, повышение уровня социальной сплоченности и эффективное взаимодействие в онлайн-сообществах. Настоящее исследование предлагает углубленный взгляд на взаимосвязь между психологическими факторами и развитием СКТ, выявляя ключевые аспекты для проектирования эффективных и социально значимых технологических решений.

Ключевые слова

Социально-когнитивные технологии, социальные сети, образовательные платформы, психологические факторы, восприятие, эмоции, мотивация, социальное влияние, социальные технологии, взаимодействие, обучение, качество жизни

Для цитирования

Соколовская И.Э. Роль психологического фактора в развитии современных социально-когнитивных технологий // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 63–72.

© Соколовская И.Э., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



The psychological factor role in modern socio-cognitive technologies development

Received 22.01.2025

Revised 05.03.2025

Accepted 12.03.2025

Irina E. Sokolovskaya

Dr. Sci. (Psy.), Prof. at the Sociology, Psychology of Management and History Department

ORCID: 0000-0001-8917-3490

E-mail: i.e.sokol@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

ABSTRACT

The critical role of psychological factors in forming and developing modern socio-cognitive technologies (hereinafter referred as SCT) has been considered. The impact of these factors on effectiveness and efficiency of SCTs, covering a wide range of tools from interactive educational platforms to social networks and information sharing applications, has been analyzed. The study focus is to analyze how psychological aspects such as information perception, emotional intelligence, intrinsic motivation, and social influence dynamics determine the success of using SCT in different domains and how these factors influence interaction, learning, and social problem solving faced by users in digital

environments. Social technologies are interpreted as innovative methods and approaches aimed at sustainably improving people's quality of life in various aspects, incorporating both traditional interaction forms (volunteering and mentoring) and modern digital tools. It has been emphasized that SCTs focus on optimizing knowledge sharing and increasing social cohesion and effective interaction in online communities. The study offers an in-depth look at the interrelationship of psychological factors and SCTs development, identifying key aspects for designing effective and socially relevant technological solutions.

Keywords

Socio-cognitive technologies, social networks, educational platforms, psychological factors, perception, emotions, motivation, social influence, social technologies, interaction, learning, quality of life

For citation

Sokolovskaya I.E. (2025) The psychological factor role in modern socio-cognitive technologies development. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 63–72. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-63-72

© Sokolovskaya I.E., 2025.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Современные социально-когнитивные технологии, охватывающие широкий спектр инструментов от социальных сетей и интерактивных образовательных платформ до специализированных приложений для сотрудничества и обмена информацией стремительно интегрируются в структуру повседневной жизни. Этот процесс оказывает глубокое и многогранное воздействие, не только трансформируя способы общения между людьми, но и влияя на их когнитивные процессы, мотивационные установки и общее поведение. В этом контексте психологические факторы, такие как индивидуальное восприятие, эмоциональный интеллект, внутренняя мотивация и динамика социального влияния, играют критически важную роль в развитии, адаптации и, что самое главное, эффективности этих технологий.

Социально-когнитивные технологии, по сути, представляют собой сложные инструменты и платформы, которые активно способствуют социальному взаимодействию и непрерывному обучению, опираясь на фундаментальные принципы социальной психологии и когнитивной науки. В более широком смысле социальные технологии можно определить как инновационные методы и подходы, направленные на решение острых социальных проблем и устойчивое улучшение качества жизни людей в различных аспектах. Они могут включать как традиционные, проверенные временем формы взаимодействия (например, активное волонтерство, менторство, общественные инициативы и гражданское участие), так и современные цифровые платформы, включая социальные сети, масштабные открытые онлайн-курсы (MOOCs), специализированные образовательные приложения, и другие цифровые инструменты, разработанные для оптимизации взаимодействия, обмена знаниями, повышения уровня социальной сплоченности и расширения возможностей для самореализации.

Однако эффективность этих технологий напрямую зависит от их способности учитывать и интегрировать психологические аспекты человеческого поведения. Например, понимание когнитивных ограничений пользователей позволяет разрабатывать интерфейсы, которые не перегружают когнитивные ресурсы и способствуют оптимальной обработке информации. Учет мотивационных факторов позволяет создавать стимулы для активного участия и вовлеченности. Анализ социальных динамик позволяет формировать сообщества, которые поддерживают конструктивное взаимодействие и сотрудничество.

Данная статья нацелена на комплексное исследование того, как именно эти психологические факторы влияют на разработку, внедрение и применение социально-когнитивных технологий в различных сферах деятельности от образования и здравоохранения до бизнеса и государственного управления. Мы рассмотрим ключевые психологические концепции, лежащие в основе взаимодействия человека с технологиями, и проанализируем, как эти концепции могут быть использованы для проектирования более эффективных, удобных и социально ответственных социально-когнитивных систем. Наша цель – предоставить обзор современных исследований и практических рекомендаций, которые помогут разработчикам, исследователям и лицам, принимающим решения, лучше понимать и использовать потенциал социально-когнитивных технологий для решения сложных социальных проблем и улучшения качества жизни людей. Мы также рассмотрим этические аспекты использования этих технологий и подчеркнем важность разработки и применения социально-когнитивных инструментов с учетом принципов справедливости, прозрачности и ответственности.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА / PSYCHOLOGICAL FACTORS INFLUENCING HUMAN BEHAVIOR

Психологические факторы играют ключевую роль в формировании поведения человека, охватывая широкий спектр внутренних состояний и процессов. Среди наиболее значимых психологических факторов выделяются следующие.

1. Мотивация является фундаментальным психологическим процессом, определяющим побуждения к действию посредством внутренних потребностей и внешних стимулов. Она объясняет почему люди выбирают определенные цели и прилагают усилия для их достижения. Мотивация может быть как внутренней (обусловленной интересом и удовольствием от самой деятельности), так и внешней (связанной с получением вознаграждения или избеганием наказания). Теории мотивации, такие как теория самодетерминации, подчеркивают важность автономии, компетентности и взаимосвязанности для поддержания внутренней мотивации.

2. Восприятие представляет собой активный процесс интерпретации информации, поступающей из окружающего мира, посредством органов чувств. Этот процесс формирует субъективную реальность каждого индивида, определяя

его понимание и отношение к окружающей среде. Восприятие не является пассивным отражением реальности – оно активно конструируется на основе предыдущего опыта, ожиданий, когнитивных схем и текущего эмоционального состояния. Гештальтпсихология внесла значительный вклад в понимание принципов организации восприятия, таких как закон близости, закон схожести и закон замкнутости.

3. Социальное влияние представляет собой процесс, посредством которого мнения, убеждения и поведение человека изменяются под воздействием других людей или социальных групп. Социальное влияние может проявляться в различных формах, таких как конформизм (подчинение групповым нормам), повиновение (подчинение авторитету) и убеждение (изменение отношения посредством коммуникации). Исследования социального влияния, проведенные С. Ашем и С. Милгрэмом, продемонстрировали мощное воздействие социальных факторов на индивидуальное поведение.

4. Эмоции представляют собой сложные психофизиологические состояния, характеризующиеся субъективным опытом, физиологическими изменениями и поведенческими реакциями. Эмоции играют важную роль в социальных взаимодействиях, оказывая влияние на принятие решений, межличностные отношения и общее благополучие. Эмоциональный интеллект (англ. Emotional Intelligence, EI), определяемый как способность распознавать, понимать и управлять своими эмоциями и эмоциями других людей, является ключевым фактором успешной социальной адаптации и эффективного взаимодействия.

Понимание этих психологических факторов, а также их взаимодействия позволяет глубже анализировать и прогнозировать поведение людей в различных ситуациях, включая взаимодействие с социально-когнитивными технологиями. Это понимание является необходимым условием для разработки технологий, которые соответствуют потребностям и ожиданиям пользователей, стимулируют их вовлеченность и способствуют достижению желаемых результатов.

Влияние психологических факторов на социально-когнитивные технологии проявляется многогранно и требует детального анализа каждого аспекта.

1. В контексте социально-когнитивных технологий восприятие информации пользователями имеет решающее значение для определения их общей успешности и эффективности. Исследования в области когнитивной психологии убедительно показывают, что феномен тесно связан

с существующими предвзятостями, накопленным опытом и текущим эмоциональным состоянием пользователя. Например, один и тот же информационный контент может быть интерпретирован совершенно по-разному разными пользователями, что обусловлено их индивидуальным предыдущим опытом, культурным контекстом и личными убеждениями. Это подчеркивает критическую важность адаптации контента и интерфейсов социально-когнитивных технологий для максимально точного соответствия потребностям и особенностям различных целевых аудиторий [Kahneman, 2011]. Разработчики должны учитывать когнитивные искажения и разрабатывать стратегии для их смягчения.

Эффект фрейминга (англ. framing effect) демонстрирует, что способ представления информации (как выигрыш или как потеря) может существенно влиять на принятие решений. В контексте социально-когнитивных технологий использование позитивного фрейминга может повысить вероятность принятия решения, направленного на улучшение здоровья или повышение эффективности работы. Эвристика доступности (англ. availability heuristic) может приводить к переоценке вероятности событий, которые легко вспоминаются, например, из-за их недавности или яркости. Разработчики должны учитывать эти когнитивные искажения при проектировании интерфейсов и предоставлении информации, чтобы избежать неверных интерпретаций и нерациональных решений.

Зрительное восприятие играет значительную роль. Цветовая палитра, расположение элементов интерфейса, использование визуальных подсказок – все эти аспекты влияют на то, как пользователи воспринимают информацию. Исследования в области психологии цвета показали, что разные цвета вызывают разные эмоциональные реакции и ассоциации. Например, синий цвет часто ассоциируется с доверием и надежностью, а красный – с энергией и опасностью. Умелое использование цветовой палитры может улучшить восприятие информации и повысить эффективность взаимодействия с технологией.

2. Эмоции играют фундаментальную роль в процессах принятия решений и в формировании эффективного взаимодействия с социально-когнитивными технологиями. Положительные эмоции, такие как радость, интерес и чувство принадлежности, могут активно способствовать сотрудничеству, повышению вовлеченности и укреплению социальных связей. Негативные эмоции, такие как гнев, страх или разочарование, могут приводить к конфликтам, снижению

уровня активности и даже отказу от использования технологии. Исследования показывают, что эмоциональные реакции пользователей на контент, распространяемый в социальных сетях, могут оказывать значительное влияние на уровень их вовлеченности, время, проведенное на платформе, и готовность делиться информацией [Berkowitz, 1984]. Таким образом, социальные технологии, которые целенаправленно вызывают положительные эмоции, например, через создание креативного и вдохновляющего контента, предоставление поддержки и обратной связи, или формирование чувства общности, с большей вероятностью будут эффективны в достижении своих стратегических целей. Социально-когнитивные технологии должны учитывать эмоциональные потребности пользователей и способствовать развитию эмоционального интеллекта и эмпатии. Это может быть достигнуто путем использования технологий, которые позволяют пользователям выражать свои эмоции, понимать эмоции других людей и оказывать поддержку.

3. Мотивация является ключевым фактором, непосредственно определяющим уровень участия пользователей в социальных инициативах и онлайн-сообществах. Исследования в области мотивационной психологии показывают, что социальные программы и платформы, которые эффективно подчеркивают личные достижения пользователей, признают их вклад и предоставляют возможности для социального признания, могут значительно повысить уровень вовлеченности и долгосрочной активности [Deci, Ryan, 2000]. Например, на образовательных платформах активное использование элементов геймификации, таких как начисление баллов, выдача виртуальных наград и создание рейтинговых таблиц, может значительно повысить мотивацию студентов к обучению и достижению высоких результатов [Deterding et al., 2011].

В более широком смысле исследования убедительно показывают, что люди активнее участвуют в социальных инициативах, когда они чувствуют личную заинтересованность в успехе проекта, видят значимость своего индивидуального вклада и ощущают реальную возможность повлиять на ситуацию. Так, программы волонтерства, которые подчеркивают важность работы каждого волонтера, предоставляют возможности для развития новых навыков и обеспечивают социальное признание, могут значительно повысить уровень участия и удовлетворенность волонтеров. Социально-когнитивные технологии должны быть разработаны таким образом, чтобы стимулировать мотивацию и вовлеченность

пользователей. Это может быть достигнуто путем использования геймификации (англ. gamification), предоставления обратной связи, создания чувства общности и поддержки, а также предоставления возможности для самовыражения и самореализации.

4. Социальное влияние и установленные групповые нормы могут оказывать значительное и часто неосознаваемое воздействие на поведение пользователей в контексте социально-когнитивных технологий. Групповое давление, стремление соответствовать ожиданиям окружающих и боязнь быть отвергнутым могут побуждать пользователей к определенным действиям, таким как распространение определенной информации, поддержка определенной точки зрения или участие в социальных инициативах, которые соответствуют нормам группы. Социальные сети активно используют это социальное влияние для создания эффекта «социального доказательства», показывая пользователям, что определенные действия популярны и одобряются большинством, что может значительно увеличить вовлеченность пользователей и побудить их к аналогичным действиям [Cialdini, 2001]. Понимание и использование принципов социального влияния требует этического подхода и учета потенциальных рисков манипулирования пользователями. Социально-когнитивные технологии могут быть использованы для содействия сотрудничеству и обмену знаниями между людьми. Это требует учета социальных динамик, формирования доверия, установления норм и правил, а также предоставления инструментов для эффективной коммуникации и координации.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ В СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ / FEATURES OF PSYCHOLOGICAL FACTORS IMPLEMENTATION IN MODERN TECHNOLOGIES

Для более наглядного понимания рассмотрим конкретные примеры применения психологических факторов в различных социально-когнитивных технологиях.

1. Социальные сети – платформы, такие как Facebook, Instagram (деятельность запрещена на территории Российской Федерации) и TikTok, – активно используют психологические принципы и механизмы для максимизации вовлеченности пользователей и поддержания их активности на платформе. Например, широко распространенные функции «лайков», эмоциональных

реакций и развернутых комментариев служат мощной формой социального подтверждения, предоставляя пользователям мгновенную обратную связь о популярности и одобрении их контента. Этот механизм побуждает пользователей активно делиться личными историями, креативным контентом и участвовать в обсуждениях, создавая эффект «социального доказательства», который значительно усиливает влияние группы на индивидуальное поведение и предпочтения [Bakhshaei et al., 2017]. Алгоритмы ранжирования контента также часто основаны на психологических принципах, таких как «эффект знакомства» (тенденция предпочитать знакомые стимулы) и «эффект потери» (тенденция избегать потерь больше, чем приобретать выгоды).

2. В сфере образовательных технологий психологические факторы также играют исключительно важную роль в создании эффективной и стимулирующей среды обучения. Платформы, предлагающие интерактивное обучение, персонализированную обратную связь и возможности для сотрудничества между студентами, могут значительно повысить мотивацию, вовлеченность и общую эффективность обучения. Интеграция элементов геймификации, таких как начисление наград за достижения, разблокировка новых уровней сложности и соревновательные элементы, может способствовать улучшению результатов обучения, стимулируя соревновательный дух и поддерживая интерес к учебному процессу [Namari et al., 2016]. Применение принципов когнитивной нагрузки и интервального повторения также способствует более эффективному усвоению материала.

3. Благотворительные кампании, направленные на привлечение донорских средств и волонтеров, часто используют психологические факторы для мотивации потенциальных доноров и повышения их готовности к участию. Эмоциональные истории, рассказывающие о реальных людях и их проблемах, и визуальный контент, наглядно демонстрирующий последствия нехватки помощи, могут вызывать сильное сочувствие, эмпатию и искреннее желание помочь нуждающимся. Использование известных личностей, знаменитостей и уважаемых лидеров общественного мнения в качестве амбассадоров благотворительных проектов может значительно повысить уровень доверия к кампании и мотивацию к участию, используя «эффект авторитета» [Small, Verrochi, 2009]. Кроме того, эффективные благотворительные кампании часто используют принципы социальной психологии, такие как «взаимный обмен» (предложение

небольшого вознаграждения за пожертвование) и «дефицит» (подчеркивание ограниченности времени или ресурсов).

ПРОБЛЕМЫ И ВЫЗОВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-КОГНИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ / ISSUES AND CHALLENGES OF USING SOCIO-COGNITIVE TECHNOLOGIES

Рассмотрим проблемы и вызовы использования социально-когнитивных технологий в современном обществе. Социально-когнитивные технологии (далее – СКТ) представляют собой широкий спектр инструментов и платформ, которые используются для облегчения взаимодействия, обучения и обмена информацией в цифровом пространстве. Они включают социальные сети, образовательные платформы, приложения для совместной работы и другие технологии, которые влияют на социальное поведение и когнитивные процессы пользователей. Несмотря на их потенциал для улучшения качества жизни и образования, использование СКТ также сопровождается рядом проблем и вызовов, требующих внимания исследователей, разработчиков и пользователей.

Одной из наиболее острых проблем, связанных с использованием СКТ, является угроза конфиденциальности. Платформы социальных сетей и образовательные технологии часто собирают и хранят большие объемы личной информации пользователей. Это создает риски несанкционированного доступа к данным, утечек информации и ее использования в коммерческих целях без согласия пользователей [Acquisti et al., 2015]. Исследования показывают, что многие пользователи не осознают, как их данные могут быть использованы, что подчеркивает необходимость повышения осведомленности о конфиденциальности [Nissenbaum, 2004].

Проблемы безопасности данных также являются важным аспектом. Уязвимости в системах могут привести к кибератакам, которые могут причинить значительный ущерб как отдельным пользователям, так и организациям. Например, утечка данных может привести к финансовым потерям, потере репутации и юридическим последствиям [Kumar et al., 2019]. В связи с этим разработчикам необходимо уделять особое внимание вопросам безопасности, внедряя эффективные меры защиты данных.

Использование психологических факторов в социально-когнитивных технологиях может вызывать этические вопросы. Например, манипуляция

эмоциями для достижения определенных целей может привести к недоверию и негативным последствиям. Важно учитывать этические нормы и устанавливать границы в использовании психологических аспектов [Nissenbaum, 2004]. Технологии, такие как алгоритмы, которые определяют какой контент показывать пользователям, могут использоваться для создания эмоциональных реакций, что может привести к манипуляции мнением и поведением пользователей [Tufekci, 2015]. Например, алгоритмы социальных сетей могут усиливать негативные эмоции, создавая «информационные пузыри», что может привести к поляризации мнений и конфликтам в обществе.

Этические аспекты также касаются ответственности разработчиков технологий. Разработчики должны учитывать последствия своих решений и стремиться к созданию технологий, которые не только эффективны, но и этичны. Это включает прозрачность алгоритмов, возможность пользователям контролировать свои данные и минимизацию негативных последствий их использования [Zuboff, 2019].

Различия в восприятии и мотивации могут создавать вызовы в контексте инклюзии. Социально-когнитивные технологии должны быть адаптированы для различных групп, чтобы учитывать их уникальные потребности и предпочтения. Это требует глубокого понимания культурных и социальных контекстов [Harrison et al., 2017].

СКТ изменяют формат общения, что может иметь как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, технологии позволяют людям общаться на расстоянии, находить единомышленников и делиться опытом. С другой стороны, они могут способствовать поверхностным взаимодействиям и снижению качества общения. Исследования показывают, что чрезмерное использование социальных сетей может привести к чувству одиночества и депрессии [Twenge et al., 2017].

Социальная изоляция является еще одной проблемой, связанной с использованием СКТ. Несмотря на то что технологии облегчают взаимодействие, они также могут способствовать уменьшению общения лицом к лицу. Это может привести к ухудшению социальных навыков и увеличению чувства отчуждения, особенно среди молодежи, которая активно использует социальные сети [Valkenburg, Peter, 2007].

Доступность СКТ является важным аспектом, так как не все пользователи имеют равный доступ к технологиям. Цифровое неравенство может быть вызвано различными факторами, такими как уровень образования, доход, географическое

положение и возраст. Это создает барьеры для участия в цифровом обществе и может усугубить существующие социальные неравенства [van Dijk, 2005]. Для решения проблемы доступности и инклюзии важно разрабатывать технологии, учитывающие потребности различных групп пользователей. Это включает создание интуитивно понятных интерфейсов, доступных для людей с ограниченными возможностями, а также адаптацию контента для различных культурных и языковых групп [Burgstahler, 2008].

Будущее социально-когнитивных технологий будет требовать более глубокой интеграции психологических аспектов в их дизайн и реализацию. Это может включать использование данных о пользователях для создания персонализированного опыта и более эффективного взаимодействия.

Необходимость в дальнейшем исследовании влияния психологических факторов на социально-когнитивные технологии будет возрастать. Это позволит разработать более эффективные стратегии для решения социальных проблем и повышения качества жизни. Это включает изучение влияния технологий на поведение пользователей, разработку этических норм и стандартов, а также оценку долгосрочных последствий использования технологий в различных сферах жизни [Livingstone, 2018].

Будущее СКТ будет зависеть от инноваций и ответственности разработчиков. Создание этических, безопасных и доступных технологий, способствующих положительным социальным взаимодействиям, станет ключевым фактором для их успешного внедрения и использования в современном обществе.

ЭТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-КОГНИТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ / ETHICAL ANALYSIS OF SOCIO-COGNITIVE TECHNOLOGIES

Этические соображения как фундамент моральной ответственности пронизывают все аспекты разработки, внедрения и использования СКТ. В свете их экспоненциально растущего влияния на поведение, когнитивные процессы, эмоциональное состояние и социальное взаимодействие пользователей углубленный и всесторонний этический анализ становится не просто желательным, но и абсолютно необходимым условием для обеспечения ответственного и безопасного развития этих технологий.

1. Право на неприкосновенность частной жизни в эпоху цифровой прозрачности. СКТ в силу

своей природы часто собирают и обрабатывают обширные объемы личной информации, генерируемой пользователями в процессе взаимодействия. Эти данные могут включать демографические сведения, личные предпочтения, историю поисковых запросов, данные о местоположении, информацию о социальных связях и даже биометрические данные. Этот огромный массив информации становится привлекательной целью для злоумышленников, а также потенциальным источником злоупотреблений со стороны разработчиков и третьих лиц. Утечки данных, несанкционированный доступ к личной информации и использование этих данных в коммерческих целях без явного и информированного согласия пользователей представляют собой серьезные этические проблемы, подрывающие доверие к СКТ и нарушающие фундаментальное право на неприкосновенность частной жизни.

Решением этой проблемы является внедрение строгих мер по защите данных, включая шифрование данных при хранении и передаче, регулярные аудиты безопасности, а также разработку и внедрение механизмов контроля доступа к личной информации. Важно обеспечить полную прозрачность в отношении сбора и использования данных, предоставляя пользователям понятную и доступную информацию о том, какие данные собираются, как они используются и кем они могут быть переданы. Пользователям должна быть предоставлена возможность в любой момент времени получать доступ к своим данным, редактировать их и удалять.

2. Сохранение возможности осознанного выбора в эпоху алгоритмической предсказуемости. СКТ, опираясь на мощные алгоритмы машинного обучения, все чаще используются для формирования поведенческих паттернов и предсказания индивидуальных предпочтений. Эти алгоритмы могут использовать психологические принципы, такие как персонализированные рекомендации, ретаргетинг и геймификация, для манипулирования поведением пользователей, направляя их к определенным действиям или убеждениям. Такая практика при неэтичном применении может ограничивать автономию и свободу воли пользователей, лишая их возможности делать осознанный выбор и контролировать свой опыт.

Для защиты автономии пользователей необходимо избегать практик, которые оказывают чрезмерное давление на принятие решений или создают иллюзию выбора. Важно предоставлять пользователям возможность понимать, как работают алгоритмы и как они влияют на отображаемый контент. Следует предоставлять пользователям

возможность отключать персонализацию и контролировать параметры алгоритмов, а также предлагать альтернативные варианты, не основанные на алгоритмической предсказуемости.

3. Борьба с алгоритмической предвзятостью и социальным неравенством. Алгоритмы СКТ, обучающиеся на исторических данных, могут воспроизводить и даже усиливать существующие социальные неравенства и предрассудки. Это может приводить к дискриминации определенных групп пользователей, например, по признаку расы, пола, возраста или социально-экономического статуса. Предвзятые алгоритмы могут, например, ограничивать доступ к образовательным ресурсам, вакансиям или финансовым услугам для определенных групп пользователей, увековечивая социальное неравенство.

Для обеспечения справедливости и недискриминации необходимо разрабатывать и обучать алгоритмы на репрезентативных и непредвзятых данных. Важно проводить регулярный аудит алгоритмов на наличие предвзятости и использовать методы для смягчения негативных последствий. Необходимо учитывать разнообразие пользователей и адаптировать технологии для различных культурных и социальных контекстов.

4. Обеспечение понимания работы сложных алгоритмических систем. Многие алгоритмы, используемые в СКТ, являются «черными ящиками», непрозрачными для пользователей и даже для многих разработчиков. Это затрудняет понимание того, как принимаются решения и как они влияют на жизнь пользователей. Отсутствие прозрачности порождает недоверие к технологиям и затрудняет возможность оспаривания несправедливых или дискриминационных решений.

Необходимо стремиться к повышению прозрачности и объяснимости алгоритмов. Это может быть достигнуто путем использования техник объяснимого искусственного интеллекта, которые позволяют понять почему алгоритм принял то или иное решение [Gunning, Aha, 2019]. Важно предоставлять пользователям информацию о факторах, которые влияют на работу алгоритмов, и возможность оспаривать решения, принятые алгоритмом.

5. Установление четких границ и механизмов контроля. Разработчики и организации, внедряющие СКТ, должны нести ответственность за последствия их использования. Необходимо создавать четкие механизмы подотчетности, которые позволят пользователям сообщать о проблемах, требовать компенсации за причиненный ущерб и привлекать к ответственности виновных. Важно установить этические кодексы для разработчиков

и пользователей СКТ, а также разработать механизмы независимого аудита и контроля.

Этический анализ должен стать неотъемлемой частью процесса разработки и внедрения СКТ. Только путем постоянного критического осмысления и учета моральных ценностей общества можно обеспечить, чтобы эти технологии служили благу человечества и не приводили к непреднамеренным негативным последствиям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Эффективная разработка и успешное внедрение социально-когнитивных технологий требует не просто технической экспертизы, но и глубокого, комплексного понимания психологических факторов, лежащих в основе человеческого поведения, мотиваций и социального взаимодействия. Это понимание должно пронизывать все этапы разработки от первоначального проектирования интерфейса и архитектуры платформы до непрерывной оценки и оптимизации функциональности и контента.

Игнорирование психологических аспектов неминуемо приводит к созданию технологий, которые, несмотря на свою техническую совершенность, оказываются неэффективными,

неудобными для использования или даже потенциально вредными для пользователей. Например, интерфейс, перегруженный информацией и сложными элементами управления, может вызвать когнитивную перегрузку и отторжение, в то время как система, не учитывающая мотивационные факторы, может не стимулировать достаточную вовлеченность и активность.

Более того, необходимо учитывать этические соображения, связанные с использованием психологических принципов в СКТ. Манипулирование эмоциями, создание «информационных пузырей» и использование техник социального убеждения без четких границ может привести к потере доверия, усилению поляризации мнений и нарушению автономии пользователей.

Ключевым аспектом является междисциплинарное сотрудничество между разработчиками, психологами, социологами и этиками. Это позволит создавать СКТ, которые не только эффективны в достижении поставленных целей, но и соответствуют ценностям, потребностям и этическим нормам пользователей, а также способствуют их благополучию и социальному прогрессу. Необходимо создавать и применять СКТ ответственно и обдуманно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Acquisti A., Brandimarte L., Loewenstein G.* Privacy and Human Behavior in the Age of Information. *Science*. 2015;347(6221):509–510. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1465>
- Bakhshaei M. et al.* The Role of Social Media in the Development of Social Capital: A Study of Facebook Users. *Journal of Social Media Studies*. 2017;1(1):1–15.
- Berkowitz L.* Some Effects of Thoughts on the Emotional Reactions to the Media. *Journal of Communication*. 1984;3(34):44–56.
- Burgstahler S.* Universal Design in Higher Education: From Principles to Practice. Harvard Education Press; 2008. 308 p.
- Cialdini R.B.* Influence: Science and Practice. Allyn & Bacon; 2001. 262 p.
- Deci E.L., Ryan R.M.* The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*. 2000;4(11):227–268.
- Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L.* From Game Design Elements to Gamefulness: defining gamification. In: *Envisioning Future Media Environments: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference*. 2011. <http://dx.doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Gunning D., Aha D.* DARPA’s Explainable Artificial Intelligence (XAI) Program. *AI Magazine*. 2019;2(40):44–58. <http://dx.doi.org/10.1609/aimag.v40i2.2850>
- Hamari J., Koivisto J., Sarsa H.* Does Gamification Work? A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*. 2016. <http://dx.doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Harrison S.R. et al.* The Role of Diversity in Social Media: A Study of Users’ Perceptions. *Journal of Social Media Studies*. 2017;1(2):25–40.
- Kahneman D.* Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux; 2011. 499 p.
- Kumar R. et al.* Cybersecurity: A Comprehensive Study. *Journal of Computer Networks and Communications*. 2019.
- Livingstone S.* Internet Safety: A Global Perspective. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*. 2018;2(8):1–12.
- Nissenbaum H.* Privacy as Contextual Integrity. *Washington Law Review*. 2004;1(79):101–139.

Small D.A., Verrochi N.M. The Face of Need: Facial Emotion Expression on Charity Advertisements. *Journal of Marketing Research*. 2009;6(46):777–787.

Tufekci Z. Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: A Research Agenda for Social Media. 2015.

Twenge J.M. et al. Age, Period, and Cohort Trends in Mood Disorder Indicators Among U.S. Adolescents, 2005–2017. *Psychological Medicine*. 2017;9(49):1495–1501.

Van Dijk J. The Deepening Divide: Inequality in the Information Society. Sage Publications; 2005. 248 p.

Valkenburg P.M., Peter J. Online Communication Among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risks. *Journal of Adolescent Health*. 2007;2(40):209–216.

Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: Public Affairs. 2019. 704 p.

От рекламы к сообществу: воздействие эпатажного маркетинга фастфуда на потребительское поведение и социальные связи молодежи

УДК 316.77, 339.3

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-73-82

Получено 28.02.2025

Доработано после рецензирования 28.03.2025

Принято 01.04.2025

Горюнова Светлана Александровна

Аспирант

ORCID: 0000-0001-8004-5900

E-mail: svetochka_goryunova1553@mail.ru

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены результаты социологического исследования влияния эпатажной рекламы фастфуда на потребительское поведение и социальные связи молодежи. Методологические основы настоящего исследования основываются на комбинированном подходе, включающем социологическое наблюдение, опрос и анкетирование. Социологическое наблюдение позволяет определить реальные реакции молодежи на эпатажный маркетинг фастфуда, в то время как опрос и анкетирование способствуют сбору количественных данных о потребительском поведении и восприятии рекламы. Анализ этих аспектов направлен на выявление взаимосвязей между рекламными стратегиями и социальными связями молодых людей в цифровом пространстве, что особенно подчеркивает значимость исследования для понимания современного маркетинга и его влияния на молодежные

сообщества. Автор на основании эмпирического исследования делает вывод о взаимосвязи эпатажного маркетинга фастфуда с потребительским поведением молодежи, выявляя основные позиции ключевых аспектов маркетинговых технологий управления. Эпатажная реклама продукции фастфуда не только воздействует на пищевые предпочтения и привычки молодежи, но и способствует укреплению социальных связей среди молодого поколения, обеспечивая их ежедневное общение, обмен информацией и эмоциями, стимулируя ежедневные покупки и потребление продукции быстрого приготовления, принимая во внимание мнение близких и знакомых, что в конечном итоге формирует социальные сообщества и социальный капитал среди населения Российской Федерации.

Ключевые слова

Эпатажный маркетинг, маркетинговые технологии управления, потребительское поведение, фастфуд, молодежь, реклама, социальные связи, пищевые привычки

Благодарности. Автор статьи выражает свою благодарность научному руководителю д-ру социологических наук, профессору кафедры социологии, психологии управления и истории Государственного университета управления И.В. Мкртумовой.

Для цитирования

Горюнова С.А. От рекламы к сообществу: воздействие эпатажного маркетинга фастфуда на потребительское поведение и социальные связи молодежи // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 73–82.

© Горюнова С.А., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



From advertising to community: epathetic marketing impact in fast food industry on youth consumer behavior and social connections

Received 28.02.2025

Revised 28.03.2025

Accepted 01.04.2025

Svetlana A. Goryunova

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0001-8004-5900

E-mail: svetochka_goryunova1553@mail.ru

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ABSTRACT

The results of the sociological study of epathetic fast food advertising impact on consumer behavior and social relations of youth have been considered. The methodological foundations of the study are based on a combined approach, including sociological observation, survey, and questionnaire. Sociological observation makes it possible to determine the real reactions of youth to fast food epathetic marketing, while the survey and questionnaire contribute to the collection of quantitative data on consumer behavior and advertising perception. The analysis of these aspects aims to identify the interrelationships of advertising strategies and youth's social connections in the digital space, which particularly emphasizes the study's relevance for understanding contemporary marketing and its impact on youth

communities. Based on the empirical study, the authors conclude the interrelationship of fast food epathetic marketing and youth's consumer behavior by identifying the main positions of key aspects of marketing management techniques. Epathetic advertising of fast food products not only affects the food preferences and habits of youth, but also contributes to strengthening of social ties among the young generation, ensuring their daily communication, exchange of information and emotions, and stimulating daily purchases and consumption of fast food products, considering the opinions of their relatives and acquaintances, which ultimately forms social communities and social capital among the population in Russia.

Keywords

Epathetic marketing, marketing management techniques, consumer behavior, fast food, youth, advertising, social connections, food habits

Acknowledgements. The author of the article expresses her gratitude to her supervisor Irina M. Mkrtumova, Dr. Sci. (Sociol.), Professor at the Sociology, Psychology of Management and History Department of the State University of Management.

For citation

Goryunova S.A. (2025) From advertising to community: epathetic marketing impact in fast food industry on youth consumer behavior and social connections. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 73–82. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-73-82



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Каждый день мы сталкиваемся с рекламой, будь то яркий баннер на улице или рекламный ролик по телевизору. Эти насыщенные цветами и формами сообщения неизменно привлекают внимание, вызывая интерес, размышления, а порой и разочарование [Горюнова, 2019]. Реклама стала неотъемлемой частью человеческой жизни, формируя не только предпочтения потребителей, но и их социальные связи. В контексте фастфуда эпатажный маркетинг особенно активно воздействует на молодежь, создавая иллюзию общности и принадлежности к определенной культуре.

Современные исследования в области цифровой социологии показывают, как реклама влияет на поведение молодежи в цифровом пространстве, формируя их идентичность и социальные взаимодействия. Важно понимать, как эти рекламные стратегии привлекают внимание и формируют общественные нормы, влияя на выборы и предпочтения целевой аудитории. Иными словами, анализ воздействия эпатажного маркетинга фастфуда на молодежь открывает новые горизонты для понимания динамики потребительского поведения и социальных связей в условиях цифровизации.

Реклама товаров и услуг оказывает существенное влияние на молодых людей из-за сочетания в рекламном контенте психологических, социальных и технологических факторов. Так, молодое поколение активно ищет свою идентичность и стремится выделиться на фоне сверстников. Реклама, которая предлагает стиль жизни, ассоциированный с определенными продуктами, может казаться привлекательной, полезной и значимой. Кроме того, молодежь часто ориентируется на мнения и поведение людей из своего окружения, а также прислушивается к мнению блогеров, экспертов, журналистов, освещающих новости в социальных сетях и сети «Интернет». Рекламные ролики часто используют эмоциональные образы и ассоциации, чтобы связать продукт с положительными чувствами, такими как любовь, счастье, дружба или приключения. Молодежь может быть особенно восприимчива к таким сообщениям.

Нельзя не сказать об инновационных форматах представления рекламного контента для молодежной аудитории компаниями, которые часто используют современные технологии и креативные подходы, такие как социальные сети, вирусные видео и интерактивные элементы. Молодежь активно использует социальные сети, где

реклама часто интегрирована в контент, что создает эффект «естественности» и реклама воспринимается как часть повседневной жизни. Кроме того, желание соответствовать неким стандартам, мнениям, трендам приводит молодое поколение к активным покупкам с элементами подражания и следования неким стереотипам.

ПОНЯТИЕ ЭПАТАЖНОЙ РЕКЛАМЫ В НАУЧНЫХ ТРУДАХ / EPATNETIC ADVERTISING CONCEPT IN SCIENTIFIC WORKS

Как отмечают маркетологи, в связи с заметным понижением спроса на рекламный продукт и, как следствие, снижением продаж и потерей прибыли производителями и продавцами последние вынуждены прибегать к экстравагантным способам работы с клиентами – созданию элементов эпатажа [Пронина, 2019].

Эпатаж в рекламе – это запланированное, экстраординарное нарушение общепринятых норм, выходящее за рамки традиционного восприятия, имеющее своей целью привлечение внимания к продукту или услуге и развитие их восприятия с точки зрения новаторства и уверенного превосходства над конкурирующими продуктами и услугами [Рубцова, 2019]. Как отмечает С.Д. Тохян, эпатажная реклама является одним из инструментов маркетинговых технологий управления, который рекламные кампании и производители товаров используют для эффективного управления взаимодействием с потребителями, оптимизации маркетинговых кампаний и повышения общей эффективности бизнеса [Тохян, 2022].

Следует подчеркнуть, что такая реклама является особенно привлекательной для молодых людей, которые любят азарт, жизненные вызовы, риски, юмор, элементы пошлости, – они не останавливаются на достигнутом и всегда ищут что-то новое, интересное и захватывающее. Именно поэтому разработчики эпатажного рекламного контента в индустрии быстрого питания стараются не только привлечь внимание молодежи к продукции фастфуда, но и оказать воздействие на их потребительское поведение и социальные связи [Горюнова, Мкртумова, 2024].

О.М. Затонских отмечает, что эпатажная реклама часто использует яркие, запоминающиеся образы и лозунги, чтобы выделиться на фоне конкурентной среды. Это может включать шокирующие или вызывающие эмоции элементы, юмор и иронию, гендерные стереотипы или сексуализированные образы, что находится на грани

с нормами морали и нравственности [Затонских, 2023]. Вызывающая реклама может быть как эффективным инструментом привлечения внимания, так и источником споров по поводу морали и социальной ответственности. Разработчикам эпатажного контента важно находить баланс между креативностью и этическими нормами, чтобы реклама не только привлекала внимание потенциальных потребителей, но и способствовала позитивному восприятию бренда в обществе [Соколов, 2024].

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ / METHODOLOGICAL BASIS OF RESEARCH

В современных условиях «господства» медиаресурсов возникает потребность в социологическом анализе влияния рекламы не только на потребителей товаров и услуг, но и на потребителей рекламной продукции. В отечественной и зарубежной социологической литературе, посвященной феномену рекламы, преобладают исследования, ориентированные на прикладной аспект рекламной деятельности.

Концепции социального поля П. Бурдьё и функциональной теории Р. Мертона о явных и латентных функциях имеют значимый эвристический потенциал при анализе рекламы как поля профессиональной деятельности по созданию специфического рекламного продукта и ее воздействия на потребителей рекламного продукта [Бурдьё, 2005; Мертон, 2006].

В рамках социологической теории социальной конструкции реальности, развитой П.Л. Бергером и Т. Лукманом, реклама может быть рассмотрена как мощный инструмент моделирования и интериоризации определенных социальных реальностей в сознание различных социальных групп [Тимощук, 2020]. Она активно участвует в процессе «объективации» определенных представлений путем их многократного воспроизведения, что приводит к закреплению этих представлений в социальном сознании социума – объекта рекламных воздействий.

Манипуляторные особенности рекламы в социальном поле анализировал Р. Чалдини [Крупенко, 2024]. Реклама как социальный инструмент обладает выраженными манипулятивными характеристиками, используя психологические механизмы для воздействия на сознание и поведение определенного социума. С применением методов семиотического и поведенческого анализа рекламодатели создают сообщения, в которых знаковые системы, метафоры и архетипиче-

ские образы эффективно влияют на восприятие и эмоциональный отклик потребителей. Использование повторения, социальных стереотипов служит усилению идентификации потребителя с рекламируемым продуктом или услугой, тем самым способствуя формированию конформного пищевого поведения.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЭПАТАЖНОГО МАРКЕТИНГА ФАСТФУДА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ СВЯЗИ МОЛОДЕЖИ / EPATNETIC FAST FOOD MARKETING IMPACT ON YOUNG PEOPLE'S CONSUMER BEHAVIOR AND SOCIAL CONNECTIONS

Для определения уровня воздействия эпатажной рекламы фастфуда как инструмента эпатажного маркетинга на потребительское поведение молодежи в период с 3 по 24 февраля 2025 г. было проведено исследование с применением следующих методов: социологическое наблюдение, опрос, анализ статистических и аналитических данных, анкетирование.

1. Социологическое наблюдение и опрос проводились с 3 по 10 февраля 2025 г. с целью определения уровня эмоционального воздействия эпатажной рекламы фастфуда на молодое поколение. Социологическое наблюдение – это метод исследования, который используется для сбора данных о социальных явлениях, поведении людей и их взаимодействиях в естественных условиях. Данный метод позволяет исследователям наблюдать за поведением людей (в нашем случае – молодежи) в реальном времени, без вмешательства или какой-либо манипуляции [Перфильева, Воронцов, Малявин, 2023]. Опрос – это метод сбора данных, который используется для получения информации от группы людей о различных темах, мнениях, предпочтениях или поведении [Расторгуев, 2025].

Наблюдая за реакцией молодежи на баннер с эпатажной рекламой «Биг Марбл Бургера», который содержит текст следующего характера: «Коровы созданы не для телячьих нежностей», в ресторане быстрого питания Carl's Jr, расположенного около станции метро Шаболовская, Москва, можно отметить следующие действия, чувства и эмоции молодого поколения на представленный контент. Так, юноши на данную рекламу реагировали радостно и оптимистично, смотрели на данный контент позитивно, с чувством юмора. Они делали снимки баннера и перенаправляли информацию своим знакомым и друзьям.

Сразу около баннера был проведен небольшой опрос, где ребята поделились своими эмоциями и ответили на вопрос о возможной дальнейшей покупке товара. Больше половины опрошенных именно в тот же день захотели сделать заказ и попробовать на вкус этот продукт глубокой переработки.

Реакция девушек на данный эпатажный рекламный контент была менее позитивной. Можно сказать, что разработчики рекламы прямо называют представительниц женского пола, потребляющих «Биг Марбл Бургер», «коровами». В связи с этим многие девушки с явным пренебрежением отнеслись к этому продукту, посчитали оскорбительной и неестественной его рекламу. Однако другие нашли данный контент забавным и неординарным, сказав, что это образное сравнение и на дальнейшем выборе данного продукта питания никак не отразится, в связи с чем они готовы купить его и попробовать его на вкус.

Иными словами, можно констатировать, что реакция молодежи на данную эпатажную рекламу является неоднозначной. Все зависит от их мировоззрения, уровня культуры и воспитания, наличия чувства юмора, принятия или непринятия элементов пошлости, а также от степени воздействия чужого мнения на конкретного человека. Кроме того, молодежь – это разнообразная социальная группа с различными интересами и взглядами. Что одному человеку кажется креативным и интересным, другому может показаться вульгарным или оскорбительным. Следует также подчеркнуть, что эпатажная реклама может затрагивать расовые вопросы, гендерные стереотипы, элементы нравственности и морали, любовь и чувства, что может вызвать негативную реакцию у части молодых людей, которые считают такие подходы неуместными и примитивными. В период становления личности и формирования мировоззрения молодежь может отвергать эпатажный рекламный контент, который не соответствует их ценностям, установкам или стилю жизни. Эпатажная реклама может быть воспринята как попытка манипуляции, внушения или неискренности.

В основе манипуляции лежит самый распространенный метод, когда коммуникации минуют все сознательные и рациональные установки человека, напрямую воздействуя на подсознание. Это тонкая игра, целью которой является изменение взглядов, установок, поведенческих и потребительских догм потребителя. Можно сказать, что в случае с манипуляцией изменению поддается «система психологических координат» человека, происходит замена стереотипов и даже

устоявшихся ценностей [Мкртумова, 2023]. Таким образом, неоднозначность реакции молодежи на эпатажную рекламу обусловлена множеством факторов, включая индивидуальные предпочтения, культурные контексты и социальные нормы.

2. Определив, что эпатажная реклама продукции индустрии быстрого питания как инструмент маркетинговых технологий оказывает эмоциональное влияние на современную молодежь, необходимо выяснить, способствует ли предложенный рекламный контент изменениям в ее пищевом поведении и укрепляет ли социальные связи среди молодого поколения.

Для этого в период с 11 по 24 февраля 2025 г. было проведено анкетирование молодых людей в возрасте от 18 до 23 лет в количестве 146 чел., из них 84 девушки и 62 юноши. Анкета содержала 9 вопросов с вариантами ответов и один открытый вопрос. Исходя из результатов анкетирования, можно отметить, что большая часть опрошенной молодежи потребляет продукцию индустрии быстрого питания (91,8 % респондентов), посещая фудкорты не реже 4–6 раз в неделю (63,0 % опрошенных).

Фудкорты – это специальные зоны в торговых центрах, аэропортах, на вокзалах и в других общественных местах, где расположены несколько ресторанов и кафе, предлагающих разнообразные блюда и напитки. Обычно фудкорты имеют общую обеденную зону со столами и стульями, где посетители, в том числе молодые люди, могут покупать и пробовать предлагаемую продукцию из разных заведений общественного питания. Следует отметить, что в фудкортах часто представлены различные типы кухни – от фастфуда до более здоровых вариантов, включая итальянскую, азиатскую, мексиканскую и др. Кроме того, посетители могут выбрать блюда из разных заведений и собраться за одним столом, что делает фудкорты удобным вариантом для групп людей с разными предпочтениями [Соколов, 2024]. Обслуживание клиентов в фудкортах происходит быстро, без задержек и долгих ожиданий, что позволяет потребителям сразу получить желаемую порцию еды, существенно сэкономить время и продолжить выполнение запланированных дел. Стоит упомянуть и ценовую доступность предлагаемой продукции по сравнению с другими ресторанами и кафе. Возможность общения, обмена информацией, проведения совместных встреч всегда в приоритете у молодого поколения. Именно фудкорты создают эти условия, обеспечивая живую и динамичную

атмосферу, позволяя молодежи интересно и с пользой проводить время. Здесь они пробуют гастрономические новинки, узнают о скидках и акциях на интересующую их продукцию.

Если говорить об индустрии быстрого питания (фастфуд), которая представляет собой отрасль общественного питания, специализирующуюся на приготовлении и продаже быстрых и удобных блюд, то здесь рестораны обычно предлагают стандартизированные меню, быструю подачу заказов и низкие цены. Такие заведения часто работают по принципу франшизы и имеют широкую сеть филиалов по всему миру. Примерами известных сетей быстрого питания в Российской Федерации (далее – РФ, Россия) являются KFC, Burger King, Subway, Carl's Jr, «Вкусно и точка» и др. [Иванов, Леонова, Хосровян, 2024].

Следует подчеркнуть, что количество ресторанов быстрого питания на территории России из года в год увеличивается, несмотря на экономическую нестабильность [Щетилина, Осенева, Писключкова, 2020]. Согласно статистическим данным, в 2022 г. рост таких заведений продолжился. Например, количество ресторанов сети Burger King, которые не попали под санкционные ограничения в связи с проведением Россией на территории Украины специальной военной операции, в 2022 г. достигло 817 ед., а в 2023 г. увеличилось до 891 ед. [Иванов, Леонова, Хосровян, 2024]. Количество впервые открывшихся ресторанов быстрого питания «Вкусно и точка» в 2022 г. составило 840 ед., а по итогам 2023 г. достигло величины, равной 952 ед. [Иванов, Леонова, Хосровян, 2024]. Для дальнейшего составления прогноза по увеличению численности ресторанов Burger King на территории России обобщим статистические данные относительно их количества в 2019–2023 гг.

На основании статистических данных и с помощью функции «ПРЕДСКАЗ» в Excel составим прогнозные значения на ближайшие три года. Полученные данные позволяют определить какое количество ресторанов быстрого питания Burger King будет функционировать на территории России при сохранении текущих тенденций. Так, количество ресторанов Burger King по итогам 2024 г. составило 938 ресторанов, по итогам 2025 г. составит 990, по итогам 2026 г. – 1,042 тыс.

Отдельное внимание следует уделить тем фактам, которым молодые люди отдают предпочтение. В процессе анкетирования молодые люди отметили, что из рекламных источников в современных медиа (рассылки, баннеры, буклеты, оповещения, мобильное приложение

и др.) они узнают большую часть интересующей их информации (85,6 % респондентов), а для 14,4 % данные сведения поступают от знакомых и друзей.

В ходе исследования также установлено, что баннер с эпатажным рекламным контентом «Биг Кинга» в Burger King в сравнении с обычным рекламным сообщением предопределил бы покупку современной молодежью данного продукта глубокой переработки (87,0 % опрошенных). 13,0 % молодых людей отметили, что их трудно склонить к изменению привычек и заставить потреблять другую продукцию, несмотря на остроумную рекламу или красочно смонтированный видеоролик.

Однако следует подчеркнуть, что не всегда эпатажный маркетинг фастфуда вызывает только положительные эмоции и чувства у молодого поколения. Восторг, оживление, смех, любопытство, интерес наблюдались у большей части респондентов (от 25,3 до 29,5 %). Были и менее позитивные эмоциональные и поведенческие реакции: стыд (24,0 %), протест (23,3 %), недоверие (21,2 %), изумление (17,1 %), замешательство (14,4 %), растерянность (5,5 %) и др., причем у девушек отрицательные чувства и эмоции были выражены сильнее, чем у юношей.

Необходимо отметить, что эмоции играют ключевую роль в процессе принятия решений молодыми людьми о покупке продукции фастфуда. Известные бренды часто используют эмоциональные образы и истории в рекламе, чтобы создать положительные ассоциации с выпускаемым продуктом глубокой переработки. Кроме того, эмоциональный подъем приводит к спонтанным решениям о приобретении продукции, зачастую провоцирует покупку нескольких продуктов питания, не вдаваясь в подробности о составе и качестве потребляемого блюда, поскольку эмоции упрощают процесс выбора.

Частый обмен информацией в социальных сетях и активное общение на цифровых платформах формируют у молодежи привычки учитывать чужое мнение, читать отзывы и знакомиться с высказываниями других людей. Кроме того, события и специальные предложения, например, сезонные скидки, блюда от шеф-повара, бонусы на продукцию в вечернее время могут стимулировать покупки, так как они создают ощущение срочности, волнения, выгоды и экономии [Крупенко, 2024]. Эмоции являются мощным инструментом в эпатажном маркетинге и продажах. Они не только влияют на восприятие продукта, но и формируют поведение потребителей. Успешные бренды понимают

их важность и используют для создания более глубоких связей с клиентами.

В ходе эмпирического исследования респондентам был представлен контент эпатажной рекламы, который действительно содержит элементы пошлости и находится на грани с моралью. Такая реклама продукции индустрии быстрого питания как инструмент маркетинговых технологий управления нечасто размещается на баннерах и в сети «Интернет» из-за специфики ее содержания, ошеломляющего эффекта и неординарности представления.

В период исследования с применением анкетирования молодым людям был предложен вопрос следующего характера: «Увидев рекламу “Чикен Филе” в Burger King, представленную ниже, сделали бы Вы рассылку этого рекламного контента своим друзьям и знакомым?». Данная эпатажная реклама содержала рекламный заголовок, в котором автор контента обращался к девушке «цыпочка», далее выражал желание интимной близости, при котором присутствовала метафора «булки» (цитата перефразирована из соображений морали). В данной рекламе присутствуют элементы двусмысленности, содержание контента находится на грани нравственности и морали. Именно поэтому 65,1 % респондентов не стали бы рассылать эпатажный рекламный контент близким родственникам, а свободно обсудили бы его содержание в кругу друзей и знакомых (94,5 % опрошенных молодых людей).

Как утверждает Е.Е. Пронина, эпатажные рекламные кампании часто используют провокационные образы и идеи для привлечения внимания потенциального клиента, что может вызывать как положительные, так и отрицательные реакции [Пронина, 2019]. Тематика пошлости в эпатажной рекламе продукции быстрого приготовления, особенно в контексте молодежной аудитории, вызывает много обсуждений и споров [Рубцова, 2019]. Перечислим некоторые факторы, на которые направлено шокирующее действие эпатажа:

- использование откровенных или провокационных образов может привлечь внимание молодежи, поскольку реклама, которая вызывает сильные эмоции (будь то смех, удивление или даже возмущение), запоминается лучше;
- элементы пошлости могут быть использованы разработчиками эпатажного контента продукции ресторанов быстрого питания как способ выделиться среди множества рекламных сообщений, особенно в условиях перенасыщенности информации;

– предоставление молодому поколению свободы самовыражения, в том числе путем рекламного контента, который отражает их ценности, может быть воспринято положительно и одобрительно;

– в современном обществе наблюдается тенденция к более открытому обсуждению сексуальности, что может сделать пошлую рекламу выпускаемой продукции более приемлемой для молодежи;

– не все представители молодого поколения положительно воспринимают пошлость в эпатажной рекламе – некоторые считают такие подходы неуместными или даже оскорбительными.

Как отмечает С.В. Расторгуев, бренды продукции индустрии быстрого питания должны учитывать влияние своего рекламного контента на молодежь и общество в целом, а применение элементов пошлости должно быть сбалансировано этическими нормами и социальной ответственностью [Расторгуев, 2024]. Двусмысленность – одна из составных частей эпатажной рекламы, которая может быть интерпретирована по-разному, что делает ее привлекательной для одних и неприемлемой для других. Это создает пространство для обсуждения и анализа, но также может вызвать существенные недовольства [Расторгуев, 2024].

Двусмысленность в эпатажной рекламе – это прием, который используется для привлечения внимания и создания запоминающегося образа рекламируемого товара или услуги. Она возникает из-за многозначности слов или контекста, в котором они используются [Горюнова, Мкртумова, 2024]. Так, игра слов возможна при использовании слов с несколькими значениями или созвучных слов для создания забавных или неожиданных фраз. Часто эпатажная реклама фастфуда использует двусмысленность для создания сексуального подтекста, что может привлечь внимание и вызвать интерес у молодежи, но также может быть воспринято как неуместное. Иногда рекламный контент может намеренно оставлять детали неопределенными, чтобы зритель сам интерпретировал сообщение, что может вызвать обсуждение и интерес. Двусмысленность может возникать из-за культурных или исторических отсылок, которые не всегда понятны всем зрителям. Такие сообщения могут вызывать сильные эмоции, что делает рекламу более запоминающейся.

Нельзя не упомянуть о моральных границах эпатажа. Как показывают результаты анкетирования, многие респонденты чувствуют, что содержание такой рекламы находится на грани нравственности. Это может свидетельствовать

о том, что общество все еще придерживается определенных моральных норм, которые не всегда совпадают с креативными подходами рекламодателей. Интересно отметить, что молодые люди все же более открыты к обсуждению эпатажного контента в кругу друзей и знакомых, чем люди старшего возраста. Это может говорить о том, что молодежная культура более восприимчива к экспериментам в рекламе и готова обсуждать сложные, двусмысленные и вызывающие контенты. Таким образом, эпатажная реклама может быть мощным инструментом для привлечения внимания молодого поколения, но она также требует тщательного подхода к целевой аудитории и понимания границ нравственности и морали.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Эпатажная реклама как инструмент маркетинговых технологий управления помогает рекламным кампаниям и производителям достигать своих коммерческих целей через следующие ключевые аспекты:

- сильный эмоциональный отклик, который возникает у молодежи при просмотре эпатажного контента и способствует покупке «неординарного» товара;
- социальные сети и их влияние – молодежь активно делится информацией в социальных сетях, участвует в рекламных акциях, челленджах, использует предлагаемые промокоды и бонусы;
- идентичность и самовыражение – эпатажный маркетинг зачастую оказывает помощь молодежи в самовыражении и формировании идентичности, которые проявляются в общении внутри социальных групп, выражении своих точек зрения на эпатажный рекламный контент, признании или непризнании брендов продукции быстрого питания;
- тренды и культура потребления, которые могут формироваться под воздействием увиденного или услышанного, мнения окружающих, экспертной оценки блогеров, друзей, знакомых;
- интерактивность и вовлеченность – данные приемы активно применяют рекламные кампании, а эффективные маркетинговые технологии управления могут включать элементы интерактивности (например, конкурсы, игры, викторины и др.);
- анализ данных и таргетинг, которые используются рекламными кампаниями и в дальнейшем формируют представления о потребительском поведении молодежи, способствуют созданию персонализированных предложений;

– обратная связь и сообщество – данный аспект реализуется при создании социального сообщества вокруг рекламируемого бренда, что значительно усиливает лояльность потребителей;

– этика и ответственность – в ходе знакомства потребителей с эпатажным рекламным контентом фастфуда у последних могут возникать отрицательные эмоции, негативное отношение к рекламируемому продукту, что способствует понижению лояльности, сокращению объемов продаж и ухудшению имиджа компании/производителя.

Эпатажная реклама продукции фастфуда как инструмент маркетинговых технологий управления не только воздействует на пищевые предпочтения и привычки молодежи, но и способствует укреплению социальных связей среди молодого поколения, обеспечивая их ежедневное общение, обмен информацией и эмоциями, стимулируя ежедневные покупки и потребление продукции быстрого приготовления, принимая во внимание мнение близких и знакомых, что в конечном итоге формирует социальные сообщества и социальный капитал среди населения России. Большинство рекламных кампаний фастфуда ориентированы именно на молодых людей, которые обладают покупательской способностью, социальной активностью, открытостью к новым идеям и трендам. Эпатажный маркетинг продукции глубокой переработки ресторанов быстрого питания широко использует социальные сети и цифровые платформы, позволяя брендам эффективно продвигать свою продукцию через вирусный маркетинг, мемы и другие современные формы эпатажной рекламы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Горюнова С.А., Мкртумова И.В. Вызывающая реклама, или Как рекламодатели привлекают внимание молодежи к продуктам быстрого питания через эпатаж. В кн.: Векторы социально-экономического развития России: современные вызовы и возможности. Чебоксары: Среда; 2024. С. 170–179. <https://doi.org/10.31483/r-109637>
- Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетеия; 2005. 576 с.
- Горюнова С.А. Реклама товаров и услуг в социальной сети Instagram. Развитие и актуальные вопросы современной науки. 2019;3(22):56–62.
- Затонских О.М. Формирование среды молодежного дискурса. ELS. 2023;3:427–432.
- Иванов С.В., Леонова В.Г., Хосровян А.А. Быстрая еда в жизни студента. Биология и интегративная медицина. 2024;6(71).
- Крупенко М.А. Социальное манипулирование молодежью в интернет-пространстве: сравнение России и США. Теория и практика общественного развития. 2024;2:66–71. <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.2.8>
- Мертон Р.К. Социальная теория и социальная структура. М.: АСТ; 2006. 261 с.
- Мкртумова И.В. От «Троянского коня» до «Пожирателей фейков»: взгляд социолога на образы информационного поведения и манипуляций. В кн.: Научные исследования в современном мире: проблемы, тренды, перспективы: материалы Научного профессорского форума, Москва, 7 февраля 2023 г. М.: Российское профессорское собрание; 2023. С. 228–236.
- Перфильева М.Б., Воронцов А.В., Малавин С.Н. Современные исследовательские проблемы социологии. Известия Саратовского университета. Социология. Политология. 2023;3:244–249. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-244-249>
- Пронина Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы. М.: РИП-холдинг; 2019. 100 с.
- Рассторгуев С.В. Методические подходы к изучению ценностей молодежи в современном российском научном дискурсе. Власть. 2025;1:185–191.
- Рубцова Н.В. Эпатажная реклама как нестандартный инструмент коммуникаций в условиях финансового кризиса, или PR во время чумы. Маркетинговые коммуникации. 2009;2:78–88.
- Соколов М.Д. Манипулятивные механизмы: как западная пропаганда воздействует на сознание Российской молодежи. Архонт. 2024;1:135–138.
- Тимошук Е.А. Социокультурная феноменология Питера Бергера. NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право. 2020;4:704–710. <https://doi.org/10.18413/2712-746X-2020-45-4-704-710>
- Тохян С.Д. Эпатажный маркетинг и эффективность его использования. Экономика и социум. 2016;12-2(31):1359–1361.
- Щетилина И.П., Осенева О.В., Пискулюкова Ю.Н., Попова Н.Н., Хмыз М.В. Рынок фаст-фуда: развитие и прогнозы. АНИ: экономика и управление. 2020;4(33):260–263. <https://doi.org/10.26140/anis-2020-0904-0061>

REFERENCES

- Goryunova S.A., Mkrtumova I.V. Evocative advertising, or How advertisers attract young people's attention to fast food products through epatage. In: Vectors of social and economic development of Russia: Modern challenges and opportunities. Cheboksary: Sreda; 2024. Pp. 170–179. (In Russian). <https://doi.org/10.31483/r-109637>
- Bourdieu P. Social Space: Fields and Practices. St. Petersburg: Aleteia; 2005. 576 p. (In Russian).
- Goryunova S.A. Advertising of goods and services in the social network Instagram. Razvitie i aktualnye voprosy sovremennoi nauki. 2019;3(22):56–62. (In Russian).
- Zatonskikh O.M. Youth discourse formation. ELS. 2023;3:427–432. (In Russian).
- Ivanov S.V., Leonova V.G., Khosrovyan A.A. Fast food in student's life. Biology and Integrative Medicine. 2024;6(71). (In Russian).
- Krupenko M.A. Social manipulation of youth in the Internet space: comparison of Russia and the USA. Theory and Practice of Social Development. 2024;2:66–71. (In Russian). <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.2.8>
- Merton R.K. Social theory and social structure. Moscow: AST; 2006. 261 p. (In Russian).
- Mkrtumova I.V. From “Trojan Horse” to “Devourers of Fakes”: a sociologist's view of information behavior and manipulation. In: Scientific Research in Modern World: Issues, Trends, Prospects: Proceedings of the Scientific Professors' Forum, Moscow, February 7, 2023. Moscow: Russian Professors Assembly; 2023. Pp. 228–236. (In Russian).
- Perfileva M.B., Vorontsov A.V., Malyavin S.N. Modern research problems of modern sociology. Izvestiya of Saratov university. Sociology. Politology. 2023;3:244–249. (In Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2023-23-3-244-249>
- Pronina E.E. Psychological expertise of advertising. Moscow: RIP-holding; 2019. 100 p. (In Russian).

Rastorguev S.V. Methodological approaches to the study of youth values in modern Russian scientific discourse. *Vlast*. 2025;1:185–191. (In Russian).

Rubtsova N.V. Epathetic advertising as an unconventional tool of communications in the financial crisis, or PR during the plague. *Marketing communications*. 2009;2:78–88. (In Russian).

Sokolov M.D. Manipulative mechanisms: How Western propaganda affects the consciousness of Russian youth. *Archont*. 2024;1:135–138. (In Russian).

Tymoshchuk E.A. Socio-cultural phenomenology of Peter Berger. *Nomothetika: Philosophy. Sociology. Law*. 2020;4:704–710. (In Russian). <https://doi.org/10.18413/2712-746X-2020-45-4-704-710>

Tokhyan S.D. Epathetic marketing and effectiveness of its use. *Ekonomika i sotsium*. 2016;12-2(31):1359–1361. (In Russian).

Shchetilina I.P., Oseneva O.V., Pisklukova Yu.N., Popova N.N., Khmyz M.V. Fast food market: development and forecasts. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*. 2020;4(33):260–263. (In Russian). <https://doi.org/10.26140/anie-2020-0904-0061>

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Современная цифровая социология в поисках моделирования смысла: должное и сущее. Обзор статей исследовательского хэнсбука по цифровой социологии в редакция Яна Скопека (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.). Часть II

УДК 316.334.2

DOI 10.26425/2658-347X-2025-8-1-83-100

Получено 19.12.2024

Доработано после рецензирования 03.02.2025

Принято 10.02.2025

Андрианова Елена Владимировна^{1,2}

Канд. социол. наук, зав. каф. общей и экономической социологии¹, ст. науч. сотр.²

ORCID: 0000-0002-7769-9206

E-mail: e.v.andrianova@utmn.ru

¹Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

²Западно-Сибирский филиал Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, г. Тюмень, Россия

Розманов Александр Ильич

Аспирант

ORCID: 0009-0004-2262-7776

E-mail: a.rozmanov.sas@gmail.com

Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

Давыденко Владимир Александрович

Д-р. социол. наук, начальник научно-исследовательского центра

ORCID: 0000-0001-8389-4254

E-mail: v.a.davydenko@utmn.ru

Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

АННОТАЦИЯ

Настоящее исследование включает критический анализ последних 10 глав, посвященных изучению последствий цифровых технологических изменений, включая социальное, цифровое и образовательное неравенства. Эти главы охватывают широкий спектр исследований от эмпирических до интерпретативных подходов и демонстрируют методологическое и теоретическое сочетание различных исследовательских ориентаций. Особый акцент сделан на анализе и практике использования информационно-коммуникационных технологий подростками дома и в школе, социально-экономическом неравенстве в цифровой грамотности детей от начальной до средней школы, психическом здоровье подростков в контексте цифрового неравенства, гендерном разрыве в цифровых навыках, семейных делах и заботах в эпоху цифровизации. Рассмотрены

цена психического здоровья, связанная с использованием свайпов и приложений для знакомств, связь социальных медиа и благополучия на работе и дома, соотношения «дом–работа–цифра», особенности цифрового перехода и его последствия для рынков труда, вопросы повышения квалификации в условиях цифровой трансформации, а также влияние цифровой агитации и медиа на выборы. В хэндбуке-справочнике описываются две научные области – социология и цифра, и предполагается, что обе точки зрения в равной степени являются законными, поскольку они отражают две академические идентичности обширной и неоднородной научной сферы под названием «цифровая социология». Данная работа является продолжением обзора исследовательского хэнсбука по цифровой социологии под редакцией Я. Скопека.

Ключевые слова

Хэндбук, цифровая социология, социально-экономический статус, информационно-компьютерные технологии в образовании, исследования цифровой социологии, стык цифры и жизни, цифровое неравенство, цифровая трансформация

Для цитирования

Андрианова Е.В., Давыденко В.А., Розманов А.И. Современная цифровая социология в поисках моделирования смысла: должное и сущее. Обзор статей исследовательского хэнсбука по цифровой социологии в редакция Яна Скопека (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.). Часть II // Цифровая социология. 2025. Т. 8. № 1. С. 83–100.

© Андрианова Е.В., Давыденко В.А., Розманов А.И., 2025.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Contemporary digital sociology in search of meaning-making models: the proper and the actual. A review of articles from the research handbook on digital sociology edited by Jan Skopek (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.) Part II

Received 19.12.2024

Revised 03.02.2025

Accepted 10.02.2025

Elena V. Andrianova^{1,2}

Cand. Sci. (Sociol.), Head of the General and Economic Sociology Department¹, Senior Researcher²

ORCID: 0000-0002-7769-9206

E-mail: e.v.andrianova@utmn.ru

¹University of Tyumen, Tyumen, Russia

²West Siberian Branch of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences, Tyumen, Russia

Alexander I. Rozmanov

Postgraduate Student

ORCID: 0009-0004-2262-7776

E-mail: a.rozmanov.sas@gmail.com

University of Tyumen, Tyumen, Russia

Vladimir A. Davydenko

Dr. Sci. (Sociol.), Head of the Research Center

ORCID: 0000-0001-8389-4254

E-mail: v.a.davydenko@utmn.ru

University of Tyumen, Tyumen, Russia

ABSTRACT

The study includes a critical analysis of the last 10 chapters exploring the implications of digital technological change, including social, digital, and educational inequalities. These chapters cover a wide range of research from empirical to interpretive approaches and demonstrate a methodological and theoretical mix of different research orientations. Particular emphasis has been placed on the analysis and practices of adolescents' use of information and communication technologies at home and at school, social and economic inequalities in children's digital literacy from primary to secondary school, adolescent mental health in the context of digital inequalities, gender gap in digital skills, and family matters and concerns in digital era. The price of mental health associated with the use of swipes and dating

apps, the interrelationship of social media and well-being at work and at home, home-work-digital interrelationships, the characteristics of the digital transition and its implications for labor markets, the skills development issues in the context of digital transformation, and the impact of digital campaigning and media on elections have been considered. The handbook describes sociological and digital academic fields and assumes that both perspectives are equally legitimate, as they reflect the two academic identities of the vast and heterogeneous academic field called digital sociology. This paper is a continuation of the review of the research handbook on digital sociology edited by J. Skopek.

Keywords

Handbook, digital sociology, social and economic status, information and communication technologies in education, digital sociology research, junction of numbers and life, digital inequality, digital transformation

For citation

Andrianova E.V., Davydenko V.A., Rozmanov A.I. (2025) Contemporary digital sociology in search of meaning-making models: the proper and the actual. A review of articles from the research handbook on digital sociology edited by Jan Skopek (Edward Elgar Publishing, 2023, 492 p.) Part II. *Digital sociology*. Vol. 8, no 1, pp. 83–100. DOI: 10.26425/2658-347X-2025-8-1-83-100

© Andrianova E.V., Davydenko V.A., Rozmanov A.I., 2025.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION

Данная работа является продолжением обзора исследовательского хэндбука по цифровой социологии под редакцией Я. Скопека [Андрианова, Давыденко, Розманов, 2024].

Во второй части обзора исследовательского хэндбука по цифровой социологии в редакции Я. Скопека продолжается критический анализ, который посвящен изучению последних 10 глав. Они представлены в двух крупных контекстах, затрагивающих изучение цифрового неравенства с акцентом на социально-экономические аспекты образования среди молодого поколения (детей школьного возраста и подростков), гендерного неравенства и с последствиями цифровых технологических изменений. Главный вопрос заключается в том, как социальные изменения, вызванные повсеместным использованием социальных сетей и интернет-приложений, соотносятся с социологическими исследованиями неравенства и стратификации.

До цифровой революции исследования социальной стратификации и цифрового неравенства развивались независимо друг от друга. Однако, как показал обзор исследований о неравенстве в области социальных сетей, использования сети «Интернет» (далее – Интернет) и внедрения в повседневную жизнь людей информационно-коммуникационных технологий, разделение между «чистой социологией» и «цифрой» стало более нецелесообразным. В ходе изучения цифрового неравенства, проводимого с начала 1990-х гг., выявлено и определено, какие именно группы находились в особо неблагоприятном положении с точки зрения доступа к Интернету, которому дано определение цифрового разрыва первого порядка. Позднее внимание исследователей сместилось к изучению цифрового разрыва второго порядка, подразумевающего различия в уровне цифровых навыков и формах использования Интернета. В последнее время многие ученые стали задаваться вопросами, касающимися цифрового разрыва третьего порядка, заключающегося в неравенстве итогов использования Интернета. Вместе с тем выяснилось, что также имеют значение традиционные социологические исследования неравенства, которые изучают реальные последствия онлайн-активности представителей различных социальных групп.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ / LITERATURE REVIEW

В связи с исходной постановкой вопроса о взаимоотношении социологии (социальное неравенство) и цифры (цифровая трансформация

общества) и выяснением, чему могут научиться друг у друга исследования стратификации и цифрового разрыва, важна публикация У. Матцата и Э. ван Ингена с одноименным названием их научной статьи [Matzat, van Ingen, 2020]. Они доказали, что разделение между социологическими исследованиями стратификации и цифрового неравенства как направления разных наук больше не является полезным. Различия в использовании Интернета приводят к неравенству результатов, следовательно, неравенство «жизненных шансов» (по М. Веберу) напрямую рассматривается в исследованиях цифрового неравенства. Повсеместное использование социальных сетей практически во всех сферах человеческой жизни и их исследования показали, что это использование напрямую влияет на социально-экономическое положение людей и качество их жизни, что побуждает экспертов учитывать цифровизацию как важнейшее измерение перехода к цифровому неравенству третьего порядка. Адекватное изучение этого объективного социального процесса дает возможность разным областям исследований сосредоточиться на результатах как на точке их сближения, что ведет к новой парадигме взаимообогащения стратификации и цифрового неравенства.

В продолжение представленного подхода в монографии «Связанные данные для цифровых гуманитарных наук» Т. Нурмикко-Фуллер обсуждает технологические вопросы в контексте гуманитарных наук, определяя их разрыв термином «ложная дихотомия», доказывая необходимость их конструктивного связывания, при этом обеспечивая релевантные информированные коммуникации через дисциплинарные границы [Nurmikko-Fuller, 2024].

Опираясь на теорию стратификации М. Вебера, в монографии «Третий цифровой разрыв: веберовский подход к цифровому неравенству» Р. Массимо решает вопрос о том, является ли цифровое неравенство просто расширением традиционных форм неравенства, или включает новые формы социальной изоляции, или проявляет контртенденции, которые смягчают традиционное неравенство, одновременно создавая новые модальности неравенства. Рассматривая воспроизводство и трансформацию социальной стратификации в цифровую эпоху, исследователь утверждает, что неравенство в онлайн-мире выходит за пределы экономических аспектов, охватывая также культурные и политические элементы. Таким образом, изучение цифрового неравенства должно быть сосредоточено не только на динамике классов

или экономических вопросах, но и на культурных аспектах, таких как статус и престиж, и политических аспектах, таких как групповая принадлежность. М. Рагнедда, демонстрируя в книге актуальность различий М. Вебера в отношении социального неравенства, изучает те новые способы, которыми онлайн-активность и цифровые навыки различаются в зависимости от важнейших социологических измерений, объясняя их в конкретных терминах в отношении динамики социального класса, социального статуса и власти [Ragnedda, 2017].

Д.К. Гомес, основываясь на 30 углубленных интервью с молодыми людьми в Мадриде, исследует механизмы преобразования экономического, культурного и социального капитала в цифровой капитал и их обратное преобразование, опираясь на теорию П. Бурдьё. Он акцентирует внимание на цифровом неравенстве третьего уровня в отношении офлайн-результатов использования Интернета и приходит к выводу о том, что экономический капитал является главной формой цифрового неравенства, налагающей материальные барьеры на доступ. Культурный капитал преобразуется в цифровой посредством техносотализации людей, социальный – посредством социальных практик и социальной поддержки. Обратное преобразование цифрового капитала происходит через профессиональные сети (экономический капитал), доступ к знаниям (культурный капитал) и управление социальными связями (социальный капитал). Теоретический подход в этом исследовании основан на теории капиталов П. Бурдьё, которая показала свою пригодность для теоретизирования взаимосвязи между социальными практиками, основанными на диспозициях субъектов (схемах действий), и социальной структурой, которая возникает из непрерывного принятия статуса в иерархическом пространстве социальных позиций [Gomez, 2020].

В книге «Цифровизация и государство всеобщего благосостояния» в редакции М.Р. Буземейер и коллег рассматривается, как цифровизация в разных форматах влияет на развитие общества. Здесь собраны эссе всемирно известных ученых, изучающих тему государства всеобщего благосостояния. Проведено исследование того, как цифровизация влияет на политику, базовые властные отношения между субъектами, то есть политику государства всеобщего благосостояния, как решаются социально-экономические проблемы, возникающие в результате быстрых технологических изменений, политических конфликтов и борьбы, как эти изменения

бросают вызов и формируют существующие механизмы рынка труда. Авторы доказали, что цифровизация оказала долгосрочное влияние на работу, изменение доходов, социальных рисков в здравоохранении, образовании, на рынке труда, измерили средства, с помощью которых риски устраняются [Busemeyer et al, 2022].

В хэндбуке по сопряжению цифровых технологий и общества в редакции С. Йейтс и Р.Э. Райса говорится о все более взаимосвязанных областях цифровых технологий и общества [Yates, Rice, 2020]. Он представляет собой обзоры нескольких областей, затронутых цифровыми медиа и технологиями, таких как здравоохранение, политика, межличностные отношения, которые разработаны на основе результатов проекта «Способы существования в цифровую эпоху» (Ways of Being in a Digital Age), заказанного Советом по экономическим и социальным исследованиям Великобритании (Economic and Social Research Council, ESRC).

Поскольку в последних 10 главах хэндбука по цифровой социологии в редакции Я. Скопека много места уделяется социологии образования и цифровому образованию, мы указываем на необходимость оценить статьи двух других соответствующих справочников, где описываются представленные вопросы [Schneider, 2018; Sharpe, Bennett, Varga-Atkins, 2022]. Кроме того, по той же причине из-за особого внимания в хэндбуке Я. Скопека к использованию цифровых медиа среди подростков и ментальному их здоровью следует упомянуть соответствующий хэндбук с описанием возможных решений ключевых проблем [Nesi, Telzer, Prinstein, 2022].

Мы хотели бы обратить внимание на два новых хэндбука по теме «цифра и общества», изданные русскими авторами в издательстве Springer: «Цифровые технологии в новой социально-экономической реальности» в редакции С.И. Ашмариной и В.В. Мантуленко и «Цифровая трансформация в промышленности: тенденции, менеджмент, стратегии» в редакции В. Кумара и коллег [Ashmarina, Mantulenko, 2021; Kumar, Rezaei, Akberdina et al, 2021]. Наконец, для более глубокого понимания последней 25-й главы анализируемого хэндбука имеет большое значение книга под редакцией В.Л. Беннетта и С. Ливингстона «Эпоха дезинформации: политика, технологии и разрушительная коммуникация в Соединенных Штатах» [Bennett, Livingston, 2021]. Заглядывая вперед, мы предлагаем подход для настоящих и будущих социологических и цифровых исследований, который учитывает результаты и обобщения последних 10 глав хэндбука в редакции Я. Скопека.

АНАЛИЗ СОДЕРЖАНИЯ / CONTENT ANALYSIS

В 16-й главе «Социальное неравенство в использовании образовательных информационно-компьютерных технологий подростками дома: как взаимодействуют цифровое и образовательное неравенство» (Social disparities in adolescents' educational information and communications technologies use at home: how digital and educational inequalities interact) Б. Беккер сосредоточивает свои исследования на неравенстве в цифровых навыках, грамотности и использовании цифровых технологий с точки зрения цифрового разрыва «второго уровня» (начиная с 2008 г.) и «третьего уровня» (с 2012 г. по настоящее время). Цифровой разрыв (digital divide) описывает разрыв между группами людей, которые в разной степени пользуются преимуществами Интернета и цифровых технологий. Согласно гипотезе о разрыве в знаниях, социальное неравенство воспроизводится в цифровой среде: наибольшую выгоду получают высокообразованные и социально привилегированные группы.

В отличие от явных разрывов в знаниях последствия цифрового разрыва для участия в жизни общества могут быть еще более серьезными, поскольку цифровые технологии проникают во все аспекты современной жизни. Поскольку цифровое неравенство проявляется в жизненных шансах (М. Вебер) и различных социально-экономических достижениях, исследования социальной стратификации и социальной мобильности должны включать цифровое неравенство как новое измерение неравенства. Б. Беккер в своей главе анализирует различия «второго уровня», изучая влияние социально-экономических условий на использование информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) дома и в школе, а также пробелы в цифровых навыках школьников.

Особое внимание уделено различиям между социальными слоями. Б. Беккер объединяет исследования цифрового и образовательного неравенства, акцентируя внимание на социальном воспроизводстве в семьях. Ее анализ основывается на двух ключевых компонентах – возможностях (доступ к ИКТ, навыки) и мотивации (ориентация на обучение), связывающие семейное образование с использованием ИКТ учащимися. Социальное неравенство в использовании образовательных технологий связано с различиями в образовательных ресурсах (например, наличие цифровых устройств) и мотивации учащихся. Дети из обеспеченных семей чаще имеют доступ к необходимым технологиям и поддержке, что

способствует их академическим успехам. Для проверки своей модели Б. Беккер использовала данные программы для международной оценки знаний студентов (PISA) 2018 г. по более чем 150 тыс. учащихся из 24 стран.

Результаты показали четкий социальный градиент в использовании ИКТ дома в образовательных целях. Однако этот градиент исчезает, когда учитываются социальные различия в возможностях – образовательных ИКТ дома и в школе, а также в мотивах учащихся. Эти факторы оказались взаимозависимыми: наибольшее использование ИКТ наблюдалось при сочетании высокого уровня образовательных ресурсов, доступа к цифровым устройствам и сильной академической мотивации. Существует междисциплинарный консенсус о том, что различия в ресурсах родителей формируют среду домашнего обучения, что в свою очередь влияет на академические успехи детей. Исследования показали очевидную связь между социально-экономическим статусом (socio-economic status, SES) родителей и частотой образовательной активности учащихся, включая использование Интернета для выполнения школьных заданий, участия в онлайн-уроках и работы с обучающими приложениями. Теория культурного и социального воспроизводства П. Бурдьё, применяемая в данном случае, объясняет эти различия через экономический, культурный и социальный капиталы родителей из разных социальных классов. В центре внимания находится культурный капитал, который включает учебные материалы (например, домашние книги), навыки и знания (например, лингвистические навыки), ориентации и установки (например, отношение к чтению). Первый представляет культурный капитал в объективированном состоянии, в то время как два последних относятся к культурному капиталу в инкорпорированном воплощенном состоянии. Передача культурного капитала от родителей к детям является ключевым механизмом воспроизводства социального неравенства.

Учащиеся различаются по доступу к учебным материалам, навыкам, ориентациям и мотивации в зависимости от культурного капитала их родителей. Это влияет на вероятность участия в образовательной деятельности дома, включая чтение и внеклассные занятия, в зависимости от социального происхождения. Выявлена положительная, но слабая связь между уровнем образования родителей и частотой использования учащимися образовательных ИКТ дома. Так, домашняя среда и учебные мероприятия (например, чтение или подготовка к школе) остаются важными

компонентами. Исследования «летнего перерыва» (summer gap) подтверждают, что различия в школьной успеваемости во многом связаны с тем, что происходит в семьях.

В цифровом мире ИКТ проникают во все сферы жизни, включая образование, особенно после пандемии COVID-19, когда домашнее обучение стало широко распространенным. Однако степень участия учащихся в образовательных мероприятиях с использованием ИКТ дома варьируется (с. 293). Учет образовательных ресурсов, возможностей и академической мотивации полностью объясняет различия в использовании ИКТ для обучения. Эти факторы действуют как аддитивно, так и мультипликативно: высокий уровень использования ИКТ предсказывается сочетанием образовательных и бытовых ресурсов, а также академической мотивацией и позитивным отношением к ИКТ (с. 303). В целом исследование Б. Беккер дало много интригующих идей о том, как цифровое и образовательное неравенство могут взаимодействовать при формировании результатов обучения и образования детей.

В 17-й главе «Ранние корни цифрового разрыва: социально-экономическое неравенство в информационно-коммуникационных технологиях грамотности детей от начальной до средней школы» (The early roots of the digital divide: socioeconomic inequality in children's information and communication technologies (ICT) literacy from primary to secondary schooling) Дж. Пассаретта и К.Х. Хиль-Эрнандес, как бы продолжая предыдущую главу, изучают ранние корни цифрового разрыва – социально-экономическое неравенство в информационно-коммуникационных технологиях, грамотность детей от начальной до средней школы. Опираясь на данные Национального панельного исследования в области образования Германии (NEPS), они изучили две группы учащихся начальной и неполной средней школы в возрасте от 7 (3 класс) до 16 (9 класс) лет. NEPS внедрила последовательную стратегию тестирования, используя тест на технологическую и информационную грамотность (technological and information literacy, TILT) – надежный и проверенный инструмент для измерения метакомпетентности в области ИКТ, выходящий за рамки технического владения устройствами (то есть декларативных и процедурных знаний об аппаратном и программном обеспечении). TILT сохраняет актуальность даже при технологических изменениях, что делает его более последовательным по сравнению с предыдущими исследованиями, использовавшими противоречивые критерии оценки ИКТ-грамотности.

В главе представлены пять основных выводов:

- пробелы в знаниях ИКТ в социально-экономическом статусе проявляются уже в возрасте 8–9 лет (3 класс) и сопоставимы по величине с пробелами в знаниях ИКТ;

- пробелы в знаниях ИКТ остаются стабильными на протяжении обучения в начальной и неполной средней школе вплоть до 14–15 лет (9 класс);

- доступ к ИКТ в семье и школе и их использование в значительной степени не объясняют пробелы в знаниях в области ИКТ в любом возрасте;

- отслеживание в школе является важным (хотя и не обязательно причинно-следственным) путем, посредством которого проявляется неравенство в знаниях в средней школе;

- разрыв SES в уровне ИКТ-грамотности не сохраняется после учета различий в навыках предыдущих учащихся.

Значительные и устойчивые пробелы в ИКТ-грамотности, связанные с социально-экономическим статусом (SES), подтверждают предыдущие исследования. Они показывают, что различия в сложных навыках формируются в раннем детстве и сохраняются на протяжении жизни. Этот вывод задокументирован в Германии для разных областей компетенции, включая ИКТ-навыки. Социальное неравенство в этой важной для цифровой эпохи сфере берет начало на ранних этапах жизни детей (с. 320).

Результаты этой главы дают новые и отчасти удивительные эмпирические идеи для этих вопросов. Во-первых, социальные разрывы присутствуют уже в возрасте 8 лет, по размеру сопоставимы с социальными разрывами в «жестких» навыках, и они намного больше по размеру, чем гендерные разрывы или разрывы по миграционному происхождению. Во-вторых, с 8 до 16 лет размер социальных разрывов в навыках ИКТ остается в целом стабильным, следовательно, они не сокращаются, но и не растут. В-третьих, доступ к ИКТ ни в семье, ни в школе, ни их использование не объясняют эти разрывы разумно – результат, который несколько разочаровывает гипотезу цифрового капитала. Наконец, социальные разрывы в «жестких» навыках полностью объясняют разрывы в ИКТ, что говорит о том, что социальное неравенство в навыках ИКТ может быть обусловлено примерно теми же факторами, которые объясняют неравенство в «жестких» навыках. Это заставляет авторов предполагать, что неравенство в ранних навыках ИКТ может просто отражать общие структуры неравенства в семейной среде и опыте. В целом эта глава представляет собой достаточно вдохновляющий и новый вклад

в междисциплинарную литературу по социальной стратификации, формированию навыков и цифровому разрыву.

В 18-й главе «Цифровое неравенство и психическое здоровье подростков: роль социально-экономического фона, пола и национального контекста» (Digital inequalities and adolescent mental health: the role of socioeconomic background, gender, and national context) П. Грасия с коллегами провели анализ связи цифрового неравенства и психического здоровья детей с точки зрения роли социально-экономического фона, пола и национального контекста. Они исследовали эти вопросы эмпирически, используя инновационное сочетание лонгитюдных и межнациональных данных. Авторы представляют два набора аналитических материалов. В первом наборе анализов они использовали лонгитюдные данные проекта «Взросление в Ирландии» в возрасте от 9 до 18 лет, чтобы изучить, как использование цифровых технологий связано с благополучием детей по мере взросления. Модели с фиксированными эффектами показывают, что воздействие времени, проведенного за цифровым экраном, на психическое здоровье людей разных социально-экономических классов и полов распределяется неравномерно; на самом деле именно молодые люди из более неблагополучных социально-экономических семей и девочки испытывают больше проблем с психическим здоровьем, проводя больше времени за цифровыми устройствами.

Вторая серия анализов проверяет общность этих выводов, используя обширные межнациональные данные исследования «Поведение в отношении здоровья в школьном возрасте», в котором приняли участие подростки в возрасте 11–15 лет из 35 стран. Межнациональные исследования показывают, что, хотя мальчики-подростки тратят больше времени на цифровую деятельность, именно девочки-подростки чаще сталкиваются с проблемами психического здоровья из-за цифровой активности. Однако масштабы этих гендерных различий существенно различаются в разных странах. Влияние социально-экономического фона оказалось неоднозначным: в одних странах подростки с низким уровнем вовлеченности страдали больше, в других – наибольшие проблемы испытывали подростки с высокой вовлеченностью. П. Грасия с коллегами отмечают, что подростки Западной Европы живут в гиперцифровом мире с беспрецедентным доступом к мобильным устройствам. Эти технологии расширяют возможности для обучения и общения, но также несут риски, такие как игровая

зависимость, киберзапугивание и тревожность, вызванная социальными сетями. Эти преобразования в онлайн-мире тесно связаны с офлайн-процессами, где социально-экономические ресурсы и демографические переменные (пол и возраст) играют ключевую роль (с. 329).

Исследования психического благополучия подростков выявили значительные групповые различия по социально-экономическому положению (SES), возрасту и полу. Семейные ресурсы SES являются ключевым фактором: подростки с низким уровнем SES чаще страдают от депрессии и тревожности, чем их сверстники с высоким SES. Что касается пола, то мальчики более склонны к возникновению внешних поведенческих проблем, чем девочки, в то время как последствия для психического здоровья, такие как несчастливость, депрессия и факторы риска самоубийства, сильнее проявляются у девочек, чем у мальчиков. Такие гендерные различия особенно заметны в подростковом возрасте, когда у девочек-подростков диагностируется депрессия в три раза чаще, чем у мальчиков.

Однако до сих пор остается открытым вопрос о том, как такие различия в психическом благополучии подростков как по возрасту, так и по полу проявляются в цифровом и онлайн-контекстах (с. 330). Что касается вариаций SES, то выявлено, что социально-экономические ресурсы могут определять связь между вовлеченностью подростков в цифровые технологии и их благополучием. Поскольку подростки с высоким уровнем SES имеют привилегированный доступ к семейным ресурсам дома, их преимущество по сравнению с подростками с низким уровнем может распространиться на цифровой мир, воспроизводя, если не усиливая, неравенство, существующее в офлайн-мире. Обнаружено, что по сравнению с подростками с высоким уровнем SES подростки с низким уровнем тратят больше времени на занятия на экране и испытывают больше негативных эмоций во время онлайн-активности, а также располагают меньшими экономическими, социальными, культурными и цифровыми ресурсами, которые могут помочь обеспечить здоровое и продуктивное использование ИКТ (с. 331). Гендерные различия в использовании цифровых технологий особенно заметны среди девочек, которые чаще сталкиваются с несчастливостью, депрессией и риском суицида из-за активного использования социальных сетей. Девочки сильнее вовлечены в онлайн-сравнения, уделяют больше внимания своей внешности в Интернете и проявляют большую озабоченность по поводу образа своего тела. Также девочки более уязвимы

к чувству вреда/огорчения, возникающему в результате их ежедневного онлайн-общения (например, воздействия сексуального контента, кибертравли) (с. 331). С возрастом подростки проводят все больше времени за цифровыми устройствами, включая компьютеры, планшеты и телефоны (с. 336).

В 19-й главе «Гендерный разрыв в цифровых навыках в кросс-национальной перспективе» (The gender gap in digital skills in cross-national perspective) Х.-Л. Мартинес-Кантос изучает гендерный разрыв в цифровых навыках в кросс-национальной перспективе. Предлагая комплексную теоретическую модель для решения проблемы цифрового неравенства по полу, автор рассматривает литературу о цифровом гендерном неравенстве, принимая динамическую, интерсекциональную и кросс-секционную перспективы. Кроме того, Х.-Л. Мартинес-Кантос эмпирически иллюстрирует свои аргументы, компилируя кросс-национальные данные из различных баз данных, включая базу данных цифровых навыков (Евростат), базу данных образования и обучения (Евростат) и PISA 2018. Официальные данные Евростата подтверждают низкое присутствие женщин в высших учебных заведениях, связанных с ИКТ. В университетах Западной Европы в ИКТ-дисциплинах традиционно преобладают мужчины. Ожидания карьерного роста среди школьников-мальчиков в области ИКТ также значительно выше, чем у их сверстниц-девочек. В 2019 г. женщины составляли лишь 18 % специалистов ИКТ в странах ЕС-27 (без учета Соединенного Королевства) (с. 355).

Что касается молодого поколения и его ожиданий на будущее, исследования привычек девочек и мальчиков в использовании ИКТ показывают сохранение сложившихся инерционных процессов. Данные подтверждают, что гендерные разрывы в цифровых навыках не исчезают автоматически с распространением ИКТ или между последующими поколениями. Х.-Л. Мартинес-Кантос демонстрирует, что разрывы в более высоких цифровых навыках, таких как программирование, остаются устойчивыми. С кросс-национальной точки зрения парадоксально, что страны с высоким уровнем гендерного равенства (например, страны Северной Европы) демонстрируют значительные гендерные разрывы в продвинутых цифровых навыках, тогда как в странах с низким гендерным равенством эти разрывы либо минимальны, либо отсутствуют.

Что касается рынка труда, данные показывают серьезную недопредставленность женщин в профессиях ИКТ, без очевидной тенденции

к увеличению их присутствия в данной сфере. Авторы подчеркивают необходимость установления более прямой связи между ранними образовательными процессами и карьерными результатами во взрослом возрасте. Это требует долгосрочных лонгитюдных исследований, способных отслеживать широкие причинно-следственные связи (с. 356).

В целом глава представляет уникальные данные о роли пола и социального происхождения в формировании цифрового неравенства среди молодежи, растущей в условиях цифровых технологий. Межнациональные данные подтверждают, что цифровое неравенство – это сложное явление, определяемое не только индивидуальными и социальными факторами, но и институциональными условиями и национальными контекстами общества.

В 20-й главе «Создание семьи в цифровую эпоху» (Doing family in the digital age) К. Церле-Элсафир с коллегами проводит оценки того, как растущая медиатизация с помощью цифровых технологий влияет на семейную жизнь, родительские обязанности и взаимодействие родителей и детей. В теоретическом плане автор опирается на концепцию «производства/делания семьи» (англ. doing family), конструктивистскую концепцию, связанную с организацией и практикой повседневной семейной жизни. В отношении медиатизации и цифровизации современной семейной жизни автор демонстрирует роль управления балансом практик, связанных с координацией и синхронизацией членов семьи, и создания атмосферы единения как двух основных измерений ведения дел семьи и воспроизводства семейной жизни. В этой главе о создании семьи в эпоху цифровых технологий представлен общий теоретический конструкт современной семьи, объясняется, что современные родители сталкиваются с серьезными проблемами. Семейные отношения становятся все более сложными, ожидания от «хорошего» воспитания растут, и повседневная семейная жизнь протекает в непростой медиатизированной среде. Многочисленные стратегии ведения семейных дел реализуются с помощью цифровых медиа. Это касается не только организации и сбалансированности повседневной жизни, но и создания атмосферы единения между членами семьи посредством обмена эмоциональными посланиями или запросами. При этом родители являются центральными фигурами в передаче опыта и компетенций в области средств массовой информации своим детям, однако они часто выражают неуверенность в правильности стратегии (с. 365).

В центре этой главы стоит вопрос о том, как семьи интегрируют цифровые медиа в стратегии ведения совместного семейного дела. Уделяя особое внимание такой стране, как Германия, автор сначала обсуждает, каким образом изменяется семейная реальность. Особое внимание уделяется преобразующимся социально-экономическим и демографическим структурам семей и парадигмам родительства, а также растущей медиатизации семейной жизни с помощью цифровых медиа. На фоне преимущественно качественной исследовательской литературы о том, как вести семейную жизнь в цифровую эпоху, автор представляет новые количественные данные, полученные из нескольких социологических волн немецкой помощи – семейного опроса («Взросление в Германии» – исследование повседневной жизни немецких семей). Иллюстрируются дебаты на основе эмпирических фактов и цифр о «благополучной семье» из данных последней волны опроса, проведенного Немецким институтом молодежи. Правильный ответ на вопрос «Что означает семья в наши дни?» выглядит следующим образом: «Семья – это не просто данность, а результат постоянного взаимодействия». Эта концепция семьи охватывает повседневные действия ее членов, направленные на объединение различных аспектов отношений (между партнерами, родителями и детьми, братьями и сестрами, а также с другими близкими, такими как бабушки, дедушки, родственники, соседи и друзья). Она включает интеграцию различных сфер жизни – занятости родителей, образовательных и воспитательных учреждений, досуговых мест и взаимодействия с органами власти, – объединяя их ожидания, мечты и ограничения в единое, функционирующее целое.

Результаты исследования демонстрируют, как использование цифровых медиа облегчает семейное взаимодействие: повседневное общение, координацию, «отслеживание» членов семьи и создание атмосферы единства через эмоциональный обмен. Интересный вывод состоит в том, что отцы чаще, чем матери, применяют цифровые стратегии управления семейной жизнью. Глава предлагает теоретический и эмпирический обзор организации семейной жизни в эпоху цифровых технологий. Семья остается ключевым контекстом социализации детей и подростков, обеспечивая поддержку и формируя основу для личностного развития.

Несмотря на растущее влияние других социальных институтов, семья остается центральным элементом жизни, предоставляя пространство для взаимодействий, обучения и конфликтов между

ее членами. Семьи представляют собой системы близких отношений с различным уровнем сплоченности, открытости или закрытости к внешним контактам, а также внутренней структурой, отражающей различия по полу и поколениям. Они обеспечивают своим членам опыт взаимоотношений, ролей и заботливых отношений.

Современные семьи сильно различаются по составу и способам организации повседневной жизни. В Германии в 2019 г. нуклеарные семьи (супружеские пары с детьми) составляли около 70 % по сравнению с 80 % в 1998 г. Доля внебрачных сожителей увеличилась с 5 % в 1998 г. до 12 % в 2019 г., а доля родителей-одиночек – с 14 % до почти 19 % (с. 365). Основной причиной этих изменений стало снижение стабильности партнерских отношений, что привело к росту числа раздельных проживаний, разводов и числа случаев внебрачного сожительства. В таких случаях цифровые медиа часто используются для поддержания семейных связей и обмена информацией между членами семьи, живущими отдельно.

В условиях меняющихся форм семьи и нестабильности трудоустройства роль родителей становится более сложной. Они сталкиваются с общественным давлением, высокими ожиданиями от своей родительской роли и необходимостью избегать ошибок в воспитании детей, чтобы защитить их от жизненных трудностей (с. 366). Все это описывает концепцию воспитания, которая подразумевает значительные затраты времени, энергии и денег на воспитание детей. Чтобы соответствовать ожиданиям, родители должны овладеть специальными знаниями через руководства по воспитанию, используя информационные сайты и социальные сети. Хорошее воспитание предполагает не только принятие более требовательного стиля воспитания, но и обучение детей компетентному использованию медиа (с. 367). Таким образом, задача интеграции цифровых медиа в семейную жизнь становится все более актуальной. «Цифровое воспитание» охватывает практики, которые родители используют для контроля и сопровождения детей через цифровые медиа (родительское посредничество), а также медийные привычки, которые трансформируют сам процесс воспитания. Это включает поиск онлайн-консультаций, использование приложений для родителей и документирование семейных мероприятий, таких как прогулки, праздники и совместное времяпрепровождение. Важной задачей остается отслеживание ключевых этапов взросления детей (с. 367).

Родительский опыт, а также взросление детей и подростков все больше интегрируются

в медиатизированную среду. Медиаприсутствие стало повсеместным: смартфоны, компьютеры, телевизоры и подписки на потоковые сервисы доступны практически во всех домохозяйствах. Особую роль играют независимые от времени и местоположения мобильные медиа-сервисы, которые особенно популярны среди младших детей. У половины детей в возрасте от 6 до 13 лет уже есть мобильный телефон или смартфон. Цифровые медиа формируют коммуникационную инфраструктуру, обеспечивающую новые способы воспитания, включая «отцовство онлайн», где отцы обсуждают свои практики в блогах. Подчеркивается важность медиа-ритуалов как неотъемлемой части повседневной жизни семей (с. 368). Родители и семейное окружение играют важную роль в развитии навыков использования цифровых медиа у детей и подростков. Исследования подтверждают корреляцию между временем, проведенным родителями за медиаустройствами, и временем, которое на это тратят их дети. Кроме того, темы продолжительности медиаиспользования и содержания контента часто становятся предметом обсуждений между родителями и детьми. Эмпирические данные показывают, что родительский медиаобразовательный репертуар определяется социально-экономическим статусом, отношением к цифровым технологиям и общим стилем воспитания. Важную роль играют отношения между родителями и детьми, медиаопыт родителей, уровень их цифровых компетенций, а также возраст, пол и предполагаемая медиакомпетентность детей. Концепция «делания семьи» сосредоточена на организации повседневной семейной жизни и соответствующих практиках (с. 368).

Эти качественные выводы подтверждены количественными данными исследования «Взросление в Германии: исследование повседневной жизни в немецких семьях» (AID:A), проведенного Немецким институтом молодежи. В волне 2019 г. опрошено 1,945 тыс. семей с двумя родителями и по крайней мере одним ребенком младше 12 лет. Вопросы касались использования медиа, медиаобразования и значимости цифровых стратегий ведения семьи. Около 48 % матерей ежедневно или несколько раз в день пользовались смартфонами для координации задач с партнерами, еще 19 % – несколько раз в неделю, 20 % пользовались устройствами реже одного-двух раз в неделю. Эти данные подтверждают важность цифровых технологий в организации семейной жизни на межродительском уровне (с. 370). Родители часто предоставляют детям смартфоны при переходе из начальной школы

в среднюю (около 10 лет в Германии), чтобы всегда быть на связи. Смартфоны помогают обеспечивать безопасность и контроль, успокаивая родителей и позволяя детям сообщать о задержках (опоздании на автобус, прогулках с друзьями). Однако постоянная цифровая доступность может быть воспринята как «цифровой поводок», что подчеркивает двойственный характер использования технологий (с. 371). В качестве выводов отмечается, что посредством обращения теоретической концепции создания семьи подробно рассмотрены ключевые аспекты изменения жизни современных семей. Это касается изменений в семейных расстановках и разделении труда в семьях, а также мнений о том, что представляет собой «хорошее» родительское воспитание.

Цифровые технологии и медиатизация в настоящее время являются неотъемлемой частью повседневной семейной жизни. Исследования показывают, что технологии социальных сетей выполняют множество функций: они поддерживают организацию, способствуют сближению членов семьи и создают атмосферу единства. Данные исследования AID:A на репрезентативной основе подтвердили, что цифровые стратегии управления семейными делами облегчают взаимодействие, особенно с детьми по мере их взросления, а также с родителями (с. 374). Таким образом, количественные данные дополнили более ранние результаты качественного исследования. В целом многие фактические данные, представленные в главе, подчеркивают важность цифровых стратегий для ведения семейной жизни, также поднимают новые вопросы, которые вдохновляют на дальнейшие исследования в области цифровой семейной практики. Обсуждены ключевые аспекты изменений в семейных отношениях, роли родителей и разделении домашних обязанностей. Цифровые технологии и медиатизация стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Социальные сети поддерживают организацию семейного быта, способствуют сближению членов семьи и создают атмосферу единства. Исследование AID:A дополнило ранние качественные выводы количественными данными, показав, что цифровые медиа облегчают семейные отношения, особенно когда дети становятся старше (с. 374).

В 21-й главе «Цена (стоимость/издержки) психического здоровья от свайпов (“проведения пальцем по мобильнику”): связано ли использование приложений для знакомств с более выраженным стрессом и симптомами депрессии?» (The mental health cost of swiping: is dating app use linked to greater stress and depressive symptoms?)

Дж. Потарка и Дж. Заутер рассмотрели наличие связей использования приложений для знакомств с выраженным стрессом и симптомами депрессии. Замысел этого исследования состоял в том, что приложения для знакомств по телефону, такие как Tinder, Bumble и Grindr, предоставляют пользователям возможность провести пальцем влево (то есть сигнализировать об отсутствии интереса) или вправо (то есть сигнализировать об интересе) по потенциальным партнерам. Приложения для знакомств на основе свайпов за последние 10 лет значительно изменили сферу цифровых знакомств. Они нормализовали использование таких платформ и предложили «игровой» подход к поиску партнеров, минимизируя усилия пользователей. В отличие от традиционных сайтов, например, Match.com или Parship, где требуются анкеты и личностные тесты, приложения на основе свайпов упрощают взаимодействие. Публичные медиа часто обсуждают негативные последствия таких приложений: снижение интереса к долгосрочным отношениям из-за переизбытка кандидатов, психологические издержки, такие как разочарование, усталость от Tinder и даже депрессивные симптомы.

Критики утверждают, что эти приложения способствуют культуре «одноразовых отношений», поощряя поверхностное восприятие людей. В этом исследовании поставлена цель выяснить, действительно ли использование приложений для знакомств по телефону и других инструментов онлайн-знакомств, таких как сайты знакомств и социальные сети, положительно связано со стрессом и депрессивными симптомами у женщин и мужчин и может ли эта связь быть частично компенсирована уровнем самооценки. Данные двух волн исследования немецкой семейной группы (2018–2019 гг.) показали, что использование приложений для знакомств не оказывает явного влияния на психическое здоровье женщин. Однако женщины, использующие более традиционные сайты знакомств, чаще сталкивались с депрессивными симптомами, что в значительной степени связано с низкой самооценкой. В соответствии с теорией объективации использование сайтов знакомств (а не приложений) может усиливать самообъективацию у женщин, снижая их самооценку и повышая вероятность проблем с психическим здоровьем. Дополнительный анализ с использованием моделей фиксированных эффектов показал, что переход от неиспользования к использованию сайтов знакомств не приводил к значительному увеличению депрессивных симптомов, но сопровождался снижением самооценки. Это говорит о том, что женщины

с плохим психическим здоровьем чаще обращались к сайтам знакомств, что еще больше снижало их самооценку. Что касается мужчин, использование приложений для знакомств связано с повышенным уровнем стресса, но не в той степени и не по тем причинам, которые обычно обсуждаются в средствах массовой информации. Данные разведали миф о серьезном вреде, связанном с такими приложениями, представив дополнительные научные доказательства минимальных негативных эффектов для мужского психического здоровья (с. 392).

В 22-й главе «Социальные медиа и благополучие на работе, дома и между ними: обзор» (Social media and well-being at work, at home, and in-between: a review) Ю. Клингельхофера и А. Майера предлагается версия ответа на актуальные вопросы:

- как использование социальных сетей в домашних условиях и на профессиональной работе влияет на счастье и благополучие работающих взрослых;
- каковы последствия использования социальных сетей в частных домашних и профессиональных рабочих контекстах для счастья и благополучия работающих взрослых.

Глава проливает свет, отвечая на эти вопросы, представляя современный обзор научной литературы о роли социальных сетей в улучшении самочувствия на работе, дома и в свободное время. Понимание термина «благополучие» строится на показателях адаптации и функционирования, позитивных субъективных переживаний, эвдемоническом (например, осмысленности) ощущении жизни и отсутствии психопатологии. В контексте рабочего места и организационной психологии положительные и отрицательные показатели благополучия могут включать общие (удовлетворенность жизнью, аффект, осмысленность) и специфические показатели. Последние включают целый ряд последствий, которые варьируются от истощения, изоляции и эмоционального выгорания до вовлеченности в работу, удовлетворенности работой и чувства сопричастности.

Другой термин, который здесь операционализируется, – это социальные сети, которые привлекают все большее внимание ученых из-за предполагаемого вредного – или полезного – воздействия на благополучие. В настоящее время они являются доминирующими инструментами компьютерно-опосредованной коммуникации (англ. computer-mediated communication, CMC), то есть социального взаимодействия, опосредованного с помощью ИКТ.

Выделено пять основных характеристик социальных сетей – это основанные на Интернете интерактивные или социальные информационно-коммуникационные технологии, которые включают пользовательский контент и позволяют использовать СМС большими и малыми аудиториями как асинхронным, так и синхронным способом. Это, как правило, включает как сайты социальных сетей (англ. social network sites, SNS), так и мессенджеры, а также все чаще приложения, которые занимают промежуточное положение между этими двумя типами (Snapchat, Telegram).

В контексте работы социальные сети разделяют на социальные сети для конкретной организации или предприятия (англ. enterprise social media, ESM) и социальные сети, используемые частным образом или общедоступные (англ. public social media, PSM), которые могут улучшать или ухудшать самочувствие, особенно на стыке «работа-дом» (с. 399). Согласно теории границ между работой и личной жизнью, люди разделяют роли, связанные с каждой сферой, через физические, временные, эмоциональные и когнитивные границы. Переходы между этими доменами могут вызывать напряженность и конфликты. Современные технологии способствуют размыванию этих границ, усиливая конфликт «работа-личная жизнь», где рабочее давление вмешивается в личную сферу, и конфликт «жизнь-работа», когда личные дела мешают профессиональной роли. Использование социальных сетей на стыке «работа-дом» может быть связано с конфликтами «работа-личная жизнь» и «жизнь-рабочее место». Первоначально названные конфликтами «работа-дом», или «работа-семья», конфликты «работа-личная жизнь» (или «жизнь-работа») более целостно отражают частные, не связанные с работой аспекты повседневной жизни. Таким образом, конфликт между работой и личной жизнью относится к давлению в рабочей сфере, вмешивающемся в личную жизнь, в то время как конфликт между жизнью и работой связан с вмешательством личной жизни в роль человека на работе.

Информационно-коммуникационные технологии помогают преодолевать временные и пространственные границы, что особенно актуально для удаленной работы. Современные работники, включая наемных и самозанятых, все чаще используют формы телеработы. Для понимания влияния социальных сетей на взаимодействие работы и дома важно учитывать растущую роль удаленной работы.

Результаты исследований подчеркивают парадоксальную природу использования цифровых медиа и коммуникационных технологий

на стыке работы и дома. С одной стороны, социальные сети предоставляют больше возможностей для поддержания связи с коллегами, друзьями и семьей во время удаленной работы, которая обычно ассоциируется с изоляцией. Это может способствовать социальному и эмоциональному благополучию. С другой стороны, использование социальных сетей, не связанное с работой, может отвлекать от выполнения задач, вызывать задержки и снижать продуктивность. Некоторые пользователи описывают это как «вызывающее привыкание» поведение, связанное с плохой саморегуляцией. Хотя концепция зависимости от социальных сетей остается спорной, данные показывают, что работники сферы знаний и офисные сотрудники связывают использование ИКТ и социальных сетей с определенными стрессами и проблемами. Обзор подтверждает, что удаленная работа усиливает как положительные, так и отрицательные эффекты социальных сетей. Их использование для общения с коллегами, особенно в периоды быстрого перехода на удаленную работу по причинам социального дистанцирования (связанным с пандемией или по организационным причинам), в основном повышает благосостояние благодаря позитивным механизмам. Будущие исследования могут включать сравнительную перспективу, учитывающую культурные нормы, трудовую этику, социальные нормы, организационные правила и предписания, касающиеся рабочего времени и удаленной работы (с. 409).

В качестве выводов в рассмотренных исследованиях влияние социальных сетей на взаимодействие между работой и домом изучается с разных точек зрения и в различных вариантах использования. Обобщаются предварительные данные о том, что использование, несовместимое с работой, может быть связано с повышением благосостояния, например, за счет улучшения баланса между работой и личной жизнью, и одновременно со снижением благосостояния, например, за счет жестких дополнительных нагрузок. Аналогичная картина наблюдается в домашних условиях: положительные корреляции (например, улучшение отношений) возникают одновременно с отрицательными (например, конфликтами на работе и дома). Что касается удаленной работы, выявлен потенциал социальных сетей для усиления стресса и напряженной работы в ситуации, которая и без того требует много внимания. Социальные сети могут также смягчить такие распространенные недостатки удаленной работы, как изоляция или недостаточная коммуникация, обеспечивая важный рычаг для повышения

благополучия в будущем, которое все больше зависит от удаленной работы (с. 410).

В 23-й главе «Цифровой переход экономики и его последствия для рынка труда» (The digital transition of the economy and its consequences for the labour market) В. Айххорст и Дж. Скализе раскрывают концептуальный стык цифровой социологии и социологии труда. Рассмотрено изменение конфигурации рынка труда, вызванное цифровизацией экономики, что затрагивает наиболее масштабные социальные и экономические последствия технологических изменений в контексте цифрового общества. Цифровой переход экономики, ускоренный пандемией COVID-19, в своем глубоком влиянии на мир труда меняет рабочие места, структуру рынка труда и сдвиги в неравенствах, сталкивая социальную политику в современных государствах всеобщего благополучия с огромными проблемами. В. Айххорст и Дж. Скализе отмечают, что в отличие от предыдущих технологических изменений, сопровождавшихся созданием рабочих мест и ростом благополучия, цифровая революция усиливает давление на «белые воротнички» из-за развития интеллектуальных технологий автоматизации. Представленные ими эмпирические данные указывают на поляризацию рынка труда, которая основана на рутине и подразумевает непропорциональное размывание профессий и рабочих мест при распределении навыков. Недавние технологические изменения сопровождались расширением нестандартных и гибких рабочих схем. Хотя цифровая экономика вряд ли приведет к массовой безработице, она значительно трансформирует структуру рабочих мест.

В главе рассмотрены институциональные и политические меры реагирования на вызовы цифровизации на примере Италии и Германии – двух крупнейших производителей в Европе с разным уровнем цифровизации. Сравнительное исследование показывает, что национальные институты, такие как системы образования, профессиональной подготовки и регулирования рынка труда, играют ключевую роль в адаптации к технологическим изменениям. Обсуждены последствия пандемии, ускорившей структурные преобразования, и меры по стабилизации занятости. Автоматизация, искусственный интеллект и платформенная экономика существенно влияют на содержание рабочих мест, бизнес-модели и трудовые отношения. Цифровизация усиливает существующие тенденции, такие как поляризация рынка труда, рост неполной занятости и неустойчивые формы работы, создавая при этом новые возможности.

В отраслевом и профессиональном разрезе рутинные промышленные работы, связанные с физически тяжелым трудом, оказываются наиболее уязвимыми перед автоматизацией. Расширение онлайн-торговли и услуг способствует переходу от традиционной розничной торговли к логистике и электронной коммерции. С точки зрения трудовых отношений технологические изменения ведут к увеличению числа гибких форм занятости, таких как фриланс и работа на платформах. Этот рост независимой занятости за пределами традиционных институтов рынка труда ослабляет устоявшиеся формы производственных отношений и коллективные договоры. Современные технологические изменения отличаются большей масштабностью, скоростью и охватом, что значительно ускоряет социально-экономические преобразования и трансформирует рынки труда.

Цифровой прорыв обусловлен несколькими векторами изменений. К ним относятся цифровое оборудование с элементами искусственного интеллекта, оцифровка процессов, обеспечивающая эффективную обработку, хранение и передачу данных, а также цифровые сети, координирующие экономические транзакции с помощью алгоритмов и платформенных систем. Эти векторы пронизывают рынок труда, затрагивая как «синие воротнички» (рабочие на производстве), чья численность сокращается, так и «белые воротнички» (административные сотрудники), чьи функции также подвергаются автоматизации. Фактически искусственный интеллект наряду с большими данными, Интернетом вещей и эволюцией машин позволяет роботам выполнять не только ручные задачи, но и некоторые виды когнитивных задач, а также извлекать уроки из обмена информацией между машинами, становясь все более эффективным в решении этих задач.

Автоматизация угрожает рабочим местам, связанным с рутинными ручными или когнитивными задачами, что приводит к сдвигу структуры труда в сторону нестандартных задач, таких как аналитические, интерактивные или ручные, как на высоком, так и на низком уровнях квалификации (с. 421). Исследования показывают, что автоматизация влияет больше на содержание рабочих задач, чем на профессии, а реальный уровень перемещения рабочих мест ниже, чем предполагалось ранее. Переход на рабочие места в трудоемких отраслях, где задачи сложно автоматизировать, приводит к заметным, продолжающимся изменениям внутри и между секторами. Традиционные рабочие места средней

квалификации, связанные с рутинными задачами, испытывают наибольшее давление автоматизации. Это усиливает поляризацию рынка труда, особенно затрагивая профессии средней квалификации, которые играют ключевую роль в системах социальной защиты и механизмах регулирования рынка труда во многих странах. Рабочие места экспертного уровня, требующие высокого уровня профессиональных знаний, как правило, расширяются, сопровождаясь ростом заработной платы и большей автономией. Одновременно увеличивается занятость в секторе услуг с низкой квалификацией. Данные последних десятилетий демонстрируют сокращение числа рабочих мест со средней заработной платой и квалификацией в развитых странах как в целом, так и в отдельных секторах.

Цифровизация остается одним из ключевых факторов, формирующих современные рынки труда, вызывая структурные изменения, которые становятся все более необратимыми. Достижения в области машинного обучения, робототехники и искусственного интеллекта способствуют усилению автоматизации, трансформации спроса на рабочую силу и исчезновению рабочих мест. Эти изменения выходят за рамки физического или ручного труда и затрагивают когнитивные и аналитические задачи, характерные для «белых воротничков». Вместе с тем появляются новые рабочие места благодаря новым продуктам, процессам и бизнес-моделям. Спрос на профессии, связанные с компьютерами, наукой, техникой и инжинирингом, будет расти. В то же время увеличится спрос на человеческие навыки в профессиях, требующих взаимодействия с людьми, таких как здравоохранение, социальные службы и преподавание. Анализ цифровизации экономики не может игнорировать институциональные структуры, в частности регулирование рынка труда, системы образования и обучения, организованного труда, деловых интересов и коалиций, которые формируют различные национальные траектории к цифровой эпохе (с. 430). В заключении В. Айххорст и Дж. Скализе подчеркивают ключевую роль образовательных и учебных учреждений, политики и институциональных реформ для траекторий, по которым современные государства всеобщего благосостояния идут через цифровую революцию.

В 24-й главе «Дальнейшее обучение в контексте цифровой трансформации» (Further training in the context of the digital transformation) Т. Круппе и Дж. Ланг изучают дальнейшее обучение в контексте цифровой трансформации, по сути, продолжая исследование предыдущей главы относительно

цифровой трансформации на рынках труда, которая увеличивает потребность в новых навыках. Авторы анализируют основную линию, которой придерживаются современные государства всеобщего благосостояния через цифровую революцию, исследуя роль дополнительного образования. Цифровизация труда часто приводит к необходимости профессиональной переориентации. Если квалификация не соответствует новым требованиям, перспективы на рынке труда ухудшаются, а риски безработицы возрастают.

Особую проблему представляет тот факт, что низкоквалифицированные работники, которые в наибольшей степени страдают от безработицы, также являются теми, на чьи рабочие места в наибольшей степени влияют цифровизация и автоматизация. Рассматривая риски автоматизации с точки зрения рабочих задач, авторы делают вывод о том, что именно рутинные задачи обладают наибольшим потенциалом взаимозаменяемости. Хотя доля рутинных задач и уровни квалификации взаимосвязаны, ряд квалифицированных профессий включают множество рутинных задач. Анализ различий в участии в повышении квалификации работников, занятых на работах с высокой и низкой долей рутинных задач, показывает, что работники с высокой долей рутинной деятельности не только реже участвуют в мероприятиях по обучению, но и делают это менее интенсивно. В то же время различия в индивидуальных характеристиках, таких как уровни квалификации, играют незначительную роль в объяснении этих различий. Например, даже в группах с высоким уровнем квалификации работники, выполняющие большую долю рутинных задач, реже проходят непрерывное обучение (с. 437).

Цифровизация оказывает далеко идущее влияние на рынок труда. Требования к навыкам, которым должны соответствовать работники, меняются быстрее, чем когда-либо. Важным элементом адаптации навыков к новым условиям является непрерывное обучение. Повышение квалификации может улучшить и стабилизировать перспективы трудоустройства работающих и безработных, особенно тех, чьи профессии или рабочие места особенно затронуты цифровизацией. Несмотря на то что участие этой группы в повышении квалификации ниже среднего, например, в Германии наблюдается тенденция к росту участия в повышении квалификации для всех групп работников (с. 443). Как показывает приводимый подход к концепту дальнейшего обучения в контексте цифровой трансформации, затрагиваемые проблемы необходимо изучать на уровне как

отдельных стран, так и отдельных отраслей производства, потребления, распределения и обмена товарами, продуктами, услугами и рабочей силой. Цифровая трансформация меняет профили работы и требования к навыкам, и все еще неясно какие группы работников в отношении квалификации и уровня навыков особенно сильно будут затронуты этими изменениями.

В 25-й главе «Цифровая агитация: как цифровые медиа меняют работу партий и избирательных организаций и влияют на выборы» (Digital campaigning: how digital media change the work of parties and campaign organizations and impact elections) А. Юнгхерр добавляет «политологическую перспективу» последствий цифровизации, сосредоточившись на цифровой агитации. На наш взгляд, как и в случае с цифровой и вычислительной демографией, эта глава – опять «не туда», поскольку хэндбук озаглавлен как «Цифровая социология», а не, допустим, «Цифровая социальная наука». Тем не менее, следуя правилам обзора, мы должны показать, как в главе обсуждаются способы изменения цифровыми медиа работы политических партий, и особенности способов ведения ими политических кампаний.

В главе обсуждаются доминирующие теоретические и эмпирические подходы к изучению цифровой агитации. Цифровые социальные медиа Twitter, Instagram (деятельность запрещена на территории Российской Федерации) и YouTube, стали играть основополагающую роль в качестве инструментов мобилизации в современных стратегиях агитации. Яркими примерами могут служить президентские выборы в Соединенных Штатах Америки (далее – США) в 2014 г., 2016 г. и 2020 г., на которых Twitter и YouTube использовались в качестве основного инструмента в стратегиях цифровой агитации обеих партий – Демократической и Республиканской. А. Юнгхерр отмечает, что большая часть исследований цифровой агитации сосредоточена на политическом ландшафте США, особенно на Демократической партии. Это создало пробелы в изучении цифровой агитации за пределами Северной Америки, недостаток систематических теорий и преобладание этнографических подходов при ограниченном числе количественных исследований влияния медиа.

Детально рассмотрены доминирующие теоретические и эмпирические подходы к изучению цифровых кампаний, структуры, ориентированные на функции кампаний, влияние цифровых медиа на организационные структуры и рабочие процедуры, сбор и распределение ресурсов, обеспечение присутствия в коммуникационных пространствах, охват интересующей аудитории,

использование цифровых медиа как символа профессионализма и инновации партий и их кандидатов. Описаны сохраняющиеся проблемы, стоящие перед академическими исследованиями использования цифровых медиа политическими партиями и их влияния на кампании, представлены перспективы для будущих исследований.

Партии адаптировались к трансформации коммуникационной среды, став активными поставщиками информации. Они используют веб-сайты, социальные сети, таргетированную электронную почту и онлайн-рекламу. Многие создают специальные отделы новостей, которые генерируют мультимедийный контент, оптимизированный для цифровых платформ, а также номинально независимые, но явно связанные исследовательские медиаподразделения, которые производят контент, призванный повлиять на освещение событий традиционными новостными организациями.

Институт подотчетности правительства – один из примеров президентской кампании в США в 2016 г.: исследовательское подразделение, официально не связанное с Республиканской партией, но финансируемое важными республиканскими донорами и, следовательно, являющееся частью более широкой республиканской сети. Эта группа подготовила досье, в котором собрала неблагоприятную информацию и слухи о финансах кандидата от демократической партии Х. Клинтон и ее мужа, бывшего президента США Б. Клинтона. Получившееся в результате досье «Клинтон Кэш» стало бестселлером New York Times и повлияло на освещение средствами массовой информации предвыборной кампании кандидата. Партии и кампании обычно пытаются повлиять на освещение событий традиционными и альтернативными средствами массовой информации с помощью специально разработанного контента, мероприятий или информационно-пропагандистской работы. Политические партии и кампании активно взаимодействуют с блогерами, влиятельными лицами и пользователями социальных сетей, чтобы побудить их освещать определенные аспекты кампании в надежде привлечь внимание традиционные средства массовой информации. Используя цифровые инструменты, они косвенно влияют на коммуникационную среду, что облегчается готовностью традиционных медиа включать информацию из блогов, YouTube или Twitter в свои репортажи.

Партии и кампании также полагаются на цифровые платформы для распространения информации, включая таргетированную рекламу, ориентированную на конкретные сегменты

аудитории. Несмотря на то что в публичном дискурсе часто преувеличиваются точность и манипулятивный потенциал рекламы, основанной на данных, она остается эффективным инструментом политической коммуникации. Таргетинг позволяет охватывать группы, определенные по возрасту, местоположению или интересам, минимизируя затраты и повышая видимость партий в условиях фрагментированной информационной среды. Растущее значение этой формы информационного охвата в США побудило кампанию Трампа в 2016 г. тесно сотрудничать с компаниями-платформерами, полагаясь на их советы о том, как наилучшим образом достичь целей своей кампании. Это породило вопросы относительно роли и ответственности компаний-платформ в политике и растущей зависимости от них партий и организаций, проводящих кампании (с. 455).

Политические партии и организации, проводящие предвыборные кампании, используют цифровые медиа не только для взаимодействия с избирателями, но и как символы, обозначающие их профессионализм и инновационность. Публичное использование цифровых медиа играет ключевую роль в политической деятельности, влияя на формирование публичного имиджа. Это включает использование конкретных цифровых платформ и практик, направленных на включение в публичный дискурс о кампании. Политические организации применяют данные для управления кампаниями, используют киберриторику для обсуждения политических вопросов, выбирают диалоговые стили цифровой коммуникации, создают впечатление аутентичности и адаптируют коммуникационные стратегии, характерные для онлайн-культуры (с. 456).

Использование цифровых медиа кампаниями и партиями не всегда напрямую связано с такими ключевыми функциями, как организация, мобилизация и убеждение избирателей. Вместо этого публичное использование цифровых медиа выполняет перформативную функцию, направленную на то, чтобы символизировать профессионализм и инновационность партий, кампаний или кандидатов. Чтобы лучше понять концепцию цифровой агитации в политических партиях и агитационных организациях, А. Юнгер рассматривает структуру, которая выделяет четыре функции цифровых медиа в агитации с практической точки зрения:

- улучшают организационную структуру и рабочие процедуры партий или агитаторов;
- улучшают сбор и распределение ресурсов (идентификация сторонников на основе данных, генераций пожертвований);

- позволяют партиям и организациям достигать присутствия на более широкой общественной арене независимо от традиционных медийтекиперов (привратников), но цифровые медиа также более эффективно нацелены на определенные группы (с помощью целевой рекламы на цифровых платформах);

- символизируют профессионализм и инновационность партий и их кандидатов.

Глава иллюстрирует эти аспекты примерами политических агитаций, включая европейский контекст. В заключении обсуждены ключевые проблемы академического изучения использования цифровых медиа в политических кампаниях, предложены направления для дальнейших исследований.

Делая общий вывод по представленным главам обсуждаемого хэндбука, важно подчеркнуть, что по своей сути все эти статьи являются как бы продолжением предыдущих и «цифра» по-прежнему является центральной целью исследований в области описываемых сюжетов социальных наук.

ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ / ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Главные достоинства последних 10 глав хэндбука по цифровой социологии в редакции Я. Скопека 2023 г. заключаются в том, что они существенно расширяют эмпирическую программу социологических исследований в предлагаемых для изучения предметных областях посредством новых цифровых методов сбора и анализа данных, что должно помочь социологии выйти из своего эмпирического кризиса. Несмотря на обширное производство эмпирических данных, одна из главных проблем исследований цифровой социологии связана с отсутствием теоретического осмысления, например, связи отдельных измерений цифрового неравенства с более общими механизмами социальной стратификации. В последнее время в качестве рамок для изучения цифрового неравенства многие авторы начали использовать социологическую теорию стратификации М. Вебера, теорию структуризации Э. Гидденса, конструктивистский структурализм П. Бурдьё, модель информации Г. Зиммеля [Ragnedda, 2017].

Среди недостатков стоит назвать пробелы в методологии. Наиболее содержательные работы последних лет были очень успешными в мобилизации подходов, основанных на наблюдении, таких как включенное наблюдение, организационная социология на основе интервью, мета-аккаунты, основанные на аккаунтах академических,

журналистских и аккаунтах участников. Немногие исследования пытаются количественно определить реальный охват и влияние цифровых медиа на разные группы населения, не хватает проектов, в которых использовались бы рандомизированные контролируемые испытания для проверки причинно-следственного влияния конкретных цифровых медиа. В отношении убеждения желательно знать об эффективности цифровых подходов – таргетинга с интенсивным использованием данных – по сравнению с другими подходами. Рандомизированные контролируемые исследования доказали свою высокую эффективность в проведении предвыборных исследований в США, но их сложно проводить в рамках реальных кампаний политических партий.

ВЫВОДЫ / DISCUSSION

Цифровая социология в последних 10 главах хэндбука с одноименным названием – это та же самая дисциплина, которая специализируется на цифровых мирах (англ. digital worlds), только несколько других предметных областей. Говоря в целом, в них первична цифра, содержания, смыслы и значения самой социологии как бы вторичны и остаются за кадром этих кинофреймов – хотя и не везде, но во многих главах. Остается ощущение того, что в противостоянии цифровому и в его осмыслении социология так и не становится заметным интеллектуальным импульсом в том, к чему она стремится.

Важно отметить, что структура глав достаточно стройна: после названия темы, которая амбициозна и афористична, приводится обзор актуальной литературы, дается теоретический и эмпирический авторский материал по поводу «стыков цифры и социологии», в каждой из глав описываются важные проблемы, стоящие перед академическими исследованиями использования цифровых способов их конструктивного решения, их влияния на социологию, а также перспективы будущих исследований. Главная ценность 10 глав хэндбука остается прежней, в заданном алгоритме – обсуждение предполагает позитивную роль цифровых технологий, которые говорят о том, что старые

методы интервьюирования, анкетирования, мозговых штурмов, фокус-групп как бы устарели, поскольку вышеизложенные дискуссии имеют прямое назначение для обсуждения важных эмпирических методов, имеющих прямое отношение к эффективному использованию цифровой методологии и цифровых данных.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION

Современная эмпирическая европейская социология, как показал изучаемый хэндбук в последних 10 главах, зиждется в основном на лонгитюдных страновых и межстрановых исследованиях, которые в настоящее время в Российской Федерации малодоступны. Жанр обзора предполагает авторские критические замечания.

Во-первых, прогнозы, получаемые на основе регрессионных моделей метода наименьших квадратов (англ. ordinary least squares, OLS), оцениваются отдельно по волнам (англ. waves), предметным областям и индикаторам социально-экономического статуса. Эти модели учитывают пол, миграционный фон, социально-экономический статус родителей (уровень образования) и другие ковариаты, при этом данные корректируются с использованием взвешивания для обеспечения большей репрезентативности. Для российских социологов доступ к таким подходам был бы ценнейшим инструментом, открывающим возможности для проведения масштабных сравнительных исследований. Когда-то подобные замеры регулярно проводились Институтом социологии Российской академии наук, но сегодня этот опыт остался в прошлом.

Во-вторых, социальная теория подтверждает императив мышления как изучения должного, а не сущего – обращения к порядку того, что действительно есть на самом деле. Цифра по-прежнему изучает сущее, а теория социологии – должное. Хэндбук по исследованиям цифровой социологии в последних 10 главах четко ориентирован и на сущее, и на должное, которые находятся в состоянии взаимных дополнения, приращения знаний и согласования теорий и эмпирики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Андреанова Е.В., Давыденко В.А., Розманов А.И. Современная цифровая социология в поисках моделирования смысла: должное и сущее. Обзор статей исследовательского хэндбука по цифровой социологии в редакции Я. Скопека. Часть I. Цифровая социология/ Digital Sociology. 2024;4(7):63–80. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-4-63-80>

Ashmarina S.I., Mantulenko V.V. (eds.) Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality. Springer; 2021. 1513 p.

- Bennett W.L., Livingston S. (eds.) *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press; 2021. 322 p.
- Busemeyer M.R., Kemmerling A., van Kersbergen K., Marx P. (eds.) *Digitalization and the Welfare State*. Oxford: Oxford University Press; 2022. 420 p.
- Calderon Gomez D. The Third Digital Divide and Bourdieu: Bidirectional Conversion of Economic, Cultural, and Social Capital to (and from) Digital Capital among Young People in Madrid. *New Media & Society*. 2020;9(23). <https://doi.org/10.1177/1461444820933252>
- Collins D., Geist M. (eds.). *Research Handbook on Digital Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2023. 508 p.
- Kumar V., Rezaei J., Akberdina V. et al. (eds.) *Digital Transformation in Industry: Trends, Management, Strategies*. Springer; 2021. 304 p.
- Matzat U., van Ingen E. Social Inequality and the Digital Transformation of Western Society: What Can Stratification Research and Digital Divide Studies Learn from Each Other? *Soziale Welt*. 2020;23:379–397. <https://doi.org/10.5771/9783845295008-379>
- Nesi J., Telzer E.H., Prinstein M.J. (eds.). *Handbook of Adolescent Digital Media Use and Mental Health*. New edition. Cambridge: Cambridge University Press; 2022. 416 p.
- Nurmikko-Fuller T. *Linked Data for Digital Humanities*. London: Routledge; 2024. 156 p.
- Ragnedda M. *The Third Digital Divide: A Weberian Approach to Digital Inequalities*. London: Routledge; 2017. 136 p.
- Ragnedda M., Muschert G.W. (eds.). *Theorizing Digital Divides*. London: Routledge; 2019. 218 p.
- Schneider B. (ed.). *Handbook of the Sociology of Education in the 21st Century*. New York: Springer; 2018. 634 p.
- Skopek J. (ed.). *Research Handbook on Digital Sociology*. Edward Elgar Publishing; 2023. 492 p.
- Sharpe R., Bennett S., Varga-Atkins T. (eds.). *Handbook of Digital Higher Education*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2022. 416 p.
- Yates S., Rice R.E. (eds.). *The Oxford Handbook of Digital Technology and Society*. Oxford: Oxford University Press; 2020. 800 p.

REFERENCES

- Andrianova E.V., Davydenko V.A., Rozmanov A.I. Contemporary digital sociology in search of meaning-making models: the proper and the actual. Review on articles from the research handbook of digital sociology edited by J. Skopek. Part I. *Digital Sociology*. 2024;4(7):63–80. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-4-63-80>
- Ashmarina S.I., Mantulenko V.V. (eds.) *Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality*. Springer; 2021. 1513 p.
- Bennett W.L., Livingston S. (eds.) *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge: Cambridge University Press; 2021. 322 p.
- Busemeyer M.R., Kemmerling A., van Kersbergen K., Marx P. (eds.) *Digitalization and the Welfare State*. Oxford: Oxford University Press; 2022. 420 p.
- Calderon Gomez D. The Third Digital Divide and Bourdieu: Bidirectional Conversion of Economic, Cultural, and Social Capital to (and from) Digital Capital among Young People in Madrid. *New Media & Society*. 2020;9(23). <https://doi.org/10.1177/1461444820933252>
- Collins D., Geist M. (eds.). *Research Handbook on Digital Trade*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2023. 508 p.
- Kumar V., Rezaei J., Akberdina V. et al. (eds.) *Digital Transformation in Industry: Trends, Management, Strategies*. Springer; 2021. 304 p.
- Matzat U., van Ingen E. Social Inequality and the Digital Transformation of Western Society: What Can Stratification Research and Digital Divide Studies Learn from Each Other? *Soziale Welt*. 2020;23:379–397. <https://doi.org/10.5771/9783845295008-379>
- Nesi J., Telzer E.H., Prinstein M.J. (eds.). *Handbook of Adolescent Digital Media Use and Mental Health*. New edition. Cambridge: Cambridge University Press; 2022. 416 p.
- Nurmikko-Fuller T. *Linked Data for Digital Humanities*. London: Routledge; 2024. 156 p.
- Ragnedda M. *The Third Digital Divide: A Weberian Approach to Digital Inequalities*. London: Routledge; 2017. 136 p.
- Ragnedda M., Muschert G.W. (eds.). *Theorizing Digital Divides*. London: Routledge; 2019. 218 p.
- Schneider B. (ed.). *Handbook of the Sociology of Education in the 21st Century*. New York: Springer; 2018. 634 p.
- Skopek J. (ed.). *Research Handbook on Digital Sociology*. Edward Elgar Publishing; 2023. 492 p.
- Sharpe R., Bennett S., Varga-Atkins T. (eds.). *Handbook of Digital Higher Education*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2022. 416 p.
- Yates S., Rice R.E. (eds.). *The Oxford Handbook of Digital Technology and Society*. Oxford: Oxford University Press; 2020. 800 p.