

2024

Volume 10

No 4 (40)

---

**SOCIAL'NYE I GUMANITARNYE ZNANIJA**

SCIENTIFIC JOURNAL

Start date of publication – August 2015  
Published quarterly

FOUNDER

P. G. Demidov Yaroslavl State University

EDITORIAL OFFICE

14 Sovetskaya str., Yaroslavl 150003, Russian Federation

Website: <http://j.uniyar.ac.ru/index.php/dnk>

E-mail: [sgz-journal@ya.ru](mailto:sgz-journal@ya.ru)

Phone: +7 910 963 59 61 (Alexander Vladimirovich Shustov)

2024

Том 10

№ 4 (40)

---

**СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ЗНАНИЯ**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Издается с августа 2015 года  
Выходит 4 раза в год

УЧРЕДИТЕЛЬ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова»

РЕДАКЦИЯ

ул. Советская, 14, Ярославль, 150003, Российская Федерация

Веб-сайт: <http://j.uniyar.ac.ru/index.php/dnk>

E-mail: [sgz-journal@ya.ru](mailto:sgz-journal@ya.ru)

Телефон: +7 910 963 59 61 (Шустов Александр Владимирович)

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ № ФС 77 - 69686 от 05.05.2017 выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Подписной индекс в каталоге «Урал-Пресс» – 31978. Формат 240×170. Объем 134 с. Тираж 32 экз. Свободная цена. Заказ № 24076. Дата выхода в свет 31.12.2024. Издатель и его адрес: Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова; 150003, Россия, г. Ярославль, ул. Советская, 14. Типография и ее адрес: ООО «Филигрань»; 150049, Россия, г. Ярославль, ул. Свободы, 91.

Содержание предназначено для детей старше 16 лет.

**16+**

**EDITOR-IN-CHEF**

**Yurii A. Golovin** – Yaroslavl State University (Russia)

**DEPUTIES EDITOR-IN-CHEF**

**Igor Yu. Kiselev** – Yaroslavl State University (Russia)

**THE EDITORIAL BOARD**

**Stefano V. Aloe** – Verona University (Italy)

**Lyubov G. Antonova** – Yaroslavl State University (Russia)

**Sergei A. Baburkin** – K. D. Ushinsky Yaroslavl State Pedagogical University (Russia)

**Elena G. Borisova** – Moscow State Linguistic University (Russia)

**Nataliya P. Vidmarovich** – Zagreb University (Croatia)

**Irina A. Grigoryeva** – The Sociological Institute of the RAS – FCTAS RAS (Russia)

**Yuriy V. Domanskiy** – Russian State University for the Humanities (Moscow, Russia)

**Vladimir I. Karasik** – Volgograd State socio-pedagogical University (Russia)

**Igor I. Kyznechov** – Lomonosov Moscow State University (Russia)

**Tamara K. Rostovskaya** – Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, RAS (Russia)

**Irina L. Sizova** – Saint Petersburg University (Russia)

**Alexander Y. Sorochan** – Tver State University (Russia)

**Anna A. Talitskaya** – Yaroslavl State University (Russia)

**Lidiya N. Timofeeva** – RANEPА (Moscow, Russia)

**Lyudmila G. Titova** – Yaroslavl State University (Russia)

**Larisa V. Ukhova** – K. D. Ushinsky Yaroslavl State Pedagogical University (Russia)

**Dmitriy A. Chugunov** – Voronezh State University (Russia)

**Marina V. Shamanova** – Yaroslavl State University (Russia)

**EDITORIAL BOARD SECRETARY**

**Alexander V. Shustov** – Yaroslavl State University (Russia)

**ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР**

**Ю. А. Головин** – д-р полит. наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

**ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА**

**И. Ю. Киселев** – д-р социол. наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

**ЧЛЕНЫ РЕДКОЛЛЕГИИ**

- С. В. Алоэ** – д-р филол. наук, профессор, Веронский университет (Италия)  
**Л. Г. Антонова** – д-р пед. наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)  
**С. А. Бабуркин** – д-р полит. наук, профессор, ЯГПУ (Ярославль, РФ)  
**Е. Г. Борисова** – д-р филол. наук, профессор, МГЛУ (Москва, РФ)  
**Н. П. Видмарович** – д-р филол. наук, профессор, Загребский университет (Хорватия)  
**И. А. Григорьева** – д-р социол. наук, профессор, СИ РАН (Санкт-Петербург, РФ)  
**Ю. В. Доманский** – д-р филол. наук, профессор, РГГУ (Москва, РФ)  
**В. И. Карасик** – д-р филол. наук, профессор, ВГСПУ (Волгоград, РФ)  
**И. И. Кузнецов** – д-р полит. наук, доцент, МГУ (Москва, РФ)  
**Т. К. Ростовская** – д-р социол. наук, профессор, ФНИСЦ РАН (Москва, РФ)  
**И. Л. Сизова** – д-р социол. наук, профессор, СПбГУ (Санкт-Петербург, РФ)  
**А. Ю. Сорочан** – д-р филол. наук, доцент, ТвГУ (Тверь, РФ)  
**А. А. Талицкая** – кандидат филол. наук, ЯрГУ (Ярославль, РФ)  
**Л. Н. Тимофеева** – д-р полит. наук, профессор, РАНХиГС (Москва, РФ)  
**Л. Г. Титова** – д-р полит. наук, профессор, ЯрГУ (Ярославль, РФ)  
**Л. В. Ухова** – д-р филол. наук, доцент, ЯГПУ (Ярославль, РФ)  
**Д. А. Чугунов** – д-р филол. наук, доцент, ВГУ (Воронеж, РФ)  
**М. В. Шаманова** – д-р филол. наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

**ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ**

**А. В. Шустов** – кандидат исторических наук, доцент, ЯрГУ (Ярославль, РФ)

**POLITICAL SCIENCE****Baranov N. A.**

St. Petersburg Agglomeration Identity: features of identity formation and policy ..... 410

**Strelets I. E., Panesh A. A.**Donald Trump's Political Psychological Profile in the 2024 Election Campaign:  
Digital Media Bias and Social Polarization..... 424**Sukhonina N. A., Golovin Y. A.**Russian Official Discourse on the Georgian-Abkhaz Conflict in Online Media  
Coverage ..... 442**SOCIOLOGY****Bushkova-Shiklina E. V., Ryabova A. S.**

The problem of cohabitation: motives, perception, dynamics ..... 452

**Vlasova A. A., Shamatonova G. L.**The potential of lifelong learning of senior citizens to fill the lack of human  
resources in the region..... 468**Rassolova E. N., Galkin K. A.**The development of the concept of open science: from scientific societies  
to the science of citizens ..... 478**Uriadova A. V., Akopova T. S.**Migration strategies of the older population: the experience of Russia and other  
countries..... 488**PHILOLOGY****Antonova L. G., Petrov A. I.**An interdisciplinary approach to the study of the person as a sociocultural  
phenomenon in the discourse of mass communication..... 496**Eliseeva A. A.**Semen composition and structure of the LSG "Musical instruments" in Russian  
language ..... 506**Zemtsova V. V., Shamanova M. V.**Linguistic projection of ethnostereotyping of advice in languages with different  
structures ..... 514**Talitskaya A. A., Livanova A. Yu.**Images of Russian writers in the language consciousness of the youth  
of the Yaroslavl region..... 526

**ПОЛИТОЛОГИЯ****Баранов Н. А.**

Санкт-Петербургская агломерационная идентичность: особенности формирования и политики идентичности ..... 410

**Стрелец И. Э., Панеш А. А.**

Политико-психологический профиль Трампа в предвыборной кампании 2024: предвзятость цифровых медиа и поляризация общества ..... 424

**Сухонина Н. А., Головин Ю. А.**

Грузино-абхазский конфликт в освещении российских онлайн-СМИ: анализ дискурса ..... 442

**СОЦИОЛОГИЯ****Бушкова-Шиклина Э. В., Рябова А. С.**

Проблема сожительства: мотивы, восприятие, динамика ..... 452

**Власова А. А., Шаматонова Г. Л.**

Потенциал непрерывного обучения пожилых граждан для восполнения дефицита кадров в регионе ..... 468

**Рассолова Е. Н., Галкин К. А.**

Развитие концепции открытой науки: от научных обществ к науке граждан ..... 478

**Урядова А. В., Аكوпова Т. С.**

Миграционные стратегии населения старше трудоспособного возраста: опыт России и зарубежных стран ..... 488

**ФИЛОЛОГИЯ****Антонова Л. Г., Петров А. И.**

Междисциплинарный подход к изучению персоны как социокультурного феномена в дискурсе массовой коммуникации ..... 496

**Елисеева А. А.**

Семный состав и структура ЛСГ «Музыкальные инструменты» в русском языке .. 506

**Земцова В. В., Шаманова М. В.**

Образ современного чиновника в профессиональном языковом сознании ..... 514

**Талицкая А. А., Ливанова А. Ю.**

Образы русских писателей в языковом сознании молодежи Ярославской области ..... 526



## St. Petersburg Agglomeration Identity: features of identity formation and policy

N. A. Baranov<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>North-West Institute of Management - Branch of RANEPa, St. Petersburg, Russian Federation

<sup>2</sup>St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-410-423

Research article  
Full text in Russian

The article focuses on the formation of the St. Petersburg agglomeration and, as a result, the identity of residents living on its territory. The modern development of large cities is accompanied by the blurring of the boundaries between the city and the suburbs. A new space is being formed, which includes the territories of various administrative units. The purpose of the article is to identify the features of the St. Petersburg agglomeration identity and the specifics of identity policy in its formation. St. Petersburg identity is considered both as an urban, as a regional, and as an agglomeration, as it is formed on the basis of the historical and cultural heritage of St. Petersburg, which plays a decisive role in residents' awareness of their collective territorial identity. Both state institutions, in particular the Administration of St. Petersburg, and civil society institutions, primarily urban protection, environmental, educational, scientific, and cultural, take part in identity politics. The creation of creative public spaces plays its role, creating an attractive image of a modern city. At the same time, the inactive nature of the activities of state institutions is noted, which are often content with the fact that the magic of the city forms the identity of Petersburgers. It is concluded that it is necessary to coordinate the activities of government structures and citizens in the formation of both urban and agglomeration identity necessary for the successful development of the territory.

**Keywords:** agglomeration; agglomeration identity; urban identity; largest urban agglomeration; identity policy; regional identity

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Baranov, Nikolay A. | E-mail: [nicbar@mail.ru](mailto:nicbar@mail.ru)  
D. Sc. (Politics), Professor

**Funding:** Russian Science Foundation (Project 23-28-00933).

**For citation:** Baranov N. A. St. Petersburg Agglomeration Identity: features of identity formation and policy // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 410-423. (in Russ.)



## Санкт-Петербургская агломерационная идентичность: особенности формирования и политики идентичности

Н. А. Баранов<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС, Санкт-Петербург, Российская Федерация

<sup>2</sup>Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-410-423  
УДК 323.22

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье акцентируется внимание на формировании Санкт-Петербургской агломерации и, как следствие, идентичности жителей, проживающих на ее территории. Современное развитие крупных городов сопровождается стиранием границ между городом и пригородами. Формируется новое пространство, включающее в себя территории различных административных единиц. Цель статьи – выявить особенности Санкт-Петербургской агломерационной идентичности и специфики политики по ее формированию. Санкт-Петербургская идентичность рассматривается и как городская, и как региональная, и как агломерационная, так как формируется на базе историко-культурного наследия Санкт-Петербурга, играющего решающую роль в осознании жителями своей коллективной территориальной идентичности. В политике идентичности принимают участие как государственные институты, в частности Администрация Санкт-Петербурга, так и институты гражданского общества, прежде всего градозащитные, экологические, образовательно-научные, культурные. Свою роль играет создание креативных общественных пространств, создающих привлекательный образ современного города. В то же время отмечается неактивный характер деятельности государственных институтов, довольствующихся зачастую тем, что магия города формирует идентичность петербуржцев. Сделан вывод о необходимости координировать деятельность властных структур и горожан при формировании как городской, так и агломерационной идентичности, необходимой для успешного развития территории.

**Ключевые слова:** агломерация; агломерационная идентичность; городская идентичность; крупнейшая городская агломерация; политика идентичности; региональная идентичность

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Баранов, Николай Алексеевич

E-mail: [nicbar@mail.ru](mailto:nicbar@mail.ru)

Доктор политических наук, профессор, профессор кафедры международных отношений СЗИУ РАНХиГС, старший научный сотрудник СПбГУ

**Финансирование:** РФФ (проект № 23-28-00933 «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта»).

**Для цитирования:** Баранов Н. А. Санкт-Петербургская агломерационная идентичность: особенности формирования и политики идентичности // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 410-423.

## Введение

Современное развитие крупных городов свидетельствует о появлении новой общемировой тенденции, связанной с интеграцией близлежащих территорий, которые в совокупности создают агломерацию. Для агломерации важно, чтобы жители могли пользоваться всеми преимуществами мегаполиса, «при этом сводя к минимуму влияние негативных черт большого города (таких, как неблагоприятная экологическая ситуация и высокий уровень преступности)» [1, с. 131].

Аналогичные процессы происходят в Российской Федерации, поэтому в 2019 году правительством была разработана Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, в которой обозначены основные тенденции и проблемы пространственного развития России, определены цели задачи и приоритеты, а также принципы и направления пространственного развития страны. В документе дано определение агломерации как совокупности компактно расположенных населенных пунктов и территорий между ними, связанных совместным использованием инфраструктурных объектов и объединенных интенсивными экономическими, в том числе трудовыми, и социальными связями, а также определены критерии для типологизации агломераций, а именно: городская с общей численностью населения более 250 тыс. человек, крупная городская (500 тыс. – 1000 тыс. человек) и крупнейшая городская агломерация (более 1000 тыс. человек)<sup>1</sup>.

Таким образом, агломерации – это один из видов территориального деления, они формируются в связи с развитием городов, промышленных центров и прилегающих к ним территорий, являясь одной из форм пространственного деления государства. Л. В. Смирнягин предлагает следующее определение агломерации: «территориальная совокупность нескольких населенных пунктов (в основном городов), которые объединены в единую локальную систему трудовыми и другими поездками населения, развитыми благодаря взаимной близости этих городов и хорошим средствами коммуникации между ними» [2, с. 165].

Санкт-Петербургская городская агломерация в соответствии с официальной правительственной классификацией относится к крупнейшей городской агломерации и включает в себя город Санкт-Петербург, а также 57 поселений из шести муниципальных районов Ленинградской области, непосредственно примыкающих к городу-мегаполису (см. рис. 1, рис. 2).

На момент подписания в 2018 году «Концепции совместного градостроительного развития Санкт-Петербурга и территорий Ленинградской области (агломерации) на период до 2030 года и с перспективой до 2050 года» в агломерации проживало 6 млн. чел. (5,23 млн чел. в Санкт-Петербурге и 0,77 млн чел. в Ленинградской области)<sup>2</sup>. К 2030 году общая численность населения Санкт-Петербургской агломерации составит 7,25 млн чел., а к 2050 году – 8,66 млн чел.<sup>3</sup>

Основные задачи развития агломерации включают в себя сокращение различий между ядром и прилегающими территориями в уровне жизни и повышение ее качества за счет совершенствования социальной инфраструктуры, экономического роста и технологического развития.

<sup>1</sup> Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: [https://economy.gov.ru/material/file/31593409eddf606620f49806c6ece205/130219\\_207-p.pdf](https://economy.gov.ru/material/file/31593409eddf606620f49806c6ece205/130219_207-p.pdf) (дата обращения: 21.08.2024).

<sup>2</sup> Там же. С. 7.

<sup>3</sup> Там же. С. 30.





Рисунок 1. Административно-территориальное устройство в границах Санкт-Петербургской агломерации<sup>4</sup>.

В соответствии со «Стратегией социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 года» возрастает роль города-миллионника как мощного центра управления, наблюдаются изменения в системе расселения Санкт-Петербурга и быстрое усиление роли его периферийной зоны. «В пределах агломерации Санкт-Петербурга и части территорий Ленинградской области развивается единый рынок труда, фиксируется усиление производственных связей, активизируются кластерные процессы, происходит увеличение масштабов маятниковых миграций»<sup>5</sup>.

Данная тенденция является принципиально важной для постепенного формирования агломерационной идентичности, которая в решающей степени определяется Санкт-Петербургской идентичностью. Причем для Санкт-Петербурга, который является в соответствии с административно-территориальным делением Российской Федерации одновременно и регионом, и городом федерального значения, региональная и городская идентичности совпадают. Целью данной статьи является выявление особенностей Санкт-Петербургской агломерационной идентичности и специфики политики по ее формированию.

<sup>4</sup> Концепция совместного градостроительного развития Санкт-Петербурга и территорий Ленинградской области (агломерации) на период до 2030 года и с перспективой до 2050 года. С. 11. URL: [https://arch.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2018/11/22/%D0%9A\\_%D0%9A%D0%BE%D1%80\\_%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%83\\_11.07.2018.pdf](https://arch.lenobl.ru/media/uploads/userfiles/2018/11/22/%D0%9A_%D0%9A%D0%BE%D1%80_%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%83_11.07.2018.pdf) (дата обращения: 22.08.2024).

<sup>5</sup> Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга до 2035 года Утверждена Законом Санкт-Петербурга от 19.12.2018 № 771-164 (в редакции Закона Санкт-Петербурга от 21.12.2022 № 766-122). URL: <https://docs.cntd.ru/document/551979680> (дата обращения: 22.08.2024).

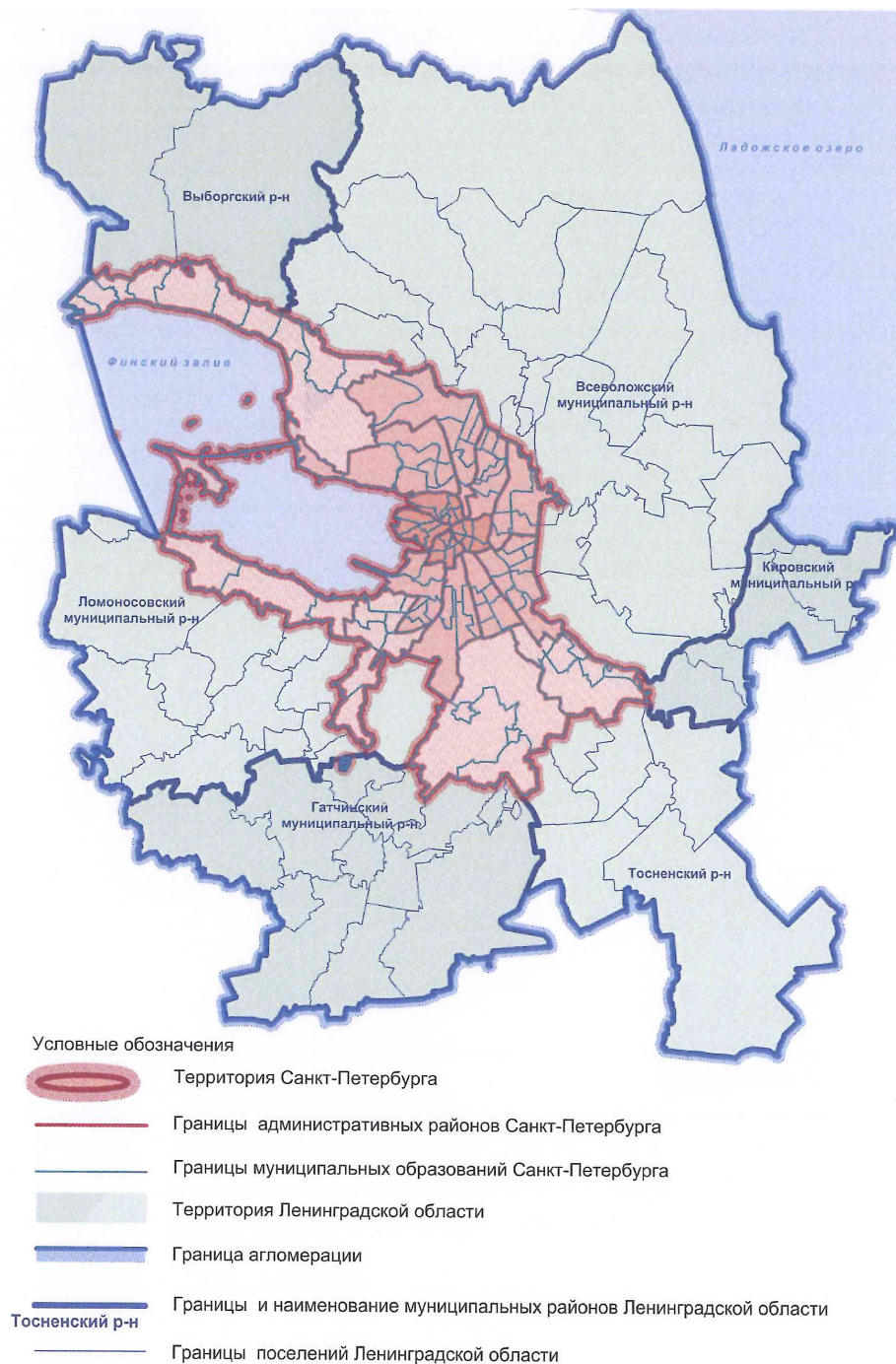


Рисунок 2. Схема границ территории совместного градостроительного развития Санкт-Петербурга и Ленинградской области<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Там же. С. 11.

### Теоретическая база исследования

Соотнесение индивида с определенным сообществом является важнейшей социальной потребностью человека. Субъективное восприятие объективной реальности, преломляющееся через когнитивные способности человека, его эмоционально-чувственные и ценностно-нормативные компоненты, является важнейшим ориентиром для его идентичности с тем сообществом, с которым он разделяет оценку происходящих событий, взгляды на общественное развитие. По мнению Г. В. Горновой, «городская идентичность – это устойчивое представление человека о себе как жителя определённого города, непосредственное переживание своей связи с городом, чувство сопричастности городу и его жителям, приобщенность к городскому бытию, некое сложно артикулируемое чувство общей судьбы» [3, с. 12]. Российский ученый пишет о соразмерности города и человека, на основе которой складывается городская идентичность и которая «выступает интегрирующим фактором объединения города и горожанина в определённую целостность» [Там же. С. 22].

Популяризация в академическом дискурсе категории идентичности привела к многочисленным междисциплинарным исследованиям, которые раскрывают сущность идентичности, исходя из смысловых и ценностных аспектов, их политико-философского толкования. В дискурсах конструктивистской направленности появились такие термины идентичности, как позитивная/негативная, инклюзивная/эксклюзивная, экологическая, сельская, мигрантская. По мнению авторов монографии «Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля» под редакцией И. С. Семененко, когнитивный потенциал идентичностей «с прилагательными» будет только расти [4, с. 301].

Либеральное толкование идентичности исходит из личностного приоритета. Как пишет Ф. Фукуяма, «идентичность вырастает прежде всего из различия между истинным внутренним «я» и внешним миром социальных правил и норм, которые не признают и не уважают ценность или достоинство этого внутреннего «я». По его мнению, «менять надо не внутренне «я», подчиняя его правилам общества, но само общество» [5, с. 33].

Таким образом, общество должно подстраиваться под отдельные личности, под социальные меньшинства и т. д., что мы наблюдаем в современных западных странах. Консервативная интерпретация идентичности исходит из приоритета коллективной идентичности, которая выражается в принадлежности к нации, конфессии, крупному социальному сообществу. Понятие соразмерности города и человека представляет симбиоз обоих идеологических направлений и ориентируется на гармоничное сочетание интересов личности и такого развития города, которое соответствовало бы его желаниям, связанным с материальными и духовными аспектами. В данном контексте целесообразен термин «инклюзивная, или включающая идентичность», т. е. «вид социальной активности, ключевой характеристикой которой является способность носителя идентичности (группы, сообщества) ориентироваться на открытость и диалог с Другими, стремление к освоению нового опыта, осознание ответственности за будущее сообщество, признание социальной солидарности как ключевой общественно значимой ценности» [4, с. 321–322].

Характеристика Санкт-Петербургской идентичности связана с различными аспектами жизнедеятельности города и политикой идентичности, реализуемой как государственными, так и негосударственными институтами и акторами. В дан-

ном контексте наработан значительный пласт научной литературы, который в значительной степени является следствием реализации грантов РФФ, а также РФФИ и ЭИСИ. В рамках данных проектов целесообразно выделить работы С. К. Калашниковой, в которых автор характеризует региональную политику идентичности в дискурсе ведущих политиков Санкт-Петербурга [6], рассматривает политику идентичности через призму городских гражданских инициатив [7], анализирует общественное мнение горожан по оценке направлений символической политики, являющейся важнейшей частью политики идентичности, маркеры приезжих и «коренных» жителей, доминирующие, с точки зрения городского сообщества, символы региона, потенциальные точки конфликта, общий уровень регионального патриотизма и оценку деятельности властей [8], выявляет роль городских праздников в символической политике Санкт-Петербурга [9], а также выделяет критерии оценки эффективности символической политики в контексте изучения практик региональной политики идентичности [10].

Совместно с М. Я. Погодиной С. К. Калашникова исследует методологические проблемы изучения таких видов территориальной идентичности, как город, агломерация, регион [11], анализирует дискурс Санкт-Петербургской агломерации, тесно связанный с образом блокадного города и во многом обращенный в прошлое при некоторой размытости представлений власти о будущем города [12].

Следует отметить работы А. М. Сосновской, связанные с политикой городской идентичности в дискурсе культурного наследия [13; 14; 15]. Автор выделяет основные направления политики локальной идентичности, характерные для Санкт-Петербурга: символизацию, унификацию, дифференциацию, идентификацию, в рамках которых «самоидентичность горожанина постоянно воссоздается выбором действий и проверкой имеющегося знания» [13, с. 319].

С точки зрения А. М. Сосновской, «традиционные критерии петербургской городской идентичности связаны с наследием символически: символика, ритуалы, праздники, практики досуга, особенности местности и климата, отличия в практиках и языке, историческая визуальная перспектива, визуально привычные архитектурные ансамбли, регулярная застройка, единство композиции, силуэт, небесная линия с определенными доминантами» [13, с. 327]. Действительно, согласно Стратегии развития Санкт-Петербурга до 2035 г. город сохраняет имидж «культурной столицы», поэтому можно констатировать, что культурное достояние и наследие Санкт-Петербурга являются базовым элементом общегородской идентичности.

В академических исследованиях становятся все более востребованными работы, связанные с развитием культурных агломераций как модели городской регенерации. Турецкий исследователь Р. Рахбариянзид анализирует возможности управления городской культурной агломерацией, полагая, что эволюционный тип культурной агломерации способствует долгосрочному, реалистичному целеполаганию городского развития [16]. Она же вместе со своей коллегой Н. Доратли анализирует культурные стратегии в развитии городов. Исследователи подразделяют культурные стратегии на три категории: предпринимательские стратегии, стратегии креативной индустрии и стратегии креативного класса.

Предпринимательские стратегии используются при крупномасштабной реконструкции для осуществления нисходящего планирования в упреждающей форме. Эти стратегии ориентированы в основном на потребление и рассматриваются как преднамеренная стратегия в модели культурного возрождения.

Стратегии креативного класса характеризуются как восходящие стратегии через участие творческого местного сообщества и художественных программ и основаны на соседстве.

Стратегии креативной индустрии направлены на объединение сети культурного производства и глобального потребления. Они реализуются с помощью сочетания подходов «снизу вверх» и «сверху вниз», с многочисленными и различными уровнями партнерства между правительством и частным сектором [17]. Турецкие исследователи отмечают, что вклад этих стратегий в процесс регенерации городов может быть различным в каждом конкретном случае.

Одним из источников настоящей статьи стал результат экспертного опроса, проведенного в рамках реализации научного проекта «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта». Экспертом выступил ведущий российский исследователь в области изучения политики идентичности. Метод сбора информации при проведении экспертного опроса – нестандартизованное интервью, метод обработки полученных первичных данных – дискурс-анализ.

### **Особенности Санкт-Петербургской идентичности**

Исходя из классификации турецких ученых, следует отметить соответствие Санкт-Петербурга выделенным ими категориям. Так, в разделе «Пространственно-территориальное развитие» Стратегии социально-экономического развития Санкт-Петербурга акцентируется внимание на историческом наследии Санкт-Петербурга в системе международных экономических отношений в контексте предпринимательских стратегий города.

Стратегии креативной индустрии предполагают развитие общественных пространств, которые не только являются залогом сбалансированного развития территорий, но и способствуют экономическому росту и привлечению инвестиций в экономику Санкт-Петербурга, обуславливают повышение деловой активности и туристской привлекательности территорий. Обобщая опыт Санкт-Петербурга в условиях развития цифровизации, И. А. Бабюк утверждает: «Развитие городских креативных индустрий и креативных пространств как своеобразных хабов – центров пересечения множества коммуникационных каналов, точек совпадения интересов и вложения инвестиций, прочно вошло в содержательную повестку и стало частью технологий стратегического территориального развития» [18, с. 55].

Развитию креативных индустрий в Санкт-Петербурге дали толчок нормативно-правовые акты российского правительства: «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»<sup>7</sup> и «План мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года»<sup>8</sup>. Концепция нор-

<sup>7</sup> Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUf.pdf> (дата обращения: 22.08.2024).

<sup>8</sup> План мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Утв. распоряжением Правительства

мативно закрепила понятие творческих (креативных) индустрий, к которым относятся кинематография, архитектура, изобразительное и театральное искусство, музейная деятельность, индустрия моды, дизайн, реклама, компьютерные и видео-игры, блоггерство, анимация, гастрономическая индустрия, народные художественные промыслы и некоторые другие направления творческой деятельности<sup>9</sup>.

Санкт-Петербург является одним из лидеров в области креативных индустрий. Так, И. А. Бабюк выделяет топ-10 креативных пространств Санкт-Петербурга: Новая Голландия, Севкабель Порт, Арт-центр «Пушкинская-10», Лофт-проект «Этажи», Голицын лофт, Бертгольд-центр, Люмьер-холл, Artplay, Ткачи, Флигель [18, с. 95]. В городе проводятся такие креативные мероприятия, как «Алые паруса», международная акция «Ночь музеев», ежегодный международный фестиваль «Опера всем», ежегодная акция «Ночь музыки в Гатчине», фестиваль «Детские дни в Санкт-Петербурге», «Летние книжные аллеи», музыкальный уличный фестиваль «Peter for life».

Основными акторами, формирующими креативную, инновационную систему общества, являются представители креативного класса, которые иницируют проекты, поддерживаемые обществом, и способствуют созданию кластеров, основная отличительная характеристика которых – наличие синергетического эффекта, связанного с процессом взаимовыгодного сотрудничества, интеграции, скоординированными действиями участников кооперативного взаимодействия.

Г. В. Горнова и Д. В. Воронин подбирают культурологический инструментарий для «пространственной привязки» ценностных значений городской идентичности. По мнению авторов, «использование культурологического инструментария для категоризации смыслов городской культуры в проектах градостроительного развития позволит избежать ошибок при работе с локальной идентичностью, сократить количество конфликтов, неизбежно возникающих при преобразовании городской среды» [19, с. 27]. Санкт-Петербургу такой инструментарий предопределен богатым историко-культурным наследием, позволяющим городу сохранять общенациональный признанный статус культурной столицы Российской Федерации.

При формировании региональной, городской, агломерационной идентичности важен исторический нарратив, меняющийся в зависимости от целей развития. Для Санкт-Петербурга такими отправными историческими событиями являются строительство города Петром Первым и перенос столицы Российского государства из Москвы в Санкт-Петербург в 1712 году, революционные события в начале XX века (колыбель трех революций), а также события, связанные с блокадой Ленинграда в годы Великой Отечественной войны. Причем последний аспект в последние десятилетия становится доминирующим.

Однако для развития города, региона исторического контекста недостаточно. Необходима реалистичная программа, способствующая формированию современного города с соответствующей инфраструктурой, технологическими нововведениями, образовательной, научной, культурной, инновационной средой. К тому же, для Санкт-Петербурга актуален опыт Москвы, которая за последнее десятилетие

РФ от 17 августа 2021 г. № 2290-п. URL: <http://static.government.ru/media/files/w4Xp3IAGZi9GI2CDWHFR3ijOAK5xb93A.pdf> (дата обращения: 22.08.2024).

<sup>9</sup> Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBcJIAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 22.08.2024).

превратилась в один из самых технологичных мегаполисов Европы. В результате обзора эмпирических исследований за последние годы и проведенного массового репрезентативного интернет-опроса С. К. Калашникова приходит к выводу, что «не только архитектурно-историческая символическая компонента остается наиболее значимой для петербуржцев, но и необходимость «хозяйственного» губернатора является одной из базовых претензий к политической власти региона» [8, с. 75]. Вероятно, по этой причине за последний год губернатор активизировал свою деятельность, особенно в предвыборный период, представив программу развития города на предстоящие пять лет под названием «10 приоритетов развития Санкт-Петербурга», предполагающую развитие Петербурга как мегаполиса XXI века – социального, комфортного, умного, открытого<sup>10</sup>.

М. В. Овсипян обоснованно полагает, что приоритетом развития Санкт-Петербургской агломерации должна стать экологическая направленность, поскольку игнорирование данного фактора приведет к снижению качества жизни населения из-за деградации окружающей среды [20]. Действительно, проблемы, связанные с переработкой мусора, свалками, становились камнем преткновения между соседними субъектами. Решение вопросов, связанных с экологической проблематикой, возможно только при тесном сотрудничестве администраций Санкт-Петербурга и Ленинградской области, что становится возможным в рамках Санкт-Петербургской агломерации.

Некоторые исследователи сомневаются в существовании городской идентичности, ввиду разнообразного населения городов, исповедующего различные религии и относящегося к разным культурам. Так, Ж. В. Николаева и А. А. Троицкая пишут: «Предпосылки любого исследования границ идентичности и пространственных границ заставляют отказаться не только от попыток создания типовой модели жителя того или иного города (москвича, петербуржца, парижанина), что лишено какой-либо актуальности в современных условиях, но и от принятия городской идентичности как целостного культурного типа, охарактеризованного определенными маркерами» [21, с. 24–25]. Несмотря на столь негативистский подход в отношении существования городской идентичности, следует отметить, что формированию городской (региональной, агломерационной) идентичности способствует соответствующая политика идентичности.

П. Нентид, Б. Алиадж и К. Стаховяк-Бонгва на примере Роттердама, Щецина и Тираны пытаются ответить на вопрос: должны ли городские власти участвовать в формировании (социальной) городской идентичности? Вывод, к которому приходят авторы, сводится, с одной стороны, к признанию конструктивного характера такого влияния на формирование социальной городской идентичности, а с другой стороны, к риску появления политического контроля над городскими символами и нарративами [22].

Вопрос, на который пытаются отвечать интернациональные исследователи, логично связан с политикой идентичности, под которой подразумевается «деятельность по формированию и поддержанию национальной, гражданской и иных

<sup>10</sup> Предвыборная программа Санкт-Петербургского регионального отделения Всероссийской политической партии «Единая Россия» на выборах высшего должностного лица Санкт-Петербурга – Губернатора Санкт-Петербурга // Официальный сайт политической партии «Единая Россия». 16 августа 2024 г. URL: <https://spb.er.ru/activity/news/predvybornaya-programma-regionalnogo-otdeleniya-partii-edinaya-rossiya-na-vyborah-gubernatora-sankt-peterburga> (дата обращения: 23.08.2024).

форм макрополитической идентичности, практики целенаправленного воздействия государства и групп интересов на путях формирования общих ценностей и ориентиров развития политического (национального, территориального) сообщества и групповых солидарностей внутри этого сообщества, поддержания чувства принадлежности к нему» [23, с. 454].

Следует отметить научные работы О. В. Поповой по проблемам политики идентичности и государственной политики идентичности [24; 25; 26]. В свою очередь, Н. В. Гришин выявляет роль политических и административных элит в политике формирования идентичности городских агломераций [27], а Е. В. Головнева характеризует конструирование региональной идентичности с помощью когнитивного, ценностного, чувственно-эмоционального, регулятивного компонентов как социокультурного феномена [28, с. 274–276]. Региональная идентичность рассматривается философом как «сложное, комплексное, многоуровневое явление, складывающееся в процессе взаимодействия регионального сообщества и его членов с определенной территорией их проживания и формирующееся под воздействием политического, экономического, исторического и социокультурного факторов» [28, с. 16].

Об участии в политике идентичности институтов гражданского общества в Санкт-Петербурге и общественном запросе на такого рода инициативы пишет С. К. Калашникова, с точки зрения которой «деятельность разнообразных институтов гражданского общества, пересекающаяся с символической политикой региона, становится все более весомым фактором региональной политики идентичности» [7, с. 26]. Особенно заметно влияние градозащитных, экологических движений, образовательных, научных, культурных инициатив. Создание креативных общественных пространств при участии городских активистов также может быть отнесено к формированию политики идентичности в Санкт-Петербурге.

### Заключение

Развитие Санкт-Петербургской агломерации предполагает оптимальный вариант развития Санкт-Петербурга и части Ленинградской области на основе перспективных показателей социально-экономического развития на долгосрочную перспективу. Стратегический характер проекта актуализирует проблему формирования коллективной идентичности на данных территориях в целях солидаризации граждан в решении поставленных целей и задач.

В основе формирующейся Санкт-Петербургской агломерационной идентичности лежит городская идентичность петербуржцев, вбирающая в себя как исторически сформировавшиеся социокультурные, ментальные приоритеты горожан, так и адаптирующиеся под них ценностные предпочтения жителей из других регионов, ставших горожанами. Жителей города и пригородов, входящих в агломерацию, объединяют как общее культурно-историческое наследие Петербурга, городские праздничные мероприятия, так и общие проблемы, связанные с экологией, уплотнительной застройкой, борьбой с преступностью, а также стремление жить в комфортных благоприятных условиях как в городе, так и в пригородной местности. По мнению эксперта, жители Ленинградской области, проживающие на сопредельных с Санкт-Петербургом территориях, *«эмоционально и интуитивно переезжали в Петербург. Они не переезжали в Кудрово, они не переезжали в Мурино, они переехали в Петербург. И именно так они и будут себя идентифицировать»* (ж., политолог,



депутат), в отличие от жителей более дальних территорий Ленинградской области, которые идентифицируют себя в обратной пропорции, как жители Ленинградской области, называя себя «ленинградцами».

Политика идентичности реализуется и государственными институтами, и структурами гражданского общества, которые формируют чувство солидарности различных общественных групп в общем городском пространстве и сопричастности к общему делу. Доминирующим актором политики идентичности остаются государство и его институты, которые с помощью нормативно-правовых актов продвигают имеющие «символическое и идеологическое наполнение определенные политические проекты, практики и инструменты формирования и развития заданной системы политических взглядов, идеологических и политических ценностных ориентиров основной массы населения, направленных на создание строго регламентированных образов «мы – граждане» [24, с. 93]. С точки зрения эксперта, для петербургской администрации должна быть «высшая цель – это сохранение статуса Петербурга как архитектурной, культурной, исторической столицы» (ж., политолог, депутат), однако стремления к реализации данной цели малоубедительны: «городское руководство, наверно, считает, что сам город Петербург формирует эту идентичность, то есть существует магия города, она в общем-то все делает за Правительство» (ж., политолог, депутат). В случае же поддержки данной политики со стороны граждан формируется искомая коллективная идентичность на соответствующей территории, что способствует проведению определенной политики и реализации планов социально-экономического развития территории, нового качества жизни жителей во всех сферах.

Таким образом, формирование Санкт-Петербургской агломерационной идентичности начинается с осмысления значимости жителей данной территории, их осознания своей принадлежности к великому прошлому Санкт-Петербурга и его пригородов, сопричастности к тем преобразованиям, которые делают места пребывания людей удобнее, жизнь комфортнее, работу осмысленной, взаимодействие со структурами власти конструктивным. Стремление людей и институтов власти двигаться вместе в данном направлении является залогом успешного формирования агломерационной идентичности.

## Ссылки

1. Вершинина И. А., Полякова Н. Л. Москва: столица – глобальный город – агломерация // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2014. № 4. С. 122–137. EDN TEDGZH.
2. Смирнягин Л. В. Агломерация: за и против // Городской альманах. Вып. 3. М., 2008. С. 162–174.
3. Горнова Г. В. Городская идентичность: философско-антропологические основания: монография. Омск: Амфора, 2019. 167 с.
4. Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля / Отв. ред. И. С. Семененко. М.: Весь Мир, 2023. 512 с.
5. Фукуяма Ф. Идентичность: Стремление к признанию и политика неприятия / Пер. с англ. М.: Альпина Паблшер, 2019. 256 с.

6. Калашникова С. К. Региональная политика идентичности: образ Санкт-Петербурга в дискурсе лидеров региона // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2020. Т. 16, № 4. С. 505–517. DOI 10.21638/spbu23.2020.406.
7. Калашникова С. К. Политика идентичности и гражданские инициативы в Санкт-Петербурге: кризис субъектно-объектных отношений // Консолидация городских сообществ: проблемы диагностики и регулирования: сборник научных работ / Под ред. В. П. Бабинцева. Белгород: ООО «Эпицентр», 2022. С. 22–27.
8. Калашникова С. К. Эффективность региональной политики идентичности в общественном мнении: опыт г. Санкт-Петербурга // Социально-политические исследования. 2022. № 3. С. 65–79. DOI 10.20323/2658-428X-2022-3-16-65-79.
9. Калашникова С. К. Символические основания политики идентичности в Санкт-Петербурге: роль городских праздников // Векторы развития современной России. Границы дают отпор: демаркация практик, пространств и языков описания. СПб.: Нестор-История, 2018. С. 113–120.
10. Калашникова С. К. Критерии оценки эффективности символической политики в контексте изучения практик региональной политики идентичности // Южно-российский журнал социальных наук. 2022. Т. 23, № 3. С. 33–47. DOI 10.31429/26190567-23-3-33-47.
11. Калашникова С. К., Погодина М. Я. Методологические проблемы современных исследований территориальной идентичности: город, агломерация, регион // Политическая наука. 2024. № 1. С. 233–258. DOI 10.31249/poln/2024.01.09.
12. Калашникова С. К., Погодина М. Я. Российские агломерации в контексте территориальной политики идентичности: опыт критического дискурс-анализа выступлений лидеров регионов // Дискурс-Пи. 2024. Т. 21, № 1. С. 59–77. DOI 10.17506/18179568\_2024\_21\_1\_59.
13. Сосновская А. М. Политика городской идентичности в дискурсе культурного наследия: дис. ... д-ра полит. наук: 5.9.9. СПб.: СПбГУ, 2024. 384 с.
14. Сосновская А. М. Политика городской идентичности в свете дискурса культурного наследия Санкт-Петербурга // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2022. № 1. С. 68–83. EDN TKTFW.
15. Сосновская А. М., Михайлов А. В., Орлова О. Ю. Нематериальное наследие и идентичность молодежи Санкт-Петербурга // Управленческое консультирование. 2018. № 2. С. 88–99. DOI 10.22394/1726-1139-2018-2-88-99.
16. Rahbarianyazd R. Cultural Agglomeration in the Urban Context: Creation and Management Approaches // Journal of Urban Planning and Development. 2021. Vol. 147, No. 4. DOI 10.1061/(ASCE)UP.1943-5444.0000760.
17. Rahbarianyazd R., Doratli N. Assessing the contribution of cultural agglomeration in urban regeneration through developing cultural strategies // European Planning Studies. 2017. Vol. 25, No. 10. P. 1714–1733. DOI 10.1080/09654313.2017.1317721.
18. Бабюк И. А. Политика стратегического развития городских территорий в условиях цифровизации: опыт Санкт-Петербурга: дис. ... канд. полит. наук. 5.5.2 Политические институты, процессы, технологии. СПб.: СПбГУ, 2023. 132 с.
19. Горнова Г. В., Воронин Д. В. Локальная идентичность в градостроительном развитии: культурологический инструментарий категоризации смысла // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2024. № 1. С. 24–28. DOI 10.36809/2309-9380-2024-42-24-28.

20. Овсипян М. В. Проблемы развития Санкт-Петербургской агломерации // Проблемы развития территории. 2018. № 4. С. 72–86. DOI 10.15838/ptd.2018.4.96.5.
21. Николаева Ж. В., Троицкая А. А. Дискурс об идентичности как способ осмысления городского пространства // Журнал фронтальных исследований. 2020. Т. 5, № 1. С. 11–28. DOI 10.24411/2500-0225-2020-10001
22. Nientied P., Aliaj B., Stachowiak-Bongwa K. Social Urban Identity Formation and Local Government // Current Urban Studies. 2022. No. 10. P. 361–380. DOI: 10.4236/cus.2022.103022.
23. Семененко И. С. Концепт идентичности в изучении политики // Современная политическая наука: методология / Отв. ред. О. В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2019. С. 446–463.
24. Попова О. В. О нерешенных проблемах теории государственной политики идентичности в российской политологии // Политическая наука. 2020. № 4. С. 86–110. DOI 10.31249/poln/2020.04.05.
25. Попова О. В. Роль муниципалитетов в формировании политики идентичности российских агломераций // Социально-политические исследования. 2024. № 1. С. 38–50. DOI 10.20323/2658-428X-2024-1-22-38.
26. Попова О. В., Гришин Н. В. Инструменты государственной политики идентичности в современном мире // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2024. Т. 26. № 2. С. 325–340. DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-325-340.
27. Гришин Н. В. Политические элиты и политика идентичности городских агломераций // Вопросы элитологии. 2023. № 2. С.61-74. DOI 10.46539/elit.v4i2.150.
28. Головнева Е. В. Конструирование региональной идентичности в современной культуре (на материале Сибирского региона): дис. ... д-ра филос. наук. 09.00.13 Философская антропология, философия культуры. Екатеринбург: УрФУ, 2018. 339 с.



# Donald Trump's Political Psychological Profile in the 2024 Election Campaign: Digital Media Bias and Social Polarization

I. E. Strelets<sup>1</sup>, A. A. Panesh<sup>1</sup>

<sup>1</sup>MGIMO University of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-424-441

Research article  
Full text in Russian

Drawing upon original programs for processing an array of publications (n=1000) and analyzing the tonality of articles published from November 15, 2022 to March 30, 2023 on twenty digital platforms of various ideological leanings, the article examines the bias of these platforms towards Donald Trump with the intent to identify the predominant agenda in the US digital media from the official announcement of D. Trump's entry into the 2024 presidential race until the filing of charges against him. The assumption is increasing media bias begets political polarization in society and radicalization of citizens' political preferences. Research shows that left-wing media, the largest part of the digital media sphere, demonstrate the highest negative bias towards D. Trump, centrist media, ranking second, demonstrate a positive attitude towards the left agenda and acquire characteristics of clearly pro-Democratic platforms, and right-wing, the least popular, demonstrate equal levels of negative and positive bias, striving for constructive criticism of their political favourite. Thus, most US media, regardless of their declarations, broadcast political messages of a high level of negative bias towards the Republican candidate, seeking to influence the perception of D. Trump's political psychological profile to benefit their editorial boards and owners.

**Keywords:** political psychological profile; Donald Trump; digital media bias; political polarization; psychology of political leadership; 2024 Election Campaign

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Strelets, Ilya E. | E-mail: [sagitol@mail.ru](mailto:sagitol@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-3520-2502  
Cand. Sc. (Politics)

Panesh, Aslanbii A. | E-mail: [aslanbii.panesh@mail.ru](mailto:aslanbii.panesh@mail.ru)  
ORCID iD: 0009-0008-4095-8869  
Postgraduate

**For citation:** Strelets I. E., Panesh A. A. Donald Trump's Political Psychological Profile in the 2024 Election Campaign: Digital Media Bias and Social Polarization // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 424-441. (in Russ.)



# Политико-психологический профиль Трампа в предвыборной кампании 2024: предвзятость цифровых медиа и поляризация общества

И. Э. Стрелец<sup>1</sup>, А. А. Панеш<sup>1</sup>

<sup>1</sup>МГИМО МИД России, Москва, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-424-441  
УДК 32.019.5

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье рассматривается уровень предвзятости популярных цифровых медиаплощадок к политико-психологическому профилю Дональда Трампа. Были использованы авторские программы формирования массива публикаций ( $n=1000$ ) и автоматизированного количественного контент-анализа тональности текстов, опубликованных в период 15.11.2022–30.03.2023 на 20 цифровых платформах различной идеологической направленности. Исследование нацелено на выявление доминирующей повестки в цифровой медиасфере США в период с официального объявления о вступлении Д. Трампа в президентскую гонку 2024 г. и до предъявления ему судебных обвинений. В условиях повышенного уровня предвзятости медиа политическая поляризация в обществе возрастает, а политические предпочтения граждан радикализуются. Показано, что левые медиа (наибольшая часть цифровой медиасферы) демонстрируют наивысший уровень негативной политической предвзятости к Д. Трампу и стремятся к продвижению левой повестки дня. Центристские медиа (вторые по популярности) так или иначе демонстрируют позитивное отношение к левой повестке и со временем приобретают характеристики явных про-демократических площадок. Правые цифровые новостные агрегаторы (наименее популярные) демонстрируют равный уровень негативной и позитивной предвзятости и стремятся к конструктивной критике своего политического фаворита и его предвыборной кампании. Таким образом, большая часть нынешней медиасферы в США, независимо от декларируемого спектра взглядов, транслирует политические сообщения высокого уровня негативной предвзятости к кандидату от республиканцев, стремясь повлиять на восприятие политико-психологического профиля Д. Трампа и продвинуть повестку дня, выгодную редакции и ее владельцам.

**Ключевые слова:** политико-психологический профиль; Дональд Трамп; предвзятость цифровых медиа; политическая поляризация общества; психология политического лидерства; президентская кампания 2024

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Стрелец, Илья Эрнстович	E-mail: <a href="mailto:sagitol@mail.ru">sagitol@mail.ru</a> ORCID iD: 0000-0003-3520-2502 Кандидат политических наук, доцент кафедры сравнительной политологии факультета управления и политики
-------------------------	--

Панеш, Асланбий Асланович	E-mail: <a href="mailto:aslanbii.panesh@mail.ru">aslanbii.panesh@mail.ru</a> ORCID iD: 0009-0008-4095-8869 Аспирант кафедры сравнительной политологии факультета управления и политики
---------------------------	---

**Для цитирования:** Стрелец И. Э., Панеш А. А. Политико-психологический профиль Трампа в предвыборной кампании 2024: предвзятость цифровых медиа и поляризация общества // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 424-441.

© ЯРГУ, 2024

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## Введение

Развитие цифровых технологий открыло новые возможности для поиска и получения знаний, которые впоследствии образуют фундамент видения мира индивида [1], поэтому критическим для формирования сбалансированного восприятия реальности является поиск наиболее непредвзятых источников информации. В условиях постоянного обновления медиасферы и возрастания количества новостных платформ увеличивается не только потребление новостей, но и способы манипулирования политической информацией [2], методы продвижения определенной политической повестки [3].

Тем не менее большинство людей продолжает проявлять наибольший уровень доверия к новостным статьям в цифровых СМИ по сравнению с другими медиаформатами [1] (телевидение, радио, социальные сети). Существует ряд факторов, которые образуют внутреннюю предвзятость медиаагрегата – медиапредвзятость (*media bias*). Эти факторы включают в себя желание редакции, руководителей или спонсоров развить популярность площадки или продвигать выгодные политические инициативы [4].

В научной литературе описывается множество способов усиления предвзятости журналистом в тексте новостной статьи: обозреватели и репортеры могут селективно подходить к освещению событий, выбирая выгодные для издания факты и сюжеты, определять подходящие источники политической информации и т. д. Наиболее релевантными для настоящего исследования являются способы проявления предвзятости через подбор и формулировки понятий, предложений, синтаксических единиц с негативной или позитивной коннотацией [5]. Кроме того, предвзятость новостного контента усиливается в соответствии с предвзятостью самого журналиста по отношению к источнику события или его участникам [6].

Влиянию предвзятости медиа на формирование политической картины мира общества посвящены многие исследования. Одним из ярких примеров является работа Р. Эпштейна и Р. Робертсона о феномене «The Fox News Effect» [7], который возник в начале 2000-х гг. после образования консервативного новостного агрегата под этим брендом. С расширением вещания The Fox News на все новые штаты количество консерваторов там значительно возрастало. Так, например, в 2000 г. после прихода данной сети во Флориду количество голосов за консервативного кандидата возросло на более чем 10000 голосов. Сложно отрицать, что деятельность Fox News среди прочих факторов внесла весомую лепту в укрепление позиции кандидата от республиканцев. Следовательно, можно утверждать, что медиапредвзятость способна значительно менять вектор развития политических предпочтений у граждан [8], трансформировать их взгляды на внутреннюю и внешнюю политику государства, а также воздействовать на уровень одобрения того или иного кандидата в президенты [9].

Изначально предполагалось, что возрастание популярности цифровых медиаагрегаторов и социальных сетей с учетом их специфики (открытый и быстрый обмен мнениями при всей оппозиционности взглядов) ослабит медиапредвзятость политической аффилиации. Однако мониторинг показал, что разнообразие потребляемого контента на цифровых медиаплощадках сократилось [10], а пользователи в цифровой среде оказались еще более подвержены медиапредвзятости [11], поскольку они демонстрируют склонность к намеренному или неосознанному избеганию новостей, где критикуются их политические предпочтения, т. н. феномен

«эхо комнаты» [12]. Причем подобное абстрагирование от оппозиционного контента характерно только для политических новостей [13], а «эхо-комнаты», где пользователи более подвержены медиапредвзятости, провоцируют усиление радикализации [12] и потенцируют политическую поляризацию [14]. Это затрудняет диалог между оппозиционными партиями и исключает выработку компромиссных решений.

Подавляющее большинство исследователей уровня предвзятости опирается на метод контент-анализа [15] посредством семантического разбора текста на элементы, в том числе для выявления негативных или позитивных паттернов преподнесения информации авторами новостных статей. Дедуктивный контент-анализ предусматривает разработку или заимствование существующих критериев и регламентов оценки предвзятости текста перед непосредственным взаимодействием с самим материалом [16]. Индуктивный контент-анализ используется на ранних этапах исследований для определения паттернов и критериев, которые впоследствии будут использованы в дедуктивном анализе. Причем индуктивный контент-анализ не предполагает статистических результатов [17], но включает оценку текста без выведенных заранее критериев [18]. В данном исследовании был использован метод количественного контент-анализа [19], поскольку он позволяет охватить объемный массив статей и автоматизировать процесс изучения [20].

Кроме того, при оценке предвзятости медиа многие исследователи используют метод анализа тональности текста (например, З. Папахарисси и М. Оливьера при изучении паттернов предвзятости в статьях *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Financial Times* и *The Guardian* о терроризме) [21]. Реализация данной процедуры является одним из основных этапов для определения общего уровня предвзятости медиасферы. Высокий уровень неравномерной предвзятости медиа, когда показатели негативной или положительной предвзятости во много раз превосходят друг друга, определяет целесообразность применения ограничительных механизмов в цифровой медиасфере (законодательных, надзорных или технических), чтобы не давать преимуществ носителям предвзятого мнения в медийном политическом пространстве. В противном случае американские медиаплатформы на наших глазах окончательно утратят роль медиаторов в информационном обмене между государством и обществом, приобретя характеристики политических акторов, которые обладают своей политической повесткой (например, факт блокировки аккаунтов 45-го Президента США в Twitter, YouTube и др.).

По нашему мнению, метод анализа тональности текстов релевантен теме настоящего исследования с учетом его ориентации на политико-психологический профиль лидера при определении уровня предвзятости медиа к тому или иному публичному политику (по аналогии с работой Д. Нивена о восприятии Билла Клинтона в период его президентства [22]).

Главным преимуществом анализа тональности текста является возможность определения негативных или позитивных эмоциональных контекстов в новостных статьях. Результаты подобного анализа могут свидетельствовать об отношении автора материала к описываемым событиям, персоне или феномену. Тональность текста определяется с опорой на так называемые «словари сентиментов», которые исследователь либо составляет сам, либо заимствует у предшественников. Однако достоверность процедуры и оценки зависит от качества данных словарей. Если ранние словари и регламенты (см., напр., ст. З. Папахарисси и М. Оливьеры, Д. Нивены и др.) отличались определенными недостатками (ограниченность количества слов,

оценок эмоциональной тональности и пр.), что влияло на точность результатов, то современные IT-технологии позволяют с помощью машинного обучения составлять эффективные словари для точного определения эмоционального подтекста, позитивного/негативного отношения журналиста к теме и предмету изложения [23].

Еще одним нюансом анализа тональности текста, вызывающим сомнения в достоверности результатов, является невозможность контекстного определения. Обычно это преодолевается посредством включения в качественный контент-анализ тональности текста корпуса статей из выборки для количественного контент-анализа. Кроме того, для повышения достоверности результатов можно увеличить выборку текстов и количество слов [5].

Между тем в настоящем исследовании используются два словаря позитивной и негативной тональности, наработанных с помощью новейших технологий и адаптированных авторами под тематику данной статьи. Недостаток слабого определения контекста преодолен посредством авторской программы, которая не учитывает синтаксические единицы с отрицанием в начале или конце предложения либо текстуального блока. Оригинальность предложенного подхода состоит в следующем. Во-первых, авторской программой предусмотрена возможность сравнения значительного количества положительных и отрицательных словоформ, определения уровня не только негативной или положительной предвзятости, но и равномерности распределения предвзятой информации. Во-вторых, точность результатов исследования обеспечивается объединением существующих словарей и авторских нововведений, адаптированных для учета хронологических рамок и исследуемого поля.

**Целью** данного исследования является выявление предвзятости цифровых медиа в отражении политико-психологического профиля Д. Трампа как одного из факторов поляризации американского общества в начале предвыборной кампании на пост 47-го Президента США. В качестве **хронологических рамок** выбран период с момента официального объявления Трампом своего участия в президентской гонке в ноябре 2022 г. и до выдвигания ему обвинений в марте 2023 г. (поскольку возникший ажиотаж в СМИ мог повлиять на общественное мнение). **Гипотеза** исследования: цифровая медиасфера в США характеризуется диспропорциональным уровнем негативной предвзятости к политическому лидерству Д. Трампа, что усиливает политическую поляризацию общества. Аспект **практической значимости** полученных результатов не ограничивается территориальными рамками одного государства, поскольку концептуальная модель исследования может быть использована для оценки аналогичных явлений в других государствах, а также послужить основой при выработке стратегии имплементации регулятивных механизмов в попытке достижения приемлемой объективности современной медиасферы.

### **Обоснование исходных позиций исследования**

**Выбор предмета анализа.** Общая узнаваемость политико-психологических профилей американских лидеров традиционно определяется двумя метриками: известностью (fame) и популярностью (popularity). Первая демонстрирует общий процент избирателей, которые утверждают, что знают определенного политического лидера, вторая выявляет процент одобрения ими этого политика [24]. Исходя из целей настоящей работы, было решено сфокусироваться на первой метрике – известности (fame), так как именно этот показатель демонстрирует, насколько цифро-



вые медиа будут заинтересованы в отражении политико-психологического профиля и освещении деятельности конкретного лидера. По данным YouGov [25], самым известным политиком в 2024 г. и в течение последних нескольких лет является Дональд Трамп (процент узнаваемости 99 % у всех слоев населения в возрасте 18+). Ему уступают на 1 % лишь Арнольд Шварценеггер, Барак Обама и Хиллари Клинтон. Рекордный уровень узнаваемости Трампа гарантирует одинаковое освещение цифровыми медиа широкого политического спектра любых инфоповодов, связанных с его персоной.

Кроме того, Д. Трамп является одной из самых противоречивых политических фигур в современной истории США [26]. Этические правила, продекларированные Society of Professional Journalists [27], обязывают журналиста уважать право читателей на объективную картину происходящего и не проявлять собственную предвзятость. Экс-президент данной организации Линн Уолш в свое время настаивала на тщательном подборе слов и изображений в публикациях, а в случаях упоминания расхожих ярлыков или противоречивого контента рекомендовала давать пояснения, почему журналисты прибегают к их использованию – во избежание стереотипизации общественного сознания [28]. Именно в силу своей противоречивости личность Трампа вписывается в нарратив оценки уровня предвзятости цифровых медиа, поскольку субъективная одиозность для многих журналистов (особенно левого политического спектра) зачастую влияет на объективность отражения политико-психологического профиля данного политика в СМИ.

**Выборка цифровых новостных площадок.** При определении цифровых медиаплатформ в данном исследовании использовались три категории: известность (fame), популярность (popularity) и предпочитаемая политическая идеология редакции (media bias).

Первые две из них определены рейтингом YouGov как самые популярные новостные веб-ресурсы за последние несколько лет. В данном случае известность (fame) соотносится с общим процентом узнаваемости веб-ресурса у американцев. Популярность (popularity) рассчитывается в процентах как пропорция между количеством людей, воспринимающих новостной агрегатор положительно (показатель в числителе), и количеством тех, кто вообще знаком с ним (известность – в знаменателе) [29]. Совокупность двух этих факторов позволила отобрать цифровые площадки с наибольшим масштабом влияния на политическое восприятие аудитории.

Третья категория – предпочитаемая политическая идеология редакции – ежегодно анализируется крупнейшим в США новостным аналитическим агентством AllSides, целью которого является предоставление согражданам объективной оценки политических предпочтений новостных ресурсов для определения, на какой позиции политического спектра находится то или иное цифровое новостное издание [30]. AllSides привлекает экспертов к слепым рандомизированным исследованиям, а также опрашивает обычных граждан на предмет согласия с позицией экспертов, что гарантирует определение близкой к реальности политической картины, продвигаемой изданием.

В настоящей работе для распределения цифровых медиаплатформ по продвигаемой ими политической повестке были приняты и рассмотрены следующие политические позиции: левые, умеренно-левые, центристские, умеренно-правые, правые. К каждой из них были подобраны по 4 цифровых площадки. Это позволило обеспечить полноту и всесторонность при выявлении уровня предвзятости к поли-

тико-психологическому профилю Дональда Трампа со стороны медиаресурсов всего идеологического спектра.

При распределении цифровых медиаплатформ в соответствии с их известностью, популярностью и идеологическими предпочтениями обнаружилась необходимость учета следующей диспропорции. По данным YouGov и других рейтинговых агентств [31; 32], абсолютное большинство представляют площадки, чьи политические аффилиации определяются как левые или умеренно-левые [33]. Центристские медиа популярнее правых и умеренно-правых, и в списках YouGov их в несколько раз больше, чем изданий консервативного характера. Например, Fox News как первое в списке правых изданий занимает в рейтинге известности (fame) 3-е место, а в рейтинге популярности (popularity) – 6-е место. А далее первых 35 позиций рейтинга правых или умеренно-правых изданий нет ни в категории известных, ни в категории популярных. При рассмотрении перечня, увеличенного до 65 цифровых медиаплатформ, правыми или умеренно-правыми являются всего три.

Для преодоления указанной диспропорции было принято решение рассматривать, где это возможно, два отдельных мнения: самой редакции и авторов рубрики Opinion. В исследовании они трактуются как отдельные сегменты для анализа. Материалы для Opinion пишут приглашенные журналисты, писатели, лидеры мнений, политические деятели, не входящие в редколлегию. Поэтому в Opinion транслируется иная повестка (как правило, с уклоном в правую или умеренно-правую категорию), зачастую не совпадающая с основной линией издания или противоречащая ей, что иногда приводит к конфликтам и даже увольнениям редакторов [34]. В большинстве аналитических медиаисследований основная рубрика News и колонка Opinion также определяются разными категориями, поскольку присутствует существенное разделение транслируемой повестки. Так, AllSides оценивает колонки Opinion в The New York Post [35] и в The Wall Street Journal [36] как более правые.

Вторым шагом в преодолении указанной выше диспропорции стало решение внести в список наиболее популярные (по открытой информации) правые и умеренно-правые издания, которые не входят в рейтинг YouGov, но популярны, т. к. отличаются относительно высоким тиражом и еженедельным количеством реальных пользователей: The Washington Times (с апреля 2020 г. – более 20 млн. [37]), The Washington Examiner (по 22 млн. [38]), Daily Caller (ок. 10 млн. [39]).

Отобранные в ходе исследования цифровые медиа представлены в *таблице 1*.

*Таблица 1*

**Распределение цифровых медиа по их идеологической принадлежности**

Левые	Умеренно-левые	Центристские	Умеренно-правые	Правые
The Huffington Post	Yahoo! News	Reuters	The Washington Times	Breitbart
Buzzfeed	NBC News	Forbes	New York Post (News)	New York Post (Opinion)
New York Times	CNN	The Hill	The Wall Street Journal (Opinion)	Daily Caller
The Daily Beast	The Washington Post	The Wall Street Journal (News)	Washington Examiner	Fox News

**Выбор хронологических рамок исследования.** В исследовании было решено ограничить временные рамки слева моментом официального объявления Трампом о его вступлении в предвыборную кампанию, 15 ноября 2022 г., а справа – началом выдвижения обвинений и судебных разбирательств в отношении 45-го Президента США, 30 марта 2023 г.

Данный выбор обусловлен тем, что официальное вступление в президентскую гонку гарантирует многофакторное отражение политико-психологического профиля Д. Трампа в ходе масштабного освещения всеми медиаплатформами его активности как кандидата на пост 47-го Президента США. Окончание рассмотрения обусловлено тем, что после начала судебных разбирательств в медиа любого политического спектра ожидаемо повышается процент использования негативных синтаксических единиц («criminal», «wrongdoing», «offence», «violation» и т. п.), даже при официальном курсе издания на поддержку кандидата от республиканцев, что могло бы повлиять на верификацию результатов, исказив реальную картину предвзятости американских цифровых медиа.

**Выборка статей для анализа.** Чтобы избежать воздействия феномена выборочного представления фактов (cherry-picking), была разработана авторская программа, которая рандомизированно подбирала статьи о Трампе в установленных исследователем хронологических рамках. Программа выполнена на языке Python с использованием пакетов BeautifulSoup для парсера HTML и XML данных. Общее количество отобранных статей для каждой цифровой площадки – по 50 единиц. Это позволило создать массив в 1000 публикаций для последующего анализа предвзятости цифровых медиа в отражении политико-психологического профиля Д. Трампа.

Являясь прецедентным, подобный объем позволяет с предельной точностью определить паттерны развития положительного или, наоборот, отрицательного образа рассматриваемого лидера в нарративах американских цифровых платформ.

**Выбор процедуры исследования.** Для определения уровня предвзятости в сформированном массиве статей был использован автоматизированный количественный контент-анализ с помощью еще одной авторской программы, написанной на Python в специализированном IDE PyCharm для подсчета положительных и отрицательных синтаксических единиц в тексте каждой статьи на 1000 слов и с использованием словарей WordStat [40]. Подобное решение было мотивировано необходимостью избежать искажения результатов, что могло бы иметь место из-за разного объема подобранных текстов по количеству слов.

## Результаты и обсуждение

Проведенное исследование позволило выявить предвзятость цифровых медиа в репрезентации политико-психологического профиля Д. Трампа и определить ее как один из значимых факторов поляризации американского общества, что проявилось уже на начальном этапе предвыборной кампании на пост 47-го Президента США. Результаты исследования позволяют констатировать, что американская цифровая медиасфера характеризуется диспропорциональным уровнем негативной предвзятости к политическому лидерству Д. Трампа, способствуя усилению политической поляризации общества.

Далее иллюстрируются данные тезисы, подкрепленные результатами количественного контент-анализа статей, опубликованных американскими цифровыми медиа, относящимися к разным частям идеологического спектра, начиная с изданий,

близких по взглядам к республиканской партии, и завершая изданиями про-демократического толка.

**Умеренно-правые и правые цифровые издания.** Согласно результатам контент-анализа, умеренно-правые и правые издания в период 15.11.2022–30.03.2023 демонстрировали определенную лояльность к республиканской политической повестке и, следовательно, к деятельности Трампа. Наибольшим количеством негативных синтаксических единиц отличилось Breitbart, несмотря на то, что многие специалисты медиасферы обозначают это медиаиздание как платформу крайне правого характера, которое «находится между экстремистскими радикально правыми и умеренно-правыми СМИ» [41], а также как «чрезвычайно про-Трамповское издание» [42]. Тем не менее одной из характерных особенностей подачи контента на данной цифровой медиаплощадке является цитирование самых противоречивых высказываний республиканских политиков. Например, в 2016 г. Breitbart было лидирующим медиа по количеству ретвитов Д. Трампа, превосходя Fox News и даже официальный сайт 45-го Президента США [43]. Это, в свою очередь, может определенным образом сказаться на полученных результатах.

Самым низким показателем среди всех умеренно-правых и правых изданий обладает The Daily Caller. Это может быть связано прежде всего с тем фактом, что с 2022 г. одним из главных спонсоров данной площадки является Омид Малик, который также жертвовал средства на президентскую кампанию Трампа в 2016 г. [44]. Кроме того, это может объясняться тем, что среди основателей The Daily Caller – Такер Карлсон [45], известный журналист и блогер, верный сторонник Трампа [46] и республиканской партии.

Можно констатировать, что умеренно-правые и правые издания оперируют относительно небольшим количеством слов с положительной коннотацией на 1000 словоформ, оставаясь критическими к некоторым аспектам политической деятельности Д. Трампа и республиканской партии. Несмотря на это, цифровые медиа правого толка все равно транслируют информацию через нарратив симпатии к политико-психологическому профилю 45-го Президента США и его деятельности. Это может быть связано с тем, что на сегодняшний день большинство правых медиа имеет консенсус относительно того, что у Трампа нет настоящих конкурентов внутри республиканской партии и он единственный является приемлемым кандидатом, представляющим интересы партии [47].

Как видно из диаграммы 1, умеренно-правые и правые медиа в этих условиях способны к адекватной критике своего фаворита и стимулированию поиска компромисса в критических для внутренней политики ситуациях. Об этом говорит равный уровень положительной и негативной предвзятости к Трампу в статьях проанализированных изданий. Так, например, некоторые правые медиа описывали недостатки менеджмента Д. Трампа и его лидерского стиля [48], а также старались транслировать рекомендации, какие пункты его политической деятельности требуют корректировки или полноценных изменений [49].

Следовательно, несмотря на поддержку умеренно-правыми и правыми изданиями идей консерватизма, идеалов республиканской партии и политической повестки Трампа, они способны на адекватную критику своих идейных сторонников.

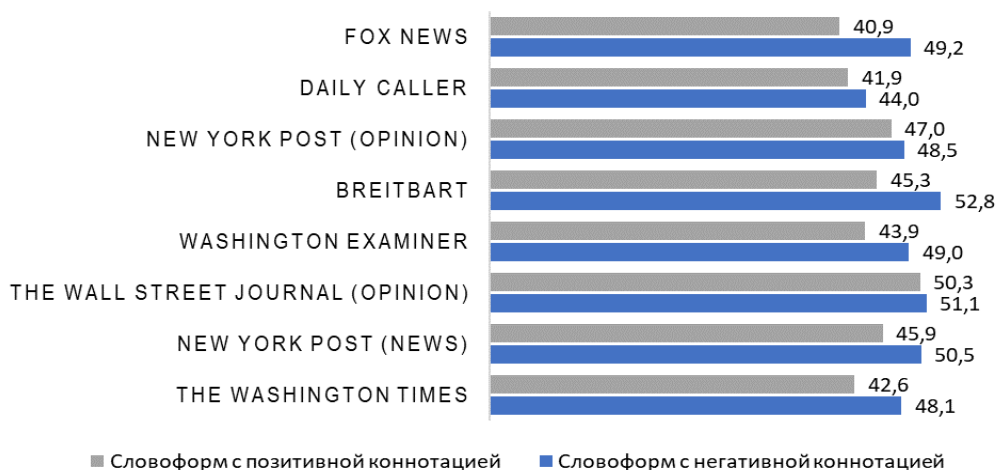


Диаграмма 1. Сравнение результатов контент-анализа умеренно-правых и правых медиа

Интерпретируя полученные в исследовании результаты, мы считаем необходимым также учитывать популярность изданий консервативного толка. Так, согласно рейтингу YouGov, среди самых популярных цифровых новостных площадок в США всего три позиции занимают умеренно-правые или правые издания (Fox News – на 2 месте известности и 6 месте популярности, New York Post – на 19 месте известности и на 30 месте популярности и Breitbart – на 36 месте известности и на 48 месте популярности).

Большинство американских избирателей не взаимодействует с консервативной частью медиасферы. Несмотря на равный уровень негативной и положительной предвзятости, умеренно-правые и правые цифровые медиа на сегодняшний день неспособны транслировать идеологию так же эффективно, как это делают умеренно-левые, левые и центристские медиа.

Следовательно, адекватный уровень распределения предвзятости только консервативных медиа во всей медиасфере при их относительной непопулярности не будет обладать значительным эффектом в структурировании политических предпочтений граждан.

**Умеренно-левые и левые цифровые медиа.** Результаты проведенного контент-анализа показывают, что умеренно-левые и левые издания в рамках 15.11.2022–30.03.2023 отметились чрезмерным количеством слов с негативной коннотацией по отношению к Трампу, если сопоставить с аналогичными данными по цифровым медиа их идейных оппонентов. Примечательно, что паттерны негативной предвзятости на этих площадках меняются в зависимости от интенсивности того, насколько выражена идейная приверженность того или иного цифрового издания: умеренно-левые проявляют меньший уровень недовольства политико-психологическим профилем и деятельностью Трампа, в то время как левые медиа выказывают открытую неприязнь, используя такие выражения, как «лузер», «идиот» [50] в отношении кандидата от республиканцев и «экстремисты» [51] – в адрес его сторонников.

Лидирующим цифровым медиа ресурсом по количеству словоформ с негативной коннотацией оказалось The Daily Beast. Несмотря на официально продекларированную позицию его редакции и владельцев о политическом нейтралитете [52], по данным аналитических агентств и мнений сообщества, The Daily Beast является крайне левым новостным агрегатором [53]. Интересным является тот факт, что в 2016 и 2017 гг. это цифровое издание находилось, говоря условно, в центре политических координат с небольшим отклонением влево. Однако вскоре оно стало транслировать исключительно левую повестку. Подобную тенденцию можно наблюдать в динамике проявления политических предпочтений среди всех центристских медиа.

Как показано в диаграмме 2, умеренно-левые и левые медиа демонстрируют сниженное количество словоформ позитивной коннотации. Это признак того, что в своих статьях журналисты подобных изданий транслируют высокий уровень нетерпимости к идеологической оппозиции в лице Д. Трампа. Умеренно-левые и левые цифровые площадки проявляют все больший уровень радикализации [54], поэтому в их риторике преобладает больший уровень недовольства и неприязни к любой правой повестке или политической фигуре. Существуют примеры, когда издания левого толка критикуют идеологических сторонников за смещение фокуса статей с критики Трампа на аспекты, дискредитирующие кандидатов демократической партии [55].

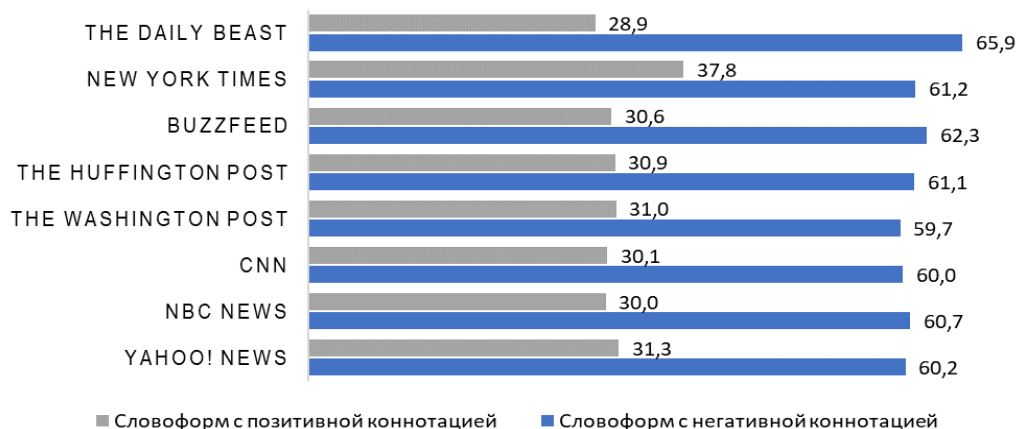


Диаграмма 2. Сравнение результатов контент-анализа умеренно-левых и левых медиа

Если интерпретировать полученные результаты в данном сегменте идеологического спектра, то нельзя не отметить, что абсолютная популярность левых медиа в США обеспечивает им возможность влиять на формирование политических предпочтений большинства американских избирателей и даже на аффилиации представителей власти [56].

Неравномерное распределение негативной и положительной предвзятости у медиа левого толка говорит о том, что для рядового пользователя существует высокий шанс получить информацию, которая обладает значительным уровнем политизированности, заражая общество «вирусом поляризации».

Следствием подобной диспропорции предвзятости у наиболее популярной прослойки медиасферы является фиксация в общественном сознании необъективного восприятия политико-психологического профиля Трампа и одностороннего взгляда на его политическую деятельность. Это самым негативным образом сказывается на общественно-политической обстановке в США [57]. Часть специалистов по медиасфере заявляет, что во многих цифровых изданиях навязывают необходимость форсированного продвижения левой повестки в статьях через словесные формулировки, описание событий и т. д. с целью изменить курс внутренней политики или навязать стране кандидата от демократической партии в качестве победителя президентской гонки [58].

**Центристские цифровые медиа.** По свидетельству экспертов, центристские медиа являются вторыми по общей популярности медиаплощадками в США, поэтому заслуживают самого пристального внимания. Если судить по результатам контент-анализа массива текстов, опубликованных в период 15.11.2022–30.03.2023 в данном сегменте цифрового политического спектра, ключевые центристские издания продемонстрировали относительно высокий уровень негативной предвзятости к политико-психологическому профилю Д. Трампа.

Наибольшим процентом негативной предвзятости отличилось издание Reuters, идеологическая предрасположенность которого обозначалась как «анти-Трамповская». Так, например, количество статей с опровержениями заявлений кандидата от республиканцев или резкой критикой его взглядов на данной цифровой площадке резко возросло с 2016 г., в то время как количество статей негативного контекста о кандидатах демократической партии оставалось на низком уровне [59]. И это несмотря на официальную позицию издания о поддержании центристской риторики в своей деятельности [60].

Как следует из диаграмм 3 и 2, центристские медиа транслируют сопоставимый по показателям с левыми и умеренно-левыми изданиями уровень негативной и позитивной предвзятости к политико-психологическому профилю Трампа, но с незначительным превышением (примерно до 5 %). В этом аспекте они демонстрируют паттерны левых и умеренно-левых цифровых площадок. Диспропорция негативных и позитивных словоформ в их публикациях говорит о том, что издания транслируют определенную политическую повестку, выступая оппонентами лидеру республиканцев. Если бы эти издания не декларативно, а в реальности являлись центристскими, то их уровни позитивной и негативной коннотаций существенно отличались бы от таковых показателей, свойственных изданиям с идеологической ангажированностью.

По логике вещей, в этом случае показатели позитивной и негативной предвзятости должны быть примерно равными, чтобы освещение новостей вписывалось в политически нейтральный контекст. Однако обнаруживается, что центристские медиа в сегодняшних США обладают повышенным уровнем негативных sentiments. Данный паттерн смещения политических предпочтений центристских цифровых новостных площадок прослеживается для большинства медиа, которые в прежние годы позиционировали себя как идеологически нейтральные. Так, начиная с 2016 г., Politico [61], New York Times (News) [62], Bloomberg [63], CNN [64], заявив о себе как о центристских, за минувшие годы утвердились в трансляции отчетливой левой повестки, утратив неангажированность.

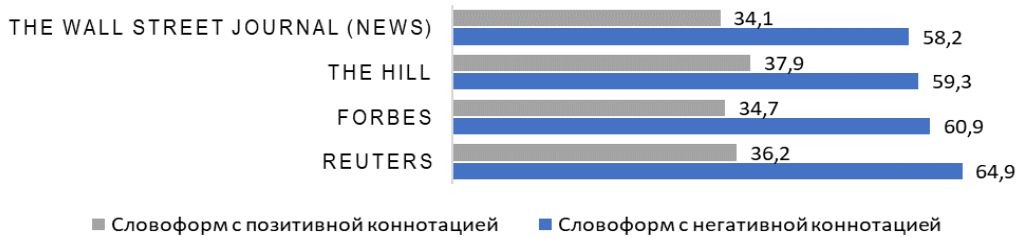


Диаграмма 3. Сравнение результатов контент-анализа центристских медиа

Между тем центристские медиа обладают наибольшим совокупным уровнем доверия в США [65]. Это говорит о том, что они способны эффективней других влиять на формирование политических аффилиаций у избирателей. Тем не менее результаты исследования говорят о том, что большая часть их публикаций о Трампе не обладает политически нейтральными характеристиками и транслирует негативный образ кандидата от республиканцев. Центристские цифровые площадки, в свою очередь, способствуют закреплению политических стереотипов у пользователей, катализируют политическую поляризацию в американском обществе.

### Выводы

Проведенное исследование позволило сделать ряд заключений, проясняющих реальную ситуацию в цифровой медиасреде США в контексте предвыборной борьбы, которая характеризуется беспрецедентным уровнем ее предвзятости в отражении политико-психологического профиля кандидата от республиканцев.

Так, правые и умеренно-правые издания демонстрируют повышенную позитивную предвзятость к политической фигуре Трампа, оставаясь при этом критичными к деятельности 45-го Президента США и его администрации. Пропорциональное распределение словоформ позитивной и негативной коннотации говорит о том, что издания правого толка способны на передачу умеренно-политизированного контента с равномерным уровнем транслирования положительных и отрицательных сторон деятельности их идеологического фаворита.

Однако невысокие показатели популярности умеренно-правых и правых цифровых изданий говорят о том, что масштаб их взаимодействия с аудиторией является наименьшим в рамках цифровой медиасферы. Данный факт обозначает то, что большинство потребителей политического контента в США получает информацию о политическом лидере фактически без равномерного распределения между всеми частями идеологического спектра. Но такие ресурсы, в основе которых изначально были заложены принципы представления сразу трех идеологических позиций на новостные обзоры (левой, центристской, правой), как, например, Ground News, во многих репортажах о Д. Трампе либо опускают колонку правых взглядов, либо делают ее недоступной, оставляя пользователям доступ лишь к левым и центристским материалам о республиканском кандидате.

Левые и умеренно-левые издания отличаются повышенным уровнем негативной предвзятости с наименьшим уровнем позитивной предвзятости. Подобная диспропорция демонстрирует значительный уровень нетерпимости к политико-психологическому профилю Дональда Трампа. Статьи в изданиях ле-



вого толка отличаются крайней степенью субъективности и четко обозначают доминирование идей демократической партии в повестке редакции. При этом левые и умеренно-левые цифровые медиа обладают наибольшей популярностью, что в совокупности с высоким уровнем негативной предвзятости позволяет им влиять на формирование политических предпочтений граждан и на политическую обстановку страны в целом. Их деятельность отличается резкой тональностью критики к любым инициативам республиканского лидера, в то время как критика демократической партии осуждается внутри левой цифровой медиасферы.

Диспропорция подобного масштаба в самой популярной части медиасферы способна привести к укоренению негативных политических стереотипов и увеличению уровня политической поляризации. Ключевым различием между правыми и левыми медиа является неспособность последних к принятию конструктивных аспектов политико-психологического профиля Трампа и положительных сторон республиканской риторики, а также нежелание объективно оценивать, а тем более критиковать спорные инициативы лидеров демократической партии и их политический курс. Диалог между оппозиционными сторонами в таких условиях затруднен, что ведет к еще большему углублению раздробленности в цифровой медиасфере.

На этом фоне центристские медиа демонстрируют повышенный уровень негативной предвзятости и сниженный уровень позитивной предвзятости к Дональду Трампу. В нынешних США наблюдается паттерн смещения центристских медиа в умеренно-левое и левое поле, начавшегося с 2016 г. В случае, когда потребители политического контента находят наиболее популярные издания (про-демократические) слишком предвзятыми, они ищут альтернативу среди центристских медиа, которые, в свою очередь, обладают практически тем же уровнем негативной предвзятости к Трампу. Это искажает процесс формирования политических предпочтений у избирателей, их видение оптимального вектора развития США.

Диспропорция положительной предвзятости в центристских медиа также говорит о том, что в большей части статей не подвергается объективному анализу политико-психологический профиль Трампа и не его курс со стороны положительных результатов США, а задается тон и усиливается тренд политически ангажированных сил на негативный стиль подачи новостных обзоров о лидере республиканцев.

Проведенное исследование эмпирически подтвердило тот факт, что американская цифровая медиасфера характеризуется выраженным смещением политических предпочтений большинства изданий в левую или умеренно-левую сторону. На сегодняшний день получение среднестатистическим жителем США политической информации с невыраженной левой повесткой крайне затруднено. Следствием этого может стать и радикализация, и увеличение уровня политической раздробленности, и контрастирование дихотомии «левые vs правые», «демократы vs республиканцы». В условиях поддержки цифровой медиасферой доминирования одной политической идеологии диалог между оппозиционными частями политического спектра становится крайне затруднительным, а поиск компромисса становится все более проблематичным. Данный тренд экстраполируется за пределы США, превращая эту страну в конфликтного, противоречивого, непоследовательного партнера по переговорам на международных площадках.

На внутреннем российском треке можно констатировать своевременность государственного регулирования цифровой медиасферы. В этом аспекте практическая значимость полученных в данной работе результатов состоит в том,

что использованные авторские программы исследования уровня предвзятости в цифровой медиасреде позволяют проводить системный мониторинг процессов, влияющих на усиление поляризации современного общества, независимо от географического положения, историко-культурного и ситуационного политического контекста в странах, представляющих интерес для России в области международного взаимодействия. Одним из возможных путей решения проблемы предвзятости цифровых медиа может послужить внедрение государственного регистра идеологической предрасположенности интернет-площадок с регулярным аудитом для выявления резких отклонений от условно нейтральных показателей. Подобная практика могла бы обеспечить прозрачность идеологической аффилиации любого издания, изначально проясняя рядовому пользователю «потребительские свойства» контента с учетом той повестки, которую может продвигать та или иная редакция по заказу владельцев цифрового медиа.

### Ссылки

1. Mossberger K., Tolbert C., McNeal R. *Digital Citizenship. The Internet, Society, and Participation*. MA: The MIT Press, 2007. 234 p.
2. Budak C., Goel S., Rao J. Fair and Balanced? Quantifying Media Bias through Crowdsourced Content Analysis // *Public Opinion Quarterly*. 2016. Vol. 80, No. 1. P. 250–271.
3. Soukup P. Looking at, through, and with YouTube // *Research Trends*. 2014. Vol. 33, No. 3. P. 3–34.
4. Hyun K. D., Moon S. J. Agenda Setting in the Partisan TV News Context: Attribute Agenda Setting and Polarized Evaluation of Presidential Candidates Among Viewers of NBC, CNN, and Fox News // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2016. Vol. 93, No. 3. P. 509–529.
5. Coupling niche browsers and affect analysis for an opinion mining application / G. Grefenstette, Y. Qu, J. G. Shanahan, D. A. Evans // *RIAO*. 2004. Vol. 4. № 1. P. 186–194.
6. Baker B. H., Kaminsky S. *How to Identify, Expose & Correct Liberal Media Bias*. VA: Media Research Center, 1994. 291 p.
7. Epstein R., Robertson R. E. The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections // *Proc Natl Acad Sci USA*. 2015. Vol. 112, No. 33. P. 4512–4521.
8. Bernhardt D., Krasa S., Polborn M. Political polarization and the electoral effects of media bias // *Journal of Public Economics*. 2008. Vol. 92, No. 5. P. 1092–1104.
9. Gerber A. S., Karlan D., Bergan D. Does the Media Matter? A Field Experiment Measuring the Effect of Newspapers on Voting Behavior and Political Opinions // *American Economic Journal: Applied Economics*. 2009. Vol. 1. № 2. P. 35–52.
10. Bakshy E. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook // *Science*. 2015. Vol. 348, No. 6239. P. 1130–1132.
11. Visualizing Media Bias through Twitter/ J. An, M. Cha, K. P. Gummadi, J. Crowcroft // *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2021. Vol. 6, No. 2. P. 2–5.
12. Sunstein C. R. *The Law of Group Polarization* // John M. Olin Program in Law and Economics Working Paper. 1999. Vol. 91, No. 2. P. 1–29.
13. Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? / P. Barberá, J. T. Jost, J. Nagler, J. Tucker, R. Bonneau // *Psychological Science*. 2015. Vol. 26, No. 10. P. 1531–1542.
14. Sunstein C. R. *Echo Chambers: Bush V. Gore, Impeachment, and Beyond*. NJ: Princeton University Press, 2001. 34 p.

15. D'Alessio D., Allen M. Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis // *Journal of Communication*. 2000. Vol. 50, No. 4. P. 133–156.
16. Denzin N. K., Keller C. M. Frame Analysis Reconsidered [Review of Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience, by E. Goffman] // *Contemporary Sociology*. 1981. Vol. 10, No. 1. P. 52–60.
17. Neuendorf K. *The content analysis guidebook*. CA: SAGE Publications, 2017. 456 p.
18. Milyo J., Groseclose T. A Measure of Media Bias // *The Quarterly Journal of Economics*. 2005. Vol. 120, No. 4. P. 1191–1237.
19. Vaismoradi M., Turunen H., Bondas T. Content analysis and thematic analysis: Implications for conducting a qualitative descriptive study // *Nurs Health Sci*. 2013. Vol. 15, No. 3. P. 398–405.
20. Schreier M. *Qualitative content analysis in practice*. CA: SAGE Publications, 2012. 280 p.
21. Papacharissi Z., Oliveira M. News Frames Terrorism: A Comparative Analysis of Frames Employed in Terrorism Coverage in U.S. and U.K. Newspapers // *International Journal of Press-politics*. 2008. Vol. 13, No. 1. P. 52–74.
22. Niven D. *Tilt?: The Search for Media Bias*. London: Bloomsbury Academic, 2002. 176 p.
23. LCF: A Local Context Focus Mechanism for Aspect-Based Sentiment Classification / B. Zeng, H. Yang, R. Xu, W. Zhou, X. Han // *Applied Sciences*. 2019. Vol 9, No. 16. P. 3389–3390.
24. YouGov Methodology // YouGov. 2024. URL: <https://yougov.co.uk/about/panel-methodology> (дата обращения: 17.05.2024).
25. The most famous politicians (Q2 2024) // YouGov. 2024. URL: <https://today.yougov.com/ratings/politics/fame/politicians/all> (дата обращения: 17.05.2024).
26. How America Changed During Donald Trump's Presidency // PewResearch. 29.01.2021. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2021/01/29/how-america-changed-during-donald-trumps-presidency/> (дата обращения: 17.05.2024).
27. SPJ Code of Ethics. // SPJ. 06.09.2014. URL: <https://www.spj.org/ethicscode.asp> (дата обращения: 17.05.2024).
28. Avoid stereotyping. Journalists should examine the ways their values and experiences may shape their reporting. SPJ Code of Ethics. // SPJ. 06.09.2014. URL: <https://blogs.spjnetwork.org/ethicscode/?p=32> (дата обращения: 17.05.2024).
29. YouGov Ratings FAQ. // YouGov. 2024. URL: <https://today.yougov.com/about/ratings-faq> (дата обращения: 17.05.2024).
30. About AllSides. // AllSides. 2024. URL: <https://www.allsides.com/about> (дата обращения: 17.05.2024).
31. Top 50 news websites in the world: Readers flock to top US newsbrands in July // *PressGazette UK*. 21.08.2024. URL: <https://pressgazette.co.uk/media-audience-and-business-data/media-metrics/most-popular-websites-news-world-monthly-2/> (дата обращения: 06.09.2024).
32. Top Websites Ranking // SimilarWeb. 01.09.2024. URL: <https://www.similarweb.com/top-websites/united-states/news-and-media/> (дата обращения: 06.09.2024).
33. The Most Popular News Websites (Q2 2024) // YouGov. 2024. URL: <https://today.yougov.com/ratings/entertainment/popularity/news-websites/all> (дата обращения: 06.09.2024).
34. NYT opinion editor resigns after outrage over Tom Cotton op-ed // *Politico*. 07.06.2020. URL: <https://www.politico.com/news/2020/06/07/nyt-opinion-bennet-resigns-cotton-op-ed-306317> (дата обращения: 17.05.2024).

35. New York Post (News and Opinion) bias ratings // AllSides. 2024. URL: [https://www.allsides.com/media-bias/ratings?field\\_featured\\_bias\\_rating\\_value=All&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[1\]=1&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[2\]=2&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[3\]=3&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[4\]=4&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[5\]=5&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[1\]=1&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[2\]=2&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[3\]=3&title=New%20York%20Post](https://www.allsides.com/media-bias/ratings?field_featured_bias_rating_value=All&field_news_source_type_tid[1]=1&field_news_source_type_tid[2]=2&field_news_source_type_tid[3]=3&field_news_source_type_tid[4]=4&field_news_source_type_tid[5]=5&field_news_bias_nid_1[1]=1&field_news_bias_nid_1[2]=2&field_news_bias_nid_1[3]=3&title=New%20York%20Post) (дата обращения: 17.05.2024).
36. Wall Street Journal (News and Opinion) bias ratings // AllSides. 2024. URL: [https://www.allsides.com/media-bias/ratings?field\\_featured\\_bias\\_rating\\_value=All&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[1\]=1&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[2\]=2&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[3\]=3&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[4\]=4&field\\_news\\_source\\_type\\_tid\[5\]=5&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[1\]=1&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[2\]=2&field\\_news\\_bias\\_nid\\_1\[3\]=3&title=Wall%20street%20journal](https://www.allsides.com/media-bias/ratings?field_featured_bias_rating_value=All&field_news_source_type_tid[1]=1&field_news_source_type_tid[2]=2&field_news_source_type_tid[3]=3&field_news_source_type_tid[4]=4&field_news_source_type_tid[5]=5&field_news_bias_nid_1[1]=1&field_news_bias_nid_1[2]=2&field_news_bias_nid_1[3]=3&title=Wall%20street%20journal) (дата обращения: 17.05.2024).
37. The Washington Times media portfolio // Front Gate Media. 2024. URL: <https://www.frontgatemediacom/portfolio/the-washington-times/> (дата обращения: 17.05.2024).
38. Washington Examiner 2021 Media Kit // Washington Examiner. 2021. URL: <https://mdcwp.s3.amazonaws.com/docs/2021-mediadc-media-kit.pdf> (дата обращения: 17.05.2024).
39. Daily Caller Ratings and Traffic. 2024 // Similar Web. 2024. URL: <https://www.similarweb.com/website/dailycaller.com/#overview> (дата обращения: 17.05.2024).
40. About WordStat. 2018 // Provalis Research. 2018. URL: <https://provalisresearch.com/products/content-analysis-software/wordstat-dictionary/sentiment-dictionaries/> (дата обращения: 17.05.2024).
41. Kaiser J., Rauchfleisch A., Bourassa N. Connecting the (Far-)Right Dots: A Topic Modeling and Hyperlink Analysis of (Far-)Right Media Coverage during the US Elections 2016 // Digital Journalism. 2016. Vol. 8. No. 3. P. 422–441.
42. How Breitbart Is Crushing Mainstream Media on Facebook // VICE. 23.12.2019. URL: <https://www.vice.com/en/article/how-breitbart-is-crushing-mainstream-media-on-facebook/> (дата обращения: 17.05.2024).
43. Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda // Columbia Journalism Review. 03.03.2017. URL: <https://www.cjr.org/analysis/breitbart-media-trump-harvard-study.php> (дата обращения: 17.05.2024).
44. NY Democrat Omeed Malik joins Daily Caller as minority investor, contributing editor // The Hill. 17.08.2020. URL: <https://thehill.com/homenews/media/512421-ny-democrat-omeed-malik-joins-daily-caller-as-minority-investor-contributing/> (дата обращения: 17.05.2024).
45. The Daily Caller: the conservative answer to the Huffington Post // The Guardian. 11.01.2010. URL: <https://www.theguardian.com/media/pda/2010/jan/11/daily-caller-tucker-carlson> (дата обращения: 17.05.2024).
46. Tucker Carlson says he's backing Trump in 2024 // The Hill. 01.12.2023. URL: <https://thehill.com/homenews/campaign/4337154-tucker-carlson-trump-2024/> (дата обращения: 17.05.2024).
47. Five reasons why Trump's Republican opponents were never going to beat him // The Conversation. 19.02.2024. URL: <https://theconversation.com/five-reasons-why-trumps-republican-opponents-were-never-going-to-beat-him-223288> (дата обращения: 17.05.2024).
48. The Chaos Inside Donald Trump's Mind // The New York Times. 15.11.2022. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/15/opinion/donald-trump-campaign-chaos.html> (дата обращения: 17.05.2024).
49. Loser list: Trump's five biggest endorsement defeats // Washington Examiner. 07.12.2022. URL: <https://www.washingtonexaminer.com/news/1181562/loser-list-trumps-five-biggest-endorsement-defeats/> (дата обращения: 17.05.2024).

50. Sorry, New York Post. You Can't Memory Hole Your Own Trump Propaganda // Daily Beast. 17.11.2022. URL: <https://www.thedailybeast.com/sorry-new-york-post-you-cant-memory-hole-your-own-trump-propaganda> (дата обращения: 17.05.2024).
51. Biden Celebrates Transgender Day Of Visibility, Calls Out Hateful 'MAGA Extremists' // BuzzFeed. 31.03.2023. URL: <https://www.buzzfeednews.com/article/ryangrenoble/biden-transgender-day-visibility-statement-7378456> (дата обращения: 17.05.2024).
52. Why The Daily Beast doesn't publish Trump stories on Sunday mornings // Poynter. 24.04.2017. URL: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2017/why-the-daily-beast-doesnt-publish-trump-stories-on-sunday-mornings/> (дата обращения: 17.05.2024).
53. Daily Beast Bias Ratings by AllSides // AllSides. 01.11.2024. URL: <https://www.allsides.com/news-source/daily-beast-media-bias> (дата обращения: 17.05.2024).
54. Media Bias: It's Real, But Surprising // UCLA. 2006. URL: [https://www.college.ucla.edu/report/vol6\\_media-bias.pdf](https://www.college.ucla.edu/report/vol6_media-bias.pdf) (дата обращения: 17.05.2024).
55. The New York Times is facing backlash over its coverage of Donald Trump and the 2024 election // CNN Business. 05.03.2024. URL: <https://edition.cnn.com/2024/03/05/media/new-york-times-trump-coverage-backlash/index.html> (дата обращения: 17.05.2024).
56. The Liberal Media: It's No Myth // BusinessWeekOnline. 14.07.2004. URL: [https://scholar.harvard.edu/files/barro/files/bw04\\_0614.pdf](https://scholar.harvard.edu/files/barro/files/bw04_0614.pdf) (дата обращения: 17.05.2024).
57. Kubin E., von Sikorski C. The role of (social) media in political polarization: a systematic review // Annals of the International Communication Association. 2021. Vol. 45, No. 45. P. 188–206.
58. NPR ignoring stories because of Left-wing diversity push, editor claims // The Telegraph. 10.04.2024. URL: <https://www.telegraph.co.uk/us/news/2024/04/10/npr-us-radio-ignoring-stories-left-wing-diversity-push/> (дата обращения: 17.05.2024).
59. A Biased Reuters Makes It Personal—and Gets Election Fraud Completely Wrong // The Heritage Foundation. 24.09.2020. URL: <https://www.heritage.org/election-integrity/commentary/biased-reuters-makes-it-personal-and-gets-election-fraud-completely> (дата обращения: 17.05.2024).
60. Reuters features in Economist study on accuracy and bias // Reuters. 01.07.2019. URL: <https://www.reuters.com/article/technology/reuters-features-in-economist-study-on-accuracy-and-bias-idUSKCN1TW35P/> (дата обращения: 17.05.2024).
61. Politico Bias Rating by AllSides // AllSides. 01.06.2022. URL: <https://www.allsides.com/news-source/politico-media-bias> (дата обращения: 17.05.2024).
62. New York Times (News) Bias Rating by AllSides // AllSides. 01.10.2022. URL: <https://www.allsides.com/news-source/new-york-times> (дата обращения: 17.05.2024).
63. Bloomberg Bias Rating by AllSides // AllSides. 2022. URL: <https://www.allsides.com/news-source/bloomberg-media-bias> (дата обращения: 17.05.2024).
64. CNN Digital Bias Rating by AllSides // AllSides. 01.04.2024. URL: <https://www.allsides.com/news-source/cnn-media-bias> (дата обращения: 17.05.2024).
65. Trust in Media 2023: What news outlets do Americans trust most for information? // YouGov. 08.05.2023. URL: <https://today.yougov.com/politics/articles/45671-trust-in-media-2023-what-news-outlets-trust-poll> (дата обращения: 17.05.2024).



# Russian Official Discourse on the Georgian-Abkhaz Conflict in Online Media Coverage

N. A. Sukhonina<sup>1</sup>, Y. A. Golovin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-442-451

Research article  
Full text in Russian

The article analyzes the role of Russian online media in shaping public opinion regarding the Georgian-Abkhazian conflict. It highlights how media influence society's perception and reaction to this conflict. The study covers the period from 2014 to 2023. The article identifies key focal points in media content: military cooperation, cultural and diplomatic integration, international recognition, and sanction pressure. Special attention is given to how media use narratives to strengthen patriotism and national identity. Abkhazia is portrayed not only as a key element of Russia's defense strategy but also as an important cultural link. The analysis also shows how media adapt content in response to the deterioration of relations with the West, enhancing perceptions of international injustice by focusing on sanctions and diplomatic challenges. The influence on the audience through social media is considered. Media are implementing new digital formats for more effective dissemination of key narratives. In conclusion, the study emphasizes the significance of media campaigns for state interests, their ability to mobilize public sentiment in support of Russia's strategic goals, and to maintain a balance between hard power and soft power in international relations.

**Keywords:** Abkhazia; Georgia; Georgian-Abkhaz conflict; content analysis; Russian media; Russia

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Sukhonina, Nina A., | E-mail: [evametal@mail.ru](mailto:evametal@mail.ru)

Golovin, Yury A. | E-mail: [yagolovin@rambler.ru](mailto:yagolovin@rambler.ru)  
D. Sc. (Politics), Professor

**For citation:** Sukhonina N. A., Golovin Y. A. Russian Official Discourse on the Georgian-Abkhaz Conflict in Online Media Coverage // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 442-451. (in Russ.)



# Грузино-абхазский конфликт в освещении российских онлайн-СМИ: анализ дискурса

Н. А. Сухонина<sup>1</sup>, Ю. А. Головин<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-442-451  
УДК 327

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье анализируется роль российских онлайн-СМИ в формировании общественного мнения относительно грузино-абхазского конфликта. Показано, как медиа формируют восприятие и реакцию общества на этот конфликт. Исследование охватывает периоды с 2014 по 2023 гг. В статье выделяются ключевые акценты в медиаконтенте: военное сотрудничество, культурная и дипломатическая интеграция, международное признание и санкционное давление. Особое внимание уделяется тому, как СМИ используют нарративы для укрепления патриотизма и национального самосознания. Абхазия изображается не только как ключевой элемент оборонной стратегии России, но и как важное культурное звено. Анализ также показывает, как СМИ адаптируют медиаконтент в ответ на ухудшение отношений с Западом и усиливают восприятие международной несправедливости, используя тематику санкций и дипломатических вызовов. Рассматривается влияние на аудиторию через социальные сети. СМИ внедряют новые цифровые форматы для более эффективного распространения ключевых нарративов. В заключение исследование подчеркивает значимость медийных кампаний для государственных интересов, их способность мобилизовать общественные настроения в поддержку стратегических целей России и поддерживать баланс между силовой политикой и мягкой силой в международных отношениях.

**Ключевые слова:** Абхазия; Грузия; грузинско-абхазский конфликт; контент-анализ; российские СМИ; Россия

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Сухонина, Нина Анатольевна | E-mail: [evametal@mail.ru](mailto:evametal@mail.ru)  
Ассистент кафедры социально-политических теорий

Головин, Юрий Алексеевич | E-mail: [yagolovin@rambler.ru](mailto:yagolovin@rambler.ru)  
Доктор политических наук, профессор, профессор кафедры  
социально-политических теорий

**Для цитирования:** Сухонина Н. А., Головин Ю. А. Грузино-абхазский конфликт в освещении российских онлайн-СМИ: анализ дискурса // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 442-451.

## Введение

Кавказский регион всегда был местом столкновения интересов множества стран и народов. После распада Советского Союза связанный единой многовековой историей Кавказ оказался разделен между несколькими государствами. Большая часть региона – Северный Кавказ – осталась на территории России. Но обеспечение безопасности этой территории в целом было бы непоследовательным без мониторинга конфликтности Южного Кавказа. Исторический фактор и необходимость поддержания порядка в северокавказских республиках определили непосредственный интерес России к событиям, происходящим на территории Закавказья. Особенно заметными примерами являются ввод войск в Грузию в 2008 году и признание независимости Южной Осетии и Абхазии. Эти события ясно продемонстрировали, что Россия продолжает играть активную роль в регионе, защищая свои национальные интересы и безопасность. Кроме того, Россия рассматривает расширение НАТО как потенциальную угрозу своей безопасности и в ответ на это пытается уравновесить ситуацию своими стратегиями [1].

Грузино-абхазский конфликт, начавшийся в начале 1990-х годов и обострившийся в 2008 году, продолжает оставаться одной из ключевых тем международной политики и безопасности в Закавказье [2].

Военный конфликт 2008 года между Грузией и Россией в Южной Осетии оказал глубокое влияние на неурегулированный грузино-абхазский конфликт. После этих событий Россия и небольшое количество других государств официально признали Абхазию и Южную Осетию независимыми странами. Коллективные миротворческие силы СНГ были расформированы в октябре 2008 года, и их место заняли российские войска.

9 июля 2012 года Парламентская ассамблея ОБСЕ приняла резолюцию, в которой подчеркивается территориальная целостность Грузии, а Абхазия и Южная Осетия упоминаются как «оккупированные территории» [3].

В то время как многие в Грузии стали рассматривать конфликт как проявление российской военной оккупации грузинской территории, абхазы считают военную, экономическую и инфраструктурную поддержку со стороны России необходимым компонентом своей безопасности. Связи между Абхазией и Россией были укреплены благодаря договору о стратегическом партнерстве, подписанному в ноябре 2014 года после политического кризиса в республике. Большинство тех, кто проживает сегодня в Абхазии, за исключением грузинских репатриантов в Гали, одновременно являются гражданами Российской Федерации. Отношение России к грузинско-абхазскому конфликту явно прослеживается в поздравлении Президента РФ В. В. Путина, адресованном руководителю Абхазии А. Г. Бжанини в честь 30-летия победы абхазов, произнесенном 30 сентября 2023 года: «Уважаемый Аслан Георгиевич, примите сердечные поздравления по случаю национального праздника Республики Абхазия – Дня победы и независимости. Тридцать лет назад абхазский народ в упорной борьбе отстаивал своё законное право на свободную, мирную жизнь» [4].

Отношения между Грузией и Абхазией остаются напряженными до сих пор.



Независимость республик Абхазии и Южной Осетии, признанная Россией, но оспариваемая Грузией и большинством мирового сообщества, создает сложные условия для региональной стабильности и дипломатических отношений.

Актуальность изучения темы обусловлена постоянно изменяющимся геополитическим ландшафтом, где интересы крупных держав, таких как Россия и страны Запада, пересекаются с интересами небольших государств региона. Международные организации, включая Европейский Союз и НАТО, также играют значительную роль в формировании политической обстановки.

Исследование освещения этой темы в российских СМИ позволяет получить представление о динамике межгосударственных отношений, политических и экономических вызовах, а также взглядах на возможные пути решения конфликта. Контент-анализ новостей за период 2014–2023 гг. помогает выявить ключевые тенденции и изменения в риторике и политических акцентах, что особенно важно в условиях современного международного кризиса и усиления информационного влияния.

### **Методы**

Для проведения комплексного анализа освещения темы грузино-абхазского конфликта в российских СМИ использованы как количественные, так и качественные методы исследования, в частности смешанный контент-анализ. Эмпирической базой исследования выступили данные, собранные из таких новостных пабликов социальной сети «ВКонтакте», как «РИА Новости», «РБК», «Комсомольская правда», «RT Новости на русском». Эти новостные паблики являются одними из самых популярных на платформе «ВКонтакте». Они имеют большую аудиторию, что подтверждается количеством подписчиков (3 217 261 подписчик, 946 902 подписчика, 1 200 052 подписчика и 1 491 118 подписчиков соответственно на 28.09.2024) и уровнем их активности в комментариях и лайках. Это указывает на значительное влияние этих источников на общественное мнение. В отличие от официальных сайтов социальные сети позволяют пользователям взаимодействовать с контентом, оставлять комментарии, участвовать в опросах и обсуждать новости с другими пользователями, что делает платформу более интерактивной и динамичной.

В этих новостных сообществах нами было отобрано 102 публикации, косвенно или непосредственно посвященные конфликту Абхазии и Грузии, что обеспечивало достаточную базу для анализа. В выборку не были включены посты, содержащие информацию о конфликте России с Грузией, – только то, что касалось вышеозначенной темы.

В итоге количество постов, посвященных грузинско-абхазскому конфликту, получилось следующее:

- РИА Новости – 45 постов,
  - РБК – 34 поста,
  - Комсомольская Правда – 12 постов,
  - Новости RT на русском – 11 постов.
- Всего – 102 поста.

Все собранные статьи были классифицированы по ключевым темам: военное сотрудничество, дипломатические инициативы, международная реакция, независимость региона и прочие. Это позволило понять основные направления, на которых сосредоточены российские СМИ. Кроме того, проводился подсчет частотности упоминания каждой темы по годам, что позволило выявить изменения в акцентах и лучше понять динамику развития медиадискурса.

Качественный анализ был сосредоточен на более глубоком понимании содержания и риторики новостей. Каждая статья оценивалась по тональности – позитивной, негативной или нейтральной. Это позволило определить общий эмоциональный фон и выявить любые предвзятые акценты. Проводилось детальное изучение использования конкретных аргументов и позиций, выраженных в статьях, включая анализа заявлений ключевых акторов – политических лидеров, представителей международных организаций и экспертов. Кроме того, использовались методы текстового анализа для выявления повторяющихся слов, что помогло определять доминирующие темы, и изучалось, как разные источники освещают одни и те же события для выявления различия в подаче информации.

Стоит отметить, что анализ тональности текстов проводился с помощью различных лингвистических и семантических методов. Определение тональности текста основывается на содержании, контексте и использовании определённых языковых конструкций. Позитивность определяется, когда текст включает слова и выражения, вызывающие положительные эмоции, описывающие успехи, достижения и улучшения. Это может выражаться через одобрительные прилагательные и наречия, упоминание об успехах, улучшениях или прогрессе, позитивные метафоры, эмоциональные маркеры, а также с помощью контекста. Тексты негативной тональности обычно включают слова с отрицательной семантикой, акценты на проблемах, угрозах, критике или конфликте. Часто используются конструкции, вызывающие чувство угрозы, тревоги или недовольства. Нейтральные тексты избегают эмоционально окрашенной лексики и фокусируются на объективном описании фактов и анализе. Такие материалы обычно сосредоточены на предоставлении сбалансированной информации без оценок и выражения субъективных мнений. Они используют стандартную лексику и объективные фразы (например, «согласно анализу», «как было описано в отчете»).

## **Результаты**

Исследование материалов российских СМИ с 2014 по 2023 годы по вопросам грузино-абхазского конфликта демонстрирует, как многослойная и сложная медийная деятельность отражает и формирует восприятие конфликта.

В начале рассматриваемого периода – с 2014 по 2016 годы – российские СМИ уделяли особое внимание вопросам военного сотрудничества между Россией и Абхазией. Тема военного сотрудничества и безопасности упоминалась в 45 % всех публикаций. Это был период, когда международное напряжение достигло пика вследствие крымского кризиса и ухудшения отношений между Россией и западными странами, что усилило необходимость демонстрации военной мощи и единства с союзниками. Например, в отчетах СМИ часто подчёркивалась значимость со-

вместных военных учений как символа крепкой защиты от потенциальных угроз со стороны НАТО. Материалы подчеркивали готовность республик к сопротивлению и их способность обеспечить собственную безопасность в участии со стратегическим партнером – Россией. В статьях поднималась тема модернизации военной инфраструктуры, создания новых баз и укрепления сухопутных границ, что служило подтверждением стратегической важности региона.

С течением времени, особенно в период с 2017 по 2019 годы, произошли некоторые изменения, при которых акцент стал смещаться в сторону дипломатического и культурного взаимодействия. Количество публикаций, содержащих информацию о дипломатических отношениях и культурной интеграции, увеличилось на 30 %, составляя 40 % всех тем в это время. В этот период международная политическая обстановка немного стабилизировалась. Российская пресса всё чаще воспринимала сотрудничество не только через призму безопасности, но и как стратегическую культурную интеграцию. Например, начались публикации о культурных обменах, поддержке образовательных программ, таких как открытие филиалов ведущих российских вузов в Абхазии. В частности, журналисты освещали визиты российских делегаций, которые открывали новые возможности для молодёжного обмена и университетского сотрудничества. Всё это обрамлялось как формирование общего культурного пространства, что открывало новые перспективы для молодежи региона и служило укреплением дружеских отношений.

С 2020 года российские СМИ стали возвращаться к вопросу международного признания, особенно усилив на этом внимание в контексте ужесточения международных санкций и политических вызовов. Частота упоминаний этих тем выросла на 25 %, достигнув 35 % от всех публикаций. Обсуждение блокады и экономической изоляции, санкционного давления и реакции на независимость самопровозглашенных регионов России несло с собой усилившуюся оценочную компоненту. Например, российские журналисты часто приводили заявления западных политиков и официальных лиц как примеры несправедливого подхода к молодым республикам (Абхазии и Южной Осетии), позиционируя эти регионы как жертвы геополитических игр. Освещение подчеркивало необходимость отстаивать свои интересы на международной арене вопреки международной изоляции. В статьях акцентировалось внимание на стойкости республик в их стремлении к международному признанию и самостоятельности, что служило примером их решимости и патриотизма.

Эти количественные данные подчеркивают, как российские СМИ адаптируют свою повестку в зависимости от изменяющегося международного контекста и внутренней политики, что способствует формированию общественного восприятия и понимания условий в регионе.

Качественный анализ освещения тем, связанных с Абхазией и Южной Осетией в российских СМИ, дал более глубокое понимание информации, представляемой общественности, и выявил ключевые тональности, аргументы и фигуры, формирующие медиадискурс.

При этом *тональность статей* была разнообразной, что зависело от рассматриваемых аспектов. Позитивная интерпретация, как правило, присутствовала в материалах, освещающих достижения в культурной интеграции и дипломатиче-

ских успехах. Средства массовой информации охотно рассказывали о подписании новых соглашений, которые открывали возможности для экономического сотрудничества и культурного обмена.

Негативный тон преобладал в материалах о международной критике и санкциях, которые преподносились как несправедливое давление. Общественное мнение мобилизовалось на поддержку политики посредством демонстрации угроз и вызовов. Упоминание «конфликтных ситуаций на границе» и «инцидентов с привлечением военных сил» передаёт ощущение напряжённости и угрозы.

Нейтральная позиция наблюдалась в аналитических статьях, глубоких обзорах, которые касались политической и экономической динамики без явных оценочных элементов, например, при обсуждении экономического роста региона или анализе дипломатических усилий.

В освещении российскими СМИ грузино-абхазского конфликта часто используется *аргумент легитимности*, который опирается на длительные исторические связи между Россией и регионом. В статьях, посвящённых дипломатическим успехам и культурному сотрудничеству, акцент делается на то, что независимость Абхазии имеет глубокие корни в общих культурных и политических традициях. Приводятся примеры из истории, подтверждающие существование тесных отношений: такие упоминания служат дополнительным аргументом в пользу их международного признания. Они опираются на исторические факты и документы, которые иллюстрируют уникальность и самобытность этих связей, укрепляя нарративы о правомерности независимости республики.

СМИ также подчеркивают *аспект безопасности* как ключевой аргумент в поддержку региона. В новостных сообщениях делается упор на необходимости присутствия российских вооружённых сил – это изображается как средство защиты от потенциального расширения влияния НАТО и предотвращения возможных агрессивных действий. Часто упоминаются инциденты на границе, которые преподносятся как свидетельства угрозы. Такие случаи обосновывают усиленные меры безопасности и периодическую военную активность, которую Россия считает необходимой для защиты союзников в Абхазии. Эти шаги преподносятся как средства предотвращения внешней агрессии и продвижения идеи мирного существования на территории бывшего Советского Союза.

Рассмотрим *ключевых акторов* в вышеназванных онлайн-СМИ. Одним из основных компонентов медийного освещения грузино-абхазского конфликта являются заявления политических лидеров, которые часто выступают инициаторами формирования новостной повестки. Эти лидеры, как правило, акцентируют внимание на позитивных аспектах сотрудничества и интеграции, подчеркивая важность союзничества и поддержки для обеспечения стабильности в регионе. Их слова и действия становятся ключевыми информационными поводами, формируют и направляют общественное мнение, а также служат основой для медийных нарративов, подчеркивающих важность российского присутствия. Чаще всего приводятся заявления В. В. Путина (34,3 % от всех заявлений) и Д. А. Медведева (25,7 % заявлений от общего числа). Руководители самопровозглашённых республик регулярно делали акцент на самостоятельности и усилении связей с Москвой, что использовалось

ими для демонстрации успехов в области улучшения экономического положения и социальной политики. Например, в одном из своих заявлений руководитель Абхазии отметил заключение новых соглашений с Россией, касающихся инвестиций в транспортную инфраструктуру и развитие туризма. Это представлялось как проявление укрепления связей с Москвой, что, в свою очередь, способствовало экономическому развитию региона. Благодаря этим соглашениям обновлялись дороги и создавались новые рабочие места, что свидетельствовало о позитивных изменениях в социальной политике и повышении уровня жизни населения.

Международные организации в российских медиа часто изображаются в роли модераторов конфликтов, их действия нередко освещаются в негативном ключе. Это связано с критикой, которую они высказывают в адрес России, и поддержкой позиций Грузии. В таких репортажах внимание уделяется двойным стандартам и необъективности («НАТО призвали Россию «отозвать признание» Абхазии и Южной Осетии», «Европарламент проголосовал за непризнание российских загранпаспортов, выданных на присоединенных к России украинских территориях, а также в Абхазии и Южной Осетии»).

Российские СМИ привлекают экспертов и аналитиков, которые способствуют глубокому пониманию ситуации. Они анализируют сложные аспекты конфликта. Их мнения поддерживают утверждения о правомерности российской позиции, а также предоставляют аудитории возможность взглянуть на ситуацию с разных сторон. Благодаря этим экспертным комментариям, медиаплатформы способны предлагать более сбалансированные и обоснованные взгляды на развитие событий.

### **Обсуждение**

Исследование показывает, что российские СМИ играют важную роль в формировании общественного мнения относительно грузино-абхазского конфликта, оказывая влияние на восприятие событий как внутри страны, так и на международной арене. Это влияние проявляется в нескольких ключевых аспектах.

Прежде всего акцент на военное сотрудничество и безопасность, особенно заметный в 2014–2016 гг., можно истолковать как ответ на ухудшившиеся отношения с Западом. В условиях международного давления российские СМИ начали активно изображать Абхазию и Южную Осетию как неотъемлемую часть оборонного щита России. Например, сообщения о военных учениях и модернизации инфраструктуры создавали у общественности впечатление о готовности противостоять любым внешним угрозам. Этот аспект обсуждения служил для укрепления патриотических чувств, подчеркивая, что только крепкое союзничество позволяет республикам сохранять суверенитет.

Сдвиг в акцентах в 2017–2019 гг. на культурную и дипломатическую интеграцию отражает попытку российской медиаполитики смягчить образы конфликта, переключив внимание на позитивное сотрудничество. Такой подход позволяет продемонстрировать, как мягкая сила может быть эффективной стратегией в укреплении связей с регионами, поддерживая тем самым позитивную роль России как культурного моста между регионами. Например, сообщения о студенческих об-

менах и открытиях новых учебных заведений представлялись как доказательства прагматичной мирной политики России, способствующей культурному обогащению и социальной интеграции.

Период с 2020 года отмечается увеличением освещения вопросов международного признания и санкционного давления. Заметно, как российские СМИ стали использовать эти темы, чтобы консолидировать общественное мнение вокруг представления о несправедливости международного порядка. Например, статьи о санкциях преподносились как проявление двойных стандартов и враждебной политики Запада, что усиливало метафору осажденной крепости среди россиян, подчеркивая необходимость внутреннего сплочения. Это восприятие используется не только для обоснования внутренней и внешней политики, но и для перенаправления общественных обсуждений на вопросы о легитимности международной системы.

Общее обсуждение стратегии российских СМИ касательно темы грузино-абхазского конфликта демонстрирует их способность тонко адаптировать медиаконтент в зависимости от текущих политических и экономических потребностей государства. Они успешно создают нарративы, способствующие укреплению национального самосознания и международной позиции России. Это подчеркивает значимость таких медиакампаний для государственных интересов.

Стоит отметить, что результаты исследования имеют и практические результаты. Важно включать исторические нарративы о сотрудничестве и совместных достижениях в материалы, затрагивающие тему этнополитических конфликтов, чтобы подтвердить легитимность стремлений к миру и сотрудничеству. Полезными будут организации круглых столов с представителями СМИ и экспертами, где они смогут обсуждать роль медиа в конфликте, выявлять стереотипы и разрабатывать общие решения для создания более сбалансированного контента. В контексте российского участия в этнополитических конфликтах на постсоветском пространстве следует разработать стратегии контрпропаганды для работы с негативным освещением в международных СМИ, чтобы переосмыслить контекст и представить российскую позицию в более позитивном свете.

Таким образом, российские СМИ не только отражают, но и влияют на развитие политического ландшафта, используя медийные инструменты для вовлечения и мобилизации общественности. Это также показывает, насколько серьезное значение придается в России поиску баланса между силой и мягкой силой в области международных отношений.

## Ссылки

1. Путин назвал расширение НАТО потенциальной угрозой для России // Russia Today. 03.12.2020. URL: <https://russian.rt.com/world/news/693492-putin-nato-priblizhenie> (дата обращения: 22.09.2024).

2. Феофанов К. А., Папба Н. Т. Исторические детерминанты и современные проблемы грузино-абхазского конфликта // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2018. № 2. С. 182–194. EDN YLJCPJ.

3. Фененко А. В. Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе: история и перспективы // Вестник Московского университета. Серия 25. Международные отношения и мировая политика. 2015. Т. 7, № 2. С. 22-50. EDN UQFKNF.
4. Президенту Республики Абхазия А. Г. Бжании // Kremlin.ru. 30.09.2023. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/letters/72400> (дата обращения: 22.09.2024).
5. Власти Грузии раскритиковали визит Лаврова в Абхазию, назвав его нарушением принципа территориальной целостности страны // РИА Новости. 18.04.2017. URL: <https://ria.ru/20170418/1492469619.html> (дата обращения: 22.09.2024).
6. Европарламент проголосовал за непризнание российских загранпаспортов, выданных на присоединенных к России украинских территориях, а также в Абхазии и Южной Осетии // РБК. 24.11.2022. URL: <https://www.rbc.ru/politics/24/11/2022/637f70b79a7947687dd65535> (дата обращения: 22.09.2024).
7. Сухонина Н. А., Георгиев Я. Д. Дискурсивные приемы отражения этнополитического конфликта в интернет-СМИ (на примере грузинских и абхазских СМИ) // Возможности и угрозы цифрового общества : Материалы конференции, Ярославль, 18–19 апреля 2024 года. Ярославль: ЯрГУ, 2024. С. 344-351. EDN LHLFQE.
8. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2013. 344 с.
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 176 с.



# The problem of cohabitation: motives, perception, dynamics

E. V. Bushkova-Shiklina<sup>1</sup>, A. S. Ryabova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Vyatka State University, Kirov, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-452-467

Research article  
Full text in Russian

In the conditions of modern society, there is a transformation of the patterns and composition of marriage. A significant part of family and marital functions is realized in cohabitation relationships. A decrease in the demographic indicators of marriage, an increase in the illegitimate birth rate, as well as a change in the socio-cultural status of unregistered marriages actualize the study of cohabitation. The study of the motivation of cohabitation is becoming important in the context of Russia's policy to preserve traditional family values. Official statistics on the proportion and dynamics of cohabiting couples vary depending on the research methodology. According to the results of the author's survey of 400 people aged 18-55 years, as well as 14 in-depth interviews in cohabiting couples, it is shown that the attitude of the population towards cohabitation is quite loyal – 38 % of respondents support cohabitation, 63 % do not consider the current situation a crisis of the traditional family and the disintegration of family values. Cohabiting couples are poorly aware of the essence of civil marriage, confusing it with unregistered relationships, while clearly defining their advantages and limitations. There are differences in attitudes towards cohabitation in terms of age and gender.

The authors conclude that cohabitation is considered as a transitional to marriage, as well as an alternative «legally facilitated» version of marital and family relations. Despite all the advantages, cohabitation is not considered as a full-fledged replacement for marriage and family, the need for cohabiting people to legitimize the relationship is quite pronounced, pregnancy and / or the birth of children becomes a good reason for this.

**Keywords:** family; marital relations; cohabitation; unregistered marriage; civil marriage; motivation for cohabitation; dynamics of cohabitation

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Bushkova-Shiklina, Elvira V., | E-mail: [elvira\\_bsh@mail.ru](mailto:elvira_bsh@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-3929-5240  
Cand. Sc. (Sociology)

Ryabova, Alisa S. | E-mail: [alisaryabova6924@gmail.com](mailto:alisaryabova6924@gmail.com)

**For citation:** Bushkova-Shiklina E. V., Ryabova A. S. The problem of cohabitation: motives, perception, dynamics // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 452-467. (in Russ.)





## Проблема сожительства: мотивы, восприятие, динамика

Э. В. Бушкова-Шиклина<sup>1</sup>, А. С. Рябова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Вятский государственный университет, Киров, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-452-467  
УДК 314.5

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В условиях современного общества наблюдается трансформация моделей и состава брачности. Значительная часть семейно-брачных функций реализуется в отношениях сожительства. Снижение демографических показателей брачности, увеличение внебрачной рождаемости, а также изменение социокультурного статуса незарегистрированных браков актуализируют исследование сожительства. Изучение мотивации сожительства становится важным в условиях политики России по сохранению традиционных семейных ценностей.

Данные официальной статистики в отношении доли и динамики сожительствующих пар разнятся в зависимости от методики исследования. По результатам авторского опроса 400 человек в возрасте 18–55 лет, а также 14 глубинных интервью в сожительствующих парах показано, что отношение населения к сожительству достаточно лояльное: 38 % опрошенных поддерживает сожительство, 63 % не считает сложившуюся ситуацию кризисом традиционной семьи и распадом семейных ценностей. Сожительствующие пары плохо осведомлены о сути гражданского брака, путая его с незарегистрированными отношениями, при этом четко определяя их преимущества и ограничения. Отмечаются различия в отношении к сожительству в разрезе возраста и пола. Авторы делают вывод, что сожительство рассматривается как переходная к браку, а также альтернативная, «юридически облегченная» версия семейно-брачных отношений. Несмотря на все преимущества, сожительство не рассматривается как полноценная замена брака и семьи, потребность сожительствующих узаконить отношения довольно выражена, веским основанием для этого становится беременность и/или рождение детей.

**Ключевые слова:** семья; семейно-брачные отношения; сожительство; незарегистрированный брак; гражданский брак; мотивация сожительства; динамика сожительства

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Бушкова-Шиклина, Эльвира Васильевна	E-mail: <a href="mailto:elvira_bsh@mail.ru">elvira_bsh@mail.ru</a> ORCID iD: 0000-0003-3929-5240 Кандидат социологических наук, доцент кафедры культурологии, социологии и философии
Рябова, Алиса Сергеевна	E-mail: <a href="mailto:alisaryabova6924@gmail.com">alisaryabova6924@gmail.com</a> Маркетолог ГК «Железно»

**Для цитирования:** Бушкова-Шиклина Э. В., Рябова А. С. Проблема сожительства: мотивы, восприятие, динамика // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 452-467.

## Введение

Семья является одним из фундаментальных институтов общества, придающих ему устойчивость и определенность. В настоящее время семейно-брачные отношения стали объектом особого внимания государственной власти, а также продолжают активно исследоваться учеными. В целях популяризации государственной политики в сфере защиты семьи и сохранения традиционных семейных ценностей 22 ноября 2023 г. Президент Российской Федерации объявил 2024 год Годом семьи<sup>1</sup>. Обусловлено это рядом причин, и прежде всего большой ролью семейно-брачных отношений в расширении воспроизводства населения и обеспечения преемственности поколений, с одной стороны, и сохранение угрозы традиционным семейным ценностям – с другой. Например, сожительство, практикуемое как альтернатива браку, транслирует обществу неоднозначное понимание семейных смыслов и ориентиров.

В современном обществе все чаще возникают трудности с выбором оптимальной модели семьи. Традиционная семья постепенно утрачивает свою привлекательность для большинства населения во многих странах, а сожительство становится все более распространенным социальным явлением. Так, в России в незарегистрированном браке живет каждый пятый-четвертый взрослый (23 %, по данным [1]). Росту количества незарегистрированных браков способствуют следующие факторы: раннее наступление пубертатного периода и половой активности молодежи; появление эффективных контрацептивов и расширение границ половой лояльности; увеличение возможности молодежи жить отдельно от родителей и пр.

Следование этому тренду подтверждается результатами социологических опросов. Исследование четырехлетней давности [2] показывает, что совместное проживание мужчины и женщины без регистрации воспринимается обществом как приемлемое (46 % россиян считают это нормальным, среди не состоящих в браке – 56 %), и среди молодежи до 24 лет это мнение лидирует (59 %). С другой стороны, семейные и брачные традиции еще крепки: 45 % не одобряют подобные отношения. По данным Международной программы социальных исследований (ISSP), также наибольшее согласие с нормальностью незарегистрированных союзов выражают молодые респонденты 18–24 лет. Однако больше половины респондентов последующих возрастных групп (25–54 года) также считают незарегистрированные союзы нормой [3].

Таким образом, на сегодняшний день *исследовательская проблема* заключается в *противоречии*: с одной стороны, сожительство несет угрозу брачным отношениям в основе семьи, трансформируя морально-нравственные и юридические основания в отношениях между мужчиной и женщиной; с другой стороны, определенная часть населения поддерживает такую форму «семейных» отношений, вступая в них либо формируя лояльное отношение к ним. В связи с этим актуализируется необходимость изучения сожительства как социального явления.

*Целью* данной статьи явилось изучение восприятия населением проблемы сожительства, а также анализа мотивации и динамики незарегистрированных отношений.

<sup>1</sup> Указ Президента РФ «О проведении Года семьи в 2024 году». 22.11.2024. // 2024 год семьи. URL: <https://семья2024.рф/> (дата обращения: 10.10.2024).

## Обзор источников

Изучение сожительства в последние годы оказывается в фокусе исследовательского внимания. Практически все авторы делают терминологический экскурс в своих работах; имеются научные статьи (например, С.А. Филиппов [4]) с целью формулировки понятия «семья», т. к. нормативно данное понятие, как и понятие брака, четко не определено<sup>2</sup>. Автор предлагает следующую наиболее полную юридическую формулировку понятия «семья»: «основанные на браке союз мужчины и женщины, а также объединение нескольких совместно проживающих лиц, связанных близким родством (или приравненным к нему законом правовым состоянием), а равно основанное на таком родстве и (или) усыновлении (удочерении) объединение не обладающего полной дееспособностью ребенка и его близких родственников, связанных между собой общением и личными неимущественными и имущественными правами и обязанностями» [4, с. 107]. В свою очередь, брак – это добровольный, зарегистрированный в органах ЗАГС союз мужчины и женщины, отвечающих требованиям к заключению брака, с целью создания семьи<sup>3</sup>. Только такой брак влечет за собой установленные семейным законодательством права и обязанности супругов, которые подлежат правовой защите со стороны государства. Семейно-брачные отношения, в свою очередь, – это сложные отношения личного неимущественного и имущественного характера, основанные на семейных узах, регулируемые нормами гражданского и семейного права [5].

В научной литературе и обывательской жизни часто используется понятие гражданского брака. Напомним, что по законодательству гражданский брак – это светский брак, то есть оформленный в соответствующих органах государственной власти без участия церкви [6; 7]. В то же время в литературе можно встретить использование данного понятия как синонима понятию «сожительство» (например, в работах З. Х. Коблевой, А. В. Ковалевой и пр. [8; 9]). В таком же смысле населением чаще всего используется понятие «гражданский брак», что неправомерно и некорректно, так как происходит подмена терминологии. Мотивацией такого использования понятия «гражданский брак» является акцентирование внимания на компенсаторной функции института сожительства вследствие «трансформации» или в противовес «кризису», «дисфункциональности» института семейно-брачных отношений. Демографы также используют понятие «фактический брак» [10], понимая под ним незарегистрированный половой союз мужчины и женщины. Мотивация этого – необходимость учета этих отношений как источника внебрачной рождаемости. Таким образом, сожительство – это совместное проживание двух людей, ведущих домашнее хозяйство, но не состоящих в официальном браке [11].

С точки зрения структурно-функционального анализа, логика появления сожительства заключается в неформальной и частичной реализации функций семьи. Например, С. И. Голод, К. И. Бахарев, Н. А. Брянцев [12–14] и др. отмечают некоторые преимущества сожительства: им проще разделять расходы и выживать в условиях дефицита ресурсов; можно узнать больше друг о друге и снизить риск вступления в брак с «неподходящим» человеком; легче расстаться в случае недопонимания и пр.

<sup>2</sup> Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (ред. от 31.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.10.2023) // Консультант-плюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8982/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8982/) (дата обращения: 10.10.2024).

<sup>3</sup> Там же.

В связи с этим можно выделить основные категории сожительствующих (с учетом их мотивации): не готовые вступать в официальный брак в силу социально-экономических особенностей возраста и неопытности (чаще всего студенты); живущие друг с другом по экономическим причинам; принципиально не вступающие в брак и предпочитающие альтернативу. Благодаря указанным преимуществам сожительство рассматривается определенной частью населения как альтернативная версия семейного союза. В связи с этим обсуждается проблема институционализации сожительства с целью урегулирования отношений собственности между сожителями (по аналогии с «гражданским договором солидарности», Франция) [15]. В 2018 году в Госдуму поступил законопроект о признании длительного сожительства фактически равным официально зарегистрированному браку в части регулирования имущественных отношений сторон. Но Госдума отклонила данный законопроект в силу того, что он противоречит традиционным семейным ценностям, признаки брачных отношений в таком случае весьма размыты, довольно сложно определить точные сроки сожительства [16].

В то же время отмечают и «издержки» сожительства: совместная жизнь не является гарантией подготовки к браку или избежания развода, формирует латентное ощущение нестабильности и несерьезности отношений, создает основу для реализации членами такой семьи своих прав и свобод, увеличивает риск бытового, физического и сексуального насилия и пр. [17]. В социокультурном плане незарегистрированные союзы ослабляют институт брака и семьи, затрудняя социализацию детей и преемственность поколений, дестабилизируя общество и культуру.

В связи с чем усиливается тенденция к сожительству в современном обществе? Масштабы и скорость изменения института семьи связаны с такими глобальными социальными процессами, как разрушение сословного строения обществ, секуляризация государств, индустриализация, а далее информационная глобализация. Как следствие, это распад традиционной и выделение нуклеарной семьи, эмансипация женщин и «сексуальная революция», развитие социальной политики (например, социальная поддержка матерей-одиночек и пр.).

В течение XXI века произошли существенные сдвиги в самих основах семейно-брачных отношений. Брак по-прежнему является основой семьи и способствует удовлетворению базовых потребностей общества в воспроизводстве и первичной социализации населения. В то же время изменились условия легитимности союза, условия выбора брачного партнёра и расторжения брака, принципы построения взаимоотношений внутри брака, а также представления людей о смысле брака. Внутренними детерминантами изменений брачно-семейных отношений становятся следующие факторы: возрастание индивидуальных потребностей в иерархии жизненных ценностей супругов, увеличение ценности партнерских отношений в браке, ослабление различий мужских и женских ролей в семье, ослабление родственных связей, а также возможность развода и пр. (С. А. Масленникова, А. И. Непряхина [18]). Согласно статистике Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС), в 2023 году в России распалось 72 % браков, формируя в будущем пласт незарегистрированных союзов [19]. В совокупности все перечисленные факторы способствуют снижению негативного и формированию лояльного

общественного отношения к сожительству, увеличению количества сожительствующих пар и появлению внебрачных детей<sup>4</sup>.

Меняется модель брачности и брачный состав населения России. Статистические данные переписей населения и специальных обследований, реализованных Росстатом, разнятся. Так, по данным переписей населения 2010 г. и 2020 г., отмечается положительная тенденция зарегистрированной брачности. Доля лиц, состоящих в зарегистрированном браке, увеличилась на 6 %, доля сожительствующих снизилась на 5 %. При этом коэффициенты и брачности, и разводимости снизились (табл. 1).

Таблица 1

**Брачная структура населения России в возрасте 16 лет и более, указавшего состояние в браке (переписи населения 2010 и 2020 гг.)<sup>5</sup>**

Брачная структура	2010 г.	2020 г.
Состоящие в браке (чел. на 1000 чел. населения) из них:	554 (100 %)	490 (100 %)
в зарегистрированном браке	481 (86 %)	446 (92 %)
в незарегистрированном браке	73 (13 %)	44 (8 %)
Коэффициент брачности (кол-во браков на 1000 чел. населения)	8,5	5,3
Коэффициент разводимости (кол-во разводов на 1000 чел. населения)	4,5	3,9

В рамках специального ежегодного обследования Росстатом реализовано «Выборочное наблюдение репродуктивных планов населения в 2022 году» посредством опроса 15 тыс. домохозяйств [1]. В табл. 2 показана доля состоящих в «незарегистрированном браке» в разных возрастных группах.

Таблица 2

**Доля состоящих в незарегистрированном браке (% от состоящих в браке, зарегистрированном или нет, данные округлены)<sup>6</sup>**

Возраст (лет)	Женщины	Мужчины	Среднее
до 25	41,2	56,0	48,6
25-29	23,7	27,3	25,5
30-34	12,7	21,6	17,1
35-39	11,7	12,8	12,2
40 и старше	12,5	10,3	11,4
Среднее	20,4	25,6	23

<sup>4</sup> Наблюдается поступательное увеличение численности зарегистрированных внебрачных детей: 21,6 % в 2020 г., 22 % в 2023 г., 23 % в 2021 г. по данным [20–22].

<sup>5</sup> Источник: [22–23; 25].

<sup>6</sup> Источник: [1].

Как видно из табл. 2, средняя доля сожительствующих пар в общей численности браков (зарегистрированных или нет) составила 23 %, что значительно превышает аналогичные данные переписей населения 2010 и 2020 гг. (13 % и 8 % соответственно, табл. 1). Также видно, что максимальная доля сожительствующих пар наблюдается среди молодежи до 25 лет (48,6 % от общей численности браков), а также в группе 25–29 лет (25,5 %).

В более молодых поколениях не только повышается возраст вступления в первый брак, но и меняется отношение к его регистрации. Социологический опрос 2019–2020 гг. [26] показал, что это проявилось главным образом у женщин. Среди них существенно снижается доля намеревающихся зарегистрировать брак прежде, чем начать жить вместе, и повышается доля предполагающих зарегистрировать брак после того, как поживут вместе год-два и проверят свои чувства. У мужчин тенденция обратная.

Ситуация в регионах может значительно отличаться от показателей, средних по России. Например, в *Кировской области*, по данным переписи населения за 2020 год [27], число людей, состоявших в незарегистрированных отношениях, составило 11 % населения (по РФ – 8 %). Интересно заметить, что наибольшая доля сожительствующих приходится на возрастные группы 30–49 лет (по 11–13 %), в группах молодежи до 30 лет – 1–11 % в разных возрастных группах. При сравнении переписи населения Кировской области за 2010 и 2020 гг. можно проследить динамику роста числа незарегистрированных отношений на 2 %, основная доля сожительствующих смещается от группы 25–29 лет к группе 35–39 лет.

Таким образом, видно, что данные различных исследований отличаются друг от друга, что во многом может быть обусловлено методикой оценки. Тем не менее сожительство остается популярной формой отношений, особенно среди молодежи. При этом культурное значение, социальная значимость и социологический статус таких союзов не являются очевидными. В связи с этим исследование данной проблемы актуально и требует дальнейшего социологического изучения.

**Цель** настоящей статьи – изучение отношения населения к сожительству, мотивов и динамики сожительства.

## Методы

В ходе исследования использованы *теоретические методы* обработки информации: анализ, синтез, классификация, сравнение, обобщение.

*Эмпирическое исследование* проведено при помощи двух методов.

**Онлайн-анкетирование** с целью определения отношения населения (на примере г. Кирова) к сожительству. Выборка квотирована по полу (49 % мужчин, 51 % женщин) и возрасту (группы 18–25 лет; 26–35 лет; 36–45 лет; 46–55 лет в равных долях). Генеральная совокупность – жители г. Кирова<sup>7</sup> молодых и средних возра-

---

<sup>7</sup> Город Киров – областной центр Кировской области, по численности населения (475 464 чел. в 2024 г.) является небольшим городом, географически расположенным недалеко от центральных городов и городов-миллионников – Москвы, Нижнего Новгорода, Казани, Екатеринбурга. Это дает кировчанкам возможность географической мобильности и заимствования образцов стиля жизни крупных городов и в то же время сохранения во многом традиционного уклада семейных отношений, свойственного таким городам. В связи с этим интересен анализ и перспективное сравнение результатов опроса кировчан с результатами по России в целом и близлежащим крупным городам.

тов. Объем выборки – 400 человек<sup>8</sup>. Почти половина (43 %) респондентов обоих полов находятся в законном браке или не замужем/холосты (34 %), а пятая часть – в сожительстве (20 %); 40 % имеют детей. Состав семьи, в которой выросли, более чем у половины опрошенных (55 %) состоит из обоих родителей, имеются прародители. Материальное положение большинства респондентов представлено в равных долях (по 35 %) на базовом («денег хватает только на продукты», «денег хватает на продукты и одежду, но покупка бытовой техники для нас проблема»), начальном среднем («мы можем без труда купить холодильник, телевизор, мебель, но на большее денег нет») и верхнем среднем уровнях.

**Глубинное интервью** было выбрано для исследования мотивации и практик отношений среди сожителями пар г. Кирова. Опрошено 14 респондентов, состоящих в сожительстве, из них 7 женщин и 7 мужчин разных возрастных категорий (18–25, 26–35, 36–45 и 46–55 лет). Две трети пар проживает в своей собственной квартире или квартире партнера, треть – в съемной квартире.

Для *обработки* полученных данных использовались методы математической статистики (описательный анализ, методы оценки различий), методы анализа качественных социологических данных (аналитическая индукция).

## Результаты

В ходе эмпирического исследования описаны отношение населения г. Кирова к сожительству, а также мотивы сожительства. Проверены следующие гипотезы.

*Гипотеза 1. Сожительство рассматривается населением как переходная к браку форма отношений, выполняющая все функции семьи. Отношение к сожительству лояльное.*

Прежде всего стоит отметить, что среди населения г. Кирова большинство опрошенных (60 %) имели **опыт сожительства**, из них большинство вступали в данные отношения один раз (38 %); чаще всего сожительство длилось более 3-х лет (28 %), реже – 2–3 года (13 %) и до 1 года (8 %).

Большинство опрошенных (56 %) вне зависимости от пола и возраста считают, что сожительство – это *временная* форма отношений, позволяющая проверить чувства и совместимость партнеров (44 %) и удовлетворять их сексуальные потребности (12 %). Остальные респонденты рассматривают сожительство как аналог семьи, но без официальной регистрации брака (41 %) либо затрудняются ответить (1,3 %) и считают сожительство иными формами отношений («Другое», 1,7 %). Интересно заметить, что большая часть респондентов, поддерживающих сожительство и как временную «переходную» к браку форму отношений, и как способ проверить свои чувства, – это холостые/незамужние респонденты, состоящие в незарегистрированных отношениях (до 61 %, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,0$ ).

<sup>8</sup> Выборка является квотной. Несмотря на то, что выборка не является случайной вероятностной, показатели ее надежности и репрезентативности не стремятся к 0 %. Имеются практики расчета погрешности квотных выборок с поправкой на дизайн-эффект методом ресэмплинга [28, р. 89], при котором ошибка погрешности в целом увеличивается минимум в 1,5 раза по сравнению с простой случайной выборкой. Возможно увеличение погрешности по каждому конкретному вопросу анкеты в зависимости от пропорции исследуемого признака. С учетом объемов генеральной и выборочной совокупностей ошибка выборки рассчитана как для случайной выборки (надежность 5 %, репрезентативность 95 %) и является условным ориентиром оценки погрешности вывода.

Около трети сожительствующих рассматривают такие отношения как начальный этап совместной жизни перед браком (*«Сожительство – это когда люди живут какое-то количество времени перед заключением брака, они привыкают к друг другу, привыкают к привычкам друг друга и просто взаимодействуют между собой в быту»*, женщина, 26 лет); как аналог семьи, но без официальной регистрации брака (*«Это как семья, просто без официальной регистрации брака»*, женщина, 29 лет. *«Сожительство – это уже переходящий тип отношений, когда вы сплочаетесь, начинаете жить вместе, переживаете кучу разных проблем, за счет чего вы становитесь как семья»*, мужчина, 20 лет).

При этом более половины (8 из 14) опрошенных, состоящих в сожительстве, планируют официально зарегистрировать свои отношения: *«Да, дольше трёх лет в сожительстве я жить не планирую. То есть если предложения не будет, я предпочту разойтись»*, женщина, 40 лет. Среди тех, кто не планирует официально узаконить свои отношения, в основном мужчины: *«Скорее всего нет, это больше формальности для меня»*, мужчина, 26 лет.

Мнения по поводу того, допустимо ли рождение ребенка без официальной регистрации брака, разделились: 39 % опрошенных считают, что такое допустимо (чаще так считают сожительствующие и вдовые респонденты), 38 % – недопустимо (чаще считают женатые/замужние респонденты); 17 % отметили, что рождение ребенка в сожительстве – повод для обязательной регистрации брака (в основном это вдовые и сожительствующие респонденты).

Таким образом, видно, что однозначного взгляда на данную проблему нет, но более лояльны к данной ситуации сожительствующие и вдовые респонденты (хи-квадрат Пирсона,  $p=0,007$ ). Данные выводы также подтверждаются опросом сожительствующих пар. Для половины из них рождение ребенка при данной форме брачно-семейных отношений недопустимо (*«Думаю, что нет. Я все равно считаю, что брак должен быть при рождении ребенка зарегистрирован официально»*, женщина, 23 года; *«Нет, я думаю, что в такие моменты необходимо узаконить отношения»*, мужской пол, 26 лет), для половины – это не проблема (*«Почему нет, если люди любят друг друга, и они готовы к этому»*, женщина, 26 лет).

В целом общее отношение к сожительству достаточно лояльное: 63 % респондентов не считают, что такое положение дел способствует распаду семейных ценностей и является кризисом традиционной семьи. Эти данные подтверждаются опросом сожительствующих пар: более половины из них считают также: *«Нет. Не считаю, что сожительство порождает кризис семьи, семейных ценностей. Нигде не написано кто является твоей семьей, только ты сам для себя это можешь определить»*, женщина, 23 года; *«Общество меняется, время идет и семья, и ее роли давно уже поменялись, в принципе уже и мужчина может без девушки существовать и девушка без мужчины, то, что мама воспитывает одна ребенка, либо отец неправильный»*, мужчина, 26 лет.

Таким образом, гипотеза **подтвердилась частично**. В целом отношение населения к сожительству достаточно лояльное. Данная форма отношений чуть чаще рассматривается как переходная к браку, но также воспринимается как альтернативная, «юридически облегченная» версия брачно-семейных отношений. При этом рождение детей часто воспринимается как весомая причина заключения брака, т. е. в этом смысле сожительство не рассматривается как полноценная замена брака и семьи.



*Гипотеза 2. Респонденты разделяют понятия «гражданский брак» и «сожительство», понимают возможности и ограничения отношений сожительства в сравнении с браком.*

Половина информантов, состоящих в сожительстве, **не различают** понятия «гражданский брак» и «сожительство». «Я прожила в сожительстве больше 10 лет и считала это гражданским браком. Своего на тот момент партнёра я также называла «муж», мы выполняли друг перед другом те же обязательства, что и люди в браке, но при этом наши отношения не были узаконены», женщина, 40 лет. «Это одно и то же», мужчина, 20 лет. Часть информантов (2 чел.) не могли определиться: «Для меня сожительство – это подготовка к браку, а гражданский брак – это когда вроде бы серьезные отношения, но не совсем, вы вроде бы живете, но никак отдельную ячейку общества вы создать не можете», женщина, 26 лет. Лишь треть сожествующих информантов четко различают понятия «гражданский брак» и «сожительство». «Сомнений не возникает. Гражданский брак – это зарегистрированные отношения официально, а сожительство – это отношения без регистрации официальной», мужчина, 36 лет. «Нет, я знаю, что это. Гражданский брак – это официальный брак, а сожительство – это неофициальные отношения, сожительство вместе», женщина, 37 лет. Семья же в основном рассматривается с позиции социально-психологической, эмоциональной близости: «Семья – это близкие, родные, любимые люди, которые всегда друг друга поддерживают», женщина, 37 лет, «Семья – это союз, поддержка, любовь и взаимопонимание», женщина, 29 лет. Таким образом, представление о гражданском браке и сожительстве чаще всего не дифференцировано, в большинстве случаев наблюдается непонимание разницы данных отношений в обществе.

Что лежит в основе сожительства? Какие **потребности** оно удовлетворяет? Определены **преимущества** сожительства в восприятии людей. Большая часть (61 %) опрошенных видит в сожительстве возможность приобрести опыт совместной жизни, 52 % рассматривают сожительство как аналог официального брака, не обременённый официальными процедурами («без штампа в паспорте»), половина (50 %) – как возможность проверить свои чувства испытаниями быта. Каждый второй считает, что такое положение дел, – компромиссный вариант для тех, кто боится взять на себя ответственность перед партнером (51 %) и желает избежать юридической ответственности при оформлении отношений и разводе (52 %). В опросе сожествующих пар информанты также акцентировали внимание на этом: «Ну из преимуществ могу выделить, что мне не пришлось делить с мужем дочь при расставании, не пришлось менять кучу бумаг и документов. То есть не было вот этого долгого юридического процесса», женщина, 40 лет. «За счет того, что нету каких-то формальных, подписанных бумажек и печатей отношения строятся на чем-то большем, более нравственном, более духовном нежели просто обязательства перед законом», женщина, 26 лет. «У меня не заберут квартиру, если мы разведемся», мужчина, 36 лет. Также каждый десятый считает, что сожительство позволяет обрести свободу от семейных обязанностей в отношении родственников и комфортно удовлетворять сексуальные потребности (по 11 %).

Среди **недостатков** большинство респондентов выделяют: незащищенность женщин и детей в незарегистрированном браке (63 %, например, «То, что в сожительстве может появиться ребенок и кто-то может из пары уйти, без алиментов, без всего, из-за этого ребенок будет расти в неполноценной семье», женщина,

19 лет), сложности с разделом совместно нажитого имущества (41 %), отсутствие социального статуса мужа/жены в сожительстве (36 %). В интервью также отмечались такие недостатки, как риск зайти в тупик в отношениях, риск негативного влияния социального статуса на профессиональную карьеру. Каждый десятый считает, что у сожительства нет недостатков («Нет, повторюсь, если это на раннем возрасте, то нет, это просто принятие привычек друг друга», женщина, 26 лет; «Недостатки не имеет, что плохого пожить вместе без регистрации брака, когда вам хорошо друг с другом», мужчина, 26 лет; «Я не вижу недостатков, если с человеком комфортно, то почему бы не жить просто вместе», мужчина, 40 лет).

Таким образом, гипотеза **подтвердилась частично**. Сожительствующие пары плохо осведомлены о сути гражданского брака, считая его сожительством, при этом четко осознают преимущества и ограничения обоих видов отношений.

*Гипотеза 3. Отношение к сожительству различно в зависимости от возраста и пола респондентов: молодежь и мужчины более лояльны к таким отношениям, нежели старшее поколение и женщины. Мотивы сожительства у мужчин и женщин различны.*

Было выявлено **различное отношение** респондентов к сожительству в зависимости **от пола и возраста**. Так, 38 % опрошиваемых относятся к сожительству положительно, 30 % – отрицательно и 10 % – нейтрально. Можно проследить прямую зависимость данного вопроса от возраста: положительно к сожительству относятся респонденты 18–25 лет (50 %), отрицательно – 36–55 лет (20–27 %, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,01$ ). Основной посыл положительного отношения к сожительству у молодежи 18–25 лет – возможность получения опыта начала совместной жизни (по мнению 97 % данной категории), в то время как в остальных возрастах доля считающих так несколько ниже (77–89 %, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,05$ ). Респонденты более старших возрастов также чаще отмечают, что «сожительство – это неправильно и аморально», нежели молодые респонденты (21–25 % и 7 % соответственно, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,01$ ).

Мужчины относятся к сожительству более положительно, нежели женщины (одобряют в 44 % и 33 % случаев соответственно, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,0$ ). Указанные закономерности также просматриваются в образной оценке сожительства. Так, мужчины чаще, нежели женщины, соглашались с утверждением, что «сожительство – это свобода и независимость» (27 % и 21 % соответственно, хи-квадрат Пирсона,  $p=0,03$ ),

Респонденты также высказали мнение по поводу **мотивов** сожительства. Так, большая часть опрошенных считает, что ведущими мотивами выступают нежелание брать на себя ответственность (47 %), неуверенность в своих чувствах или чувствах партнера (45 %), финансовые соображения и нежелание одного из партнеров регистрировать брак (по 41 %), нежелание играть свадьбу и тратить на это деньги (35 %), ранний возраст партнера (32 %), исключительно сексуальные (не семейные) мотивы (23 %). Таким образом, основной лейтмотив – нежелание брать на себя обязательства, неуверенность, рациональный расчет. Прямой зависимости по данному вопросу от пола, возраста, семейного положение и состава семьи не обнаружено (хи-квадрат Пирсона,  $p>0,05$ ).

Непосредственно сами сожительствующие отметили у себя такие мотивы:

– желание узнать партнера (около половины информантов, «Я вступила в сожительство по причине того, что я хотела больше узнать своего молодого человека.

*Для того, чтобы я поняла его привычки, обычаи, я должна была понять комфортно ли мне будет с ним жить или нет»,* женщина, 26 лет; *«Нужно посмотреть, узнать лучше, потому что человек раскрывается на 3-4 год совместной жизни, нужно все понять»,* мужчина, 19 лет);

– любовь (треть информантов, *«Ну это так совпало, и любовь, и потом уже, со временем, привязанность, чувства. Я не вижу с собой рядом другого человека»,* женщина, 51 год; *«Просто хотелось быть с этим человеком 24/7, это главная и единственная причина съехаться»,* женщина, 23 года);

– закономерное развитие романтических отношений (треть информантов, *«Так, ну это уже какой-то новый этап в отношениях был, мы долго до этого встречались просто, проводили время несколько дней в неделю и уже хотелось чего-то большего, каких-то новых эмоций, какого-то нового витка в отношениях»,* женщина, 29 лет; *«Это развитие отношений, новый уровень отношений и проживания вместе»,* мужчина, 36 лет).

Гипотеза **подтвердилась частично**. Молодое поколение до 25 лет относится к сожительству наиболее лояльно в сравнении с другими возрастными группами. Мужчины чаще отмечают мотив свободы в сожительствующих отношениях, чем женщины.

### **Обсуждение результатов**

В ходе проведенного исследования практически все гипотезы (в разной степени) подтвердились. Представим сравнение полученных результатов с данными аналогичных исследований.

1. Показано, что отношение кировчан к сожительству достаточно лояльное: 63 % респондентов не считают, что такое положение дел способствует распаду семейных ценностей и является кризисом традиционной семьи, 38 % опрошенных относятся к сожительству положительно. Данная форма отношений чуть чаще рассматривается как переходная к браку, но также воспринимается как альтернативная, «юридически облегченная» версия семейно-брачных отношений. Среди населения г. Кирова большинство опрошенных (60 %) имели опыт сожительства, чаще всего сожительство длится более трех лет, тем самым заменяя брак на длительное время. Действительно, по данным «Выборочного наблюдения репродуктивных планов населения в 2022 году» [1], мужчины и женщины отмечают, что вступали в отношения сожительства в среднем в 50 % случаев; 41,3 % сожительствующих пар вступили в отношения в течение четырех лет, предшествующих опросу; 20 % – в течение 5–8 лет, еще 11 % – в течение 8–12 лет, предшествующих опросу.

Опрос респондентов показал, что рождение детей в большинстве становится весомой причиной заключения брака – чаще это мнение сожительствующих и вдовых респондентов. По данным исследования «Семья и рождаемость» [29] 2009 г., анализировалось намерение женщин и мужчин, состоявших в сожительстве, зарегистрировать брак в случае беременности. Так, женщины готовы вступить в брак при наступлении беременности в 29 % случаев, мужчины – в 33 % случаев; при рождении ребенка – в 44 % и 41 % соответственно. По данным этого же опроса показано, что жизненная цель «Жить в зарегистрированном браке с супругой(ом), своей семьей» оценена опрошиваемыми довольно высоко: женщины – на 4,2 баллов из 5, мужчины – на 4,5; жизненная цель «Быть свободным, независимым, делать, что хочу только я» – на 2,4 и 2,6 баллов соответственно.

Таким образом, данные нашего исследования подтверждаются данными других авторов: сожительство, с одной стороны, становится достаточно длинной «переходной» формой отношений, с другой стороны, несмотря на имеющиеся преимущества (в основном связанные с первичной семейно-брачной социализацией), не рассматривается как полноценная замена брака и семьи, у опрошенных имеется потребность узаконить отношения, веским основанием для этого становится беременность и/или рождение детей.

2. Сожительствующие пары плохо осведомлены о сути гражданского брака, считая его сожительством. Исследование А. В. Ковалевой [9] показывает, что 31 % населения на вопрос «Что отличает гражданский брак от сожительства?» отметили, что они ничем не отличаются, а 59 % разделяют эти понятия: «гражданский брак» рассматривают как более серьезные и устойчивые отношения, а сожительство – как интимные отношения. На вопрос «Что отличает гражданский брак от официального?» были получен ответ, что официальный брак – это более серьезные и устойчивые отношения (47 %), а гражданский – «без штампа в паспорте» (42 %). Далее автор приходит к выводу, что «штамп в паспорте» – совокупная потребность в стабильности, легитимности, защищенности отношений партнеров, удовлетворяемая браком. Таким образом, результаты исследования А. В. Ковалевой также демонстрируют слабую дифференцируемость понятий «сожительство» и «гражданский брак» с юридической точки зрения в сознании населения. Основным здесь является скорее психологический критерий – степень серьезности отношений в паре, а также социокультурный критерий – негативные стереотипы в отношении понятия «сожительство». Т. И. Мишина [30] подтверждает данный тезис: в сознании современного россиянина понятие «гражданский брак» занимает промежуточное положение в иерархии интимно-брачных отношений: сожительство – «гражданский брак» – официальный брак. Именно в таком порядке нарастает серьезность связей между людьми.

Опрашиваемые четко осознают преимущества и ограничения сожительствующих отношений. Сожительство, по данным нашего исследования, удовлетворяет потребности: проверки чувств в браке, приобретения опыта совместной жизни (в том числе финансового), а также как компромиссный вариант для тех, кто боится взять на себя ответственность перед партнером, желает избежать юридических сложностей при оформлении отношений и разводе, хотел бы обрести свободу от семейных обязанностей в отношении родственников и комфортно удовлетворять сексуальные потребности. Среди недостатков сожительства прежде всего отмечаются социальная незащищенность женщин и детей, сложности с разделом имущества, отсутствие легитимного социального статуса. В связи с этим можно выделить *две линии потребностей*: получение первичного опыта брачно-семейных отношений (в основном важно для молодых) и упрощение жизни, избегание лишних проблем. Скорее всего, именно с учетом типа мотивации формируются планы на дальнейшее развитие отношений – в сторону официального брака или продолжения сожительства. В любом случае сожительство остается востребованной формой отношений, что подтверждается данными о динамике сожительства в России.

3. Отношение к сожительству и мотивы сожительства обусловлены гендерными и возрастными факторами. В нашем исследовании показано, что наиболее положительно к сожительству относятся респонденты до 25 лет. Этот вывод подтверждают данные Росстата: 48 % – доля сожительствующих в данном возрасте в структуре брачных отношений (как зарегистрированных, так и не зарегистрированных), 25 % – доля сожительствующих в возрасте 25–29 лет [1].

Наше исследование также показало, что мужчины относятся к сожительству более положительно, нежели женщины (одобряют в 44 % и 33 % случаев соответственно). Мотивы сожительства, так же как и мотивы создания семьи, у мужчин и женщин не в полной мере совпадают, и это обосновано прежде всего биосоциальными особенностями.

По мнению С. А. Ильиных [31], гендер оказывает влияние через гендерные стереотипы, гендерные представления, гендерную культуру на принятие решений мужчинами и женщинами, на их модели поведения, в том числе и в сфере брака. В своей работе Т. И. Мишина [30] выделяет разные типы неофициальных браков в зависимости от мотивации. Так, для мужчин, по ее мнению, свойственны два доминирующих типа сожительствующего союза: «сознательно-ответственный» и «эгоистично-независимый», в то время как для женщин – «пробный» и «альтернативный». Непосредственно в нашем исследовании статистически значимые различия в мотивации сожительства в зависимости от пола выявлены лишь по части вопросов. Мужчины чаще отмечают мотив свободы в сожительствующих отношениях, чем женщины. В целом сожительствующие отметили у себя такие мотивы, как желание узнать партнера, любовь, закономерное развитие романтических отношений.

Таким образом, в рамках данного исследования подтверждается общий, описываемый по результатам аналогичных исследований и статистических обзоров тренд: отмечается лояльное восприятие сожительства как пробной, познавательной (в основном для молодежи) и облегченной (в основном для среднего возраста) версии семейно-брачных отношений. Сожительство не воспринимается как кризис семьи и как угроза традиционным семейным ценностям, но большая часть сожительствующих желала бы узаконить свои отношения и легализовать свой семейный статус. Рождение детей становится веским основанием для этого. Отмечаются некоторые различия в отношении к сожительству в разрезе возраста и пола. Статистические данные о доле и динамике сожительства в целом по России разнятся.

## Ссылки

1. Выборочное наблюдение репродуктивных планов населения в 2022 году // Федеральная служба государственной статистики. URL: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/RPN22/index.html](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/RPN22/index.html) (дата обращения: 10.10.2024).
2. Брак и семья: ставим знак тождества? Аналитический обзор // ВЦИОМ. 02.02.2018. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/brak-i-sozhitelstvo-stavim-znak-tozhdestva> (дата обращения: 07.12.2022).
3. Нормативные взгляды на брак, детей семейные роли // Левада-Центр. 17.11.2022. URL: <https://www.levada.ru/2022/11/17/normativnye-vzglyady-na-brak-detej-i-semejnye-rolj/> (дата обращения: 10.10.2024).
4. Филиппов С. А. Понятие «семья» по российскому законодательству // Вестник Саратовской государственной юридической академии. 2016. № 3. С. 102–108. EDN WHHDHX
5. Бочаров В. А., Кузьмина А. В. Брачно-семейные отношения: правовой аспект // Аллея науки. 2020. Т. 1, № 12. С. 496–498. EDN CLORCV.
6. Муллаянова А. Гражданский брак: семья или сожительство? // Дни студенческой науки: Сборник научных трудов Международной студенческой конференции, Казань, 24 мая 2018 года. Казань: ООО «Печать-Сервис-XXI век», 2018. С. 122–123.

7. Сухарев А. Я., Крутских В. Е., Сухарева А. Я. Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. М.: ИНФРА-М, 2007. 858 с.
8. Коблева З. Х. «Гражданский брак» как проявление трансформационных процессов в системе семейно-брачных отношений // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2021. № 4. С. 219–230. DOI 10.15593/2224-9354/2021.4.15.
9. Ковалева А. В. «Гражданский брак» в современном российском обществе // Современная наука. 2010. № 2. С. 118–122. EDN NDRBRD.
10. Антонова Н. Л. Демография. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. 154 с.
11. Грухин Ю. А. Проблема фактических брачных отношений // Фундаментальные и прикладные исследования гуманитарных и естественных наук: материалы международной научно-практической конференции. Энгельс: Академия управления, 2018. С. 135–136.
12. Шмирко А. О. Сожительство как новая форма семьи в современном обществе // Альманах студенческих и аспирантских работ по социально-гуманитарным наукам: Сборник научных работ. студентов и аспирантов. Тверь: Тверской государственный университет, 2021. С. 44–47.
13. Бахарев К. И., Брянцев Н. А. Сожительство: за и против // Наука молодых – будущее России: Сборник научных статей 4-й Международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых. В 8-ми томах, Курск, 10–11 декабря 2019 года. Том 4. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. С. 42–45.
14. Левин А. И., Левина Л. В. Современная семья и ее эволюция в условиях перехода к постиндустриальному обществу. Курск: Изд-во Курского института социального образования, 2001. 188 с.
15. Петров А. Э., Мерзлякова И. С. Институционализация сожительства в Российской Федерации – необходимость или заблуждение // Актуальные проблемы государственно-правового развития России: Сборник статей VII Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 04 декабря 2020 года. Чита: Забайкальский государственный университет, 2021. С. 168–174.
16. Антонова К. Развод в цифрах. Статистика разводов в России // Планета в цифрах. 03.03.2023. URL: <https://planeta-zakona.ru/blog/razvod-v-tsifrakh-statistika-razvodov-v-rossii.html/> (дата обращения: 16.10.2024).
17. Закирова С. А. Совершенствование законодательства в сфере сожительствующих отношений // Юристъ – Правоведъ. 2011. № 4. С. 121–125. EDN NVWBVB.
18. Масленникова С. А., Непряхина А. И. Изучение представлений современной молодежи о брачно-семейных отношениях // Человеческий капитал. 2019. № 5. С. 177–184. EDN AMHXVM.
19. Число разводов за год // Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31604> (дата обращения: 10.10.2024).
20. Естественное движение населения Российской Федерации за 2021 г. (статистический бюллетень) // Федеральная служба государственной статистики. М., 2022. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13269> (дата обращения: 17.10.2024).
21. Естественное движение населения Российской Федерации за 2022 г. (статистический бюллетень) // Федеральная служба государственной статистики. М., 2023. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13269> (дата обращения: 17.10.2024).

22. Естественное движение населения Российской Федерации за 2023 г. (статистический бюллетень) // Федеральная служба государственной статистики. М., 2024. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13269> (дата обращения: 17.10.2024).

23. Всероссийская перепись населения 2010 г. // Федеральная служба государственной статистики. URL: [https://rosstat.gov.ru/free\\_doc/new\\_site/perepis2010/croc/perepis\\_itogi1612.htm](https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm) (дата обращения: 10.10.2024).

24. Всероссийская перепись населения 2020 г. // Федеральная служба государственной статистики. URL: [https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Том2\\_Vozrastno\\_polovoj\\_sostav\\_i\\_sostoyanie\\_v\\_brake](https://rosstat.gov.ru/vpn/2020/Том2_Vozrastno_polovoj_sostav_i_sostoyanie_v_brake) (дата обращения: 10.10.2024).

25. Статистика браков и разводов. Статистические таблицы // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 17.10.2024).

26. Ростовская Т. К., Кучмаева О. В., Архангельский В. Н. Поколенческие изменения брачного поведения россиян: социологический анализ // *Alma mater* (Вестник высшей школы). 2020. № 11. С. 45–53. DOI 10.20339/AM.11-20.045.

27. Итоги всероссийской переписи населения 2020 г. по Кировской области // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области. URL: <https://43.rosstat.gov.ru/folder/182945> (дата обращения: 20.10.2024).

28. Stuart A. Standard Errors for Percentages // *Journal of the Royal Statistical Society. Series C (Applied Statistics)*. 1963. Vol. 12. № 2. P. 87–90.

29. Семья и рождаемость. Основные результаты выборочного обследования. 2009 г. // *Демоскоп Weekly*. 01–23.05.2010. № 421–422. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2010/0421/biblio01.php> (дата обращения: 10.10.2024).

30. Мишина Т. И. Гендерное отношение к восприятию гражданского брака // *Молодой ученый*. 2017. № 13-2 (147). С. 7–11.

31. Ильиных С. А. «Мозаичность» сознания и гендерные аспекты в представлениях о семье: анализ данных // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2012. № 35. С. 40–47. EDN PVUOCH.



# The potential of lifelong learning of senior citizens to fill the lack of human resources in the region

A. A. Vlasova<sup>1</sup>, G. L. Shamatonova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-468-477

Research article  
Full text in Russian

The aging of the population is a common trend for economically developed countries, including Russia – every fourth resident of the country is at retirement age, which is 36.9 million people. The increase in the dependency burden on the economically active population, health and social care systems due to the aging of the population is becoming a new challenge for the modern economy.

To activate income stream opportunities, it is necessary to bridge the gap between their competencies and the needs of the modern labor market.

Lifelong learning is seen by additional people not only as a factor in their social development, reducing loneliness and improving cognitive function, but also as a key aspect of economic and economic development in the face of increasing labor shortages. Retraining and retraining of pensioners are the most relevant measures for their better inclusion in the modern labor market and compliance with the requirements of the post-industrial economy.

**Keywords:** lifelong education; active longevity; pre-retirees; the elderly; the labor market; national project; lack of human resources

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vlasova, Alexandra A. | E-mail: [fspn@bk.ru](mailto:fspn@bk.ru)  
ORCID iD: 0000-0001-6335-4154  
Cand. Sc. (Politics), Associate Professor

Shamatonova, Galina L. | E-mail: [gshamatonova@mail.ru](mailto:gshamatonova@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0002-4446-8276  
Cand. Sc. (Politics), Associate Professor

**Funding:** Yaroslavl State University (project VIP-020).

**For citation:** Vlasova A. A., Shamatonova G. L. The potential of lifelong learning of senior citizens to fill the lack of human resources in the region // *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 468-477. (in Russ.)





## Потенциал непрерывного обучения пожилых граждан для восполнения дефицита кадров в регионе

А. А. Власова<sup>1</sup>, Г. Л. Шаматонова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-468-477  
УДК 316

Научная статья  
Полный текст на русском языке

Старение населения является общим трендом для экономически развитых стран, в том числе и для России. Увеличение иждивенческой нагрузки на экономически активное население, систему здравоохранения и социального обслуживания из-за старения населения становится новым вызовом для современной экономики. Однако изменения в качестве жизни, достижения медицины и трансформация характера труда позволяет людям продолжать активную трудовую деятельность во все более старшем возрасте, что способствует формированию потенциала восполнения дефицита рабочей силы в будущем за счет вовлечения представителей этой возрастной группы в активную экономическую деятельность и имеет значительные экономические выгоды. Для актуализации потенциала пожилых работников необходимо преодолеть разрыв между их компетенциями и требованиями современного рынка труда.

Обзор результатов эмпирических исследований показывает, что переобучение и переквалификация пенсионеров способствуют их более успешной интеграции в рынок труда, тем самым способствуя психологическому благополучию и социальной активности старшего поколения. В рамках представленного анализа особое внимание уделяется существующим программам государственной поддержки обучения пожилых людей, в том числе проектам в рамках национального проекта «Демография». Рассматриваются примеры успешных практик и необходимая правовая база для реализации этих инициатив в России, в том числе опыт Ярославского государственного университета по реализации программы «Содействие занятости».

**Ключевые слова:** непрерывное обучение; активное долголетие; предпенсионеры; пожилые люди; рынок труда; национальный проект; дефицит кадров

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Власова, Александра Александровна | E-mail: [fspn@bk.ru](mailto:fspn@bk.ru)  
ORCID iD: 0000-0001-6335-4154  
Кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой социальных технологий

Шаматонова, Галина Леонидовна | E-mail: [gshamatonova@mail.ru](mailto:gshamatonova@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0002-4446-8276  
Кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий

**Финансирование:** ЯрГУ (проект VIP-020 «Трудовые, финансовые, здоровьесберегающие стратегии представителей разных возрастных групп в условиях реформирования пенсионной системы в России»).

**Для цитирования:** Власова А. А., Шаматонова Г. Л. Потенциал непрерывного обучения пожилых граждан для восполнения дефицита кадров в регионе // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 468-477.

© ЯрГУ, 2024

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Цель данной статьи – на основе эмпирического социологического исследования определить потребность в непрерывном обучении пожилых граждан в условиях старения населения для регионального рынка труда.

Старение населения – общий тренд в странах, которые принято относить к экономически развитым. В течение следующих нескольких десятилетий число взрослых старше 65 лет в мире удвоится и достигнет 1,6 миллиарда человек [1]. Россия не является исключением: возрастная пирамида наглядно демонстрирует превалирование в структуре населения людей старшего возраста. Согласно принятым в международном сообществе стандартам, население России можно отнести к старым (доля людей в возрастах 65 лет и более во всем населении превышает 7 %). Каждый четвертый житель России (36,9 млн. человек на 1 января 2021 г.) – в пенсионном возрасте [2].

Одна из основных проблем старения населения заключается в увеличении иждивенческой нагрузки на работающее население, систему здравоохранения и социального обслуживания, особенно в условиях распределительной и распределительно-накопительных пенсионных систем, при которых бюджет различных фондов пенсионных выплат работникам, уже завершившим свою трудовую деятельность, пополняется за счет взносов экономически активного населения.

С другой стороны, существенные изменения в качестве жизни большей части населения, достижения современной медицины, а также изменения в характере труда (снижении роли физического труда и возрастание роли труда умственного) приводят к принципиальной возможности продолжать активную трудовую деятельность людям все более старших возрастных когорт. Формируется концепция активного долголетия, а современные условия труда позволяют реализовывать накопленный трудовой потенциал людям, которые в условиях преимущественно физического труда уже не могли бы выполнять свои трудовые функции. Как отмечает автор книги Сьюзен Уилнер Голден «Этап (не возраст): как понимать и служить людям старше 60 лет – самому быстрорастущему и динамичному рынку в мире», концепция «учиться, зарабатывать и выходить на пенсию» больше не имеет смысла, когда люди проживают почти 100-летнюю жизнь, а сама трудовая деятельность занимает более 60 лет [3, с. 12].

В отчете Института здравоохранения McKinsey (МНИ) «Старение с целью: почему важно значимое взаимодействие с обществом», опубликованном в 2023 году, отмечается, что участие пожилых в жизни общества имеет огромную экономическую выгоду: это может поднять национальный ВВП на 2–15 %, а также обеспечить до 100 миллиардов дополнительных часов волонтерской детальности [4, с. 8].

В условиях тотального дефицита рабочей силы в развитых и развивающихся странах пожилое поколение может оказаться одним из ключевых ресурсов его восполнения. Так, в октябре 2023 года Росстат зафиксировал рекордно низкий уровень безработицы – 2,9 % [2] (минимальное значение за период наблюдений показателя с 1991 года). Сейчас на рынке труда России превалирует возрастная группа от 30 до 40 лет, при этом на рынок выходит малочисленное поколение 2000-х. **К 2030 году дефицит рабочей силы на российском рынке труда может составить от 2 до 4 млн человек [5].** Таким образом, пожилые фактически являются единственным ресурсом (кроме мигрантов) восполнения кадрового голода в современной экономике.

Несмотря на указанные преимущества и возможности включения пожилых людей в рынок труда и общественное производство, существует целый ряд факторов, затрудняющих актуализацию этого потенциала, одним из ключевых, на наш взгляд, является разрыв между компетенциями и квалификацией пожилых работников и требованиями современного рынка труда.

В условиях четвертой промышленной революции, когда наблюдается экспоненциальный рост технологий, происходят быстрые и значительные изменения в экономике и требованиях к рабочей силе, обучение новым навыкам и адаптация к изменениям становятся ключевыми компонентами успешной карьеры всех работников, вне зависимости от возраста. Время вступления нынешних пожилых людей на рынок труда проходило в 1980-е годы в ситуации плановой экономики и стабильного, предсказуемого, регулируемого государством рынка труда. Современный рынок труда кардинальным образом отличается от тех условий, в первую очередь наличием конкурентных механизмов распределения трудовых ресурсов. Также существенное отличие – это постоянное обновление технологий и знаний, требующееся от работника. За время пребывания исследуемой социально-демографической группы в сфере занятости произошли серьезные изменения в связи с изменением технологического уклада. В том числе эта тенденция проявляется в угрозе автоматизации и цифровизации большей части традиционных сфер занятости – происходит устаревание и исчезновение многих профессий, характерных для индустриальной эпохи в связи с заменой человеческого труда роботами и машинами (в самом широком смысле) и появление новых профессий и сфер деятельности, связанных с новыми технологиями, в том числе цифровыми. Все это требует от работников новых знаний, постоянного и непрерывного их обновления, гораздо большей гибкости, адаптивности и новых метапрофессиональных компетенций (soft skills).

Вопросы обучения, повышения квалификации, профессиональной переподготовки пожилых сотрудников становятся особо актуальными также и в контексте активного долголетия. Так, исследования показывают, что непрерывное обучение позволяет пожилым людям оставаться профессионально актуальными и конкурентоспособными на рынке труда [6, с. 84], способствует их социальной интеграции и снижению ощущения одиночества, что, в свою очередь, положительно влияет на общее психологическое благосостояние, обеспечивает взаимодействие со сверстниками и младшими поколениями [7], а также способствует улучшению когнитивных функций, снижая риск развития деменции и других форм когнитивного ухудшения [8]. Института здравоохранения McKinsey также приводит данные, что пожилые люди, участвующие в жизни общества – в том числе работающие, участвующие в волонтерской деятельности или обучающиеся на протяжении всей жизни, – сообщают о более высоком состоянии здоровья на 4–8 % по сравнению с теми, кто этого не делает [1].

Таким образом, непрерывное образование пожилых людей становится одним из ключевых факторов устойчивого общественного в условиях постиндустриальной экономики и нарастающего дефицита рабочей силы.

### **Обзор литературы**

Наработанный к настоящему времени большой массив научной литературы по вопросам непрерывного образования, концепции непрерывного обучения удивительным образом игнорирует пожилых как особый субъект образовательных отношений. Основная часть исследований интересуется непрерывным обучением относительно взрослых среднего возраста и фактически не касается предпенсионеров и пенсионеров. В тоже время эта социально-демографическая группа попадает в фокус исследователей образования в контексте так называемого геронтообразования, основной целью которого ставится поддержание социального [9, с. 81] и психологического [10, с. 120] благополучия этой возрастной группы. Долгое время геронтообразование рассматривалось лишь как социально-реабилитационное мероприятие, повышающее их качество жизни [11, с. 21], наряду с социокультурным досугом пожилых [12, с. 188]. Так, И. Ф. Албегова определяет геронтообразование как «инновационную

социальную технологию, предусматривающую неформальное образование пожилых людей, основной задачей которого является содействие всестороннему развитию пожилого человека и его адаптации к новым условиям модернизирующегося российского общества» [13, с. 206]. Г. И. Климантова обращает внимание на необходимость создания условий для обучения пожилых, обсуждая как образовательные программы, так и психологические аспекты обучения на поздних этапах жизни [14, с. 312].

Традиционно большинство российских авторов рассматривает образование пожилых людей как условие повышения качества их жизни и обеспечения психологического благополучия, нежели как фактор обеспечения активного долголетия на рынке труда и сохранения их ресурсного потенциала для экономики.

В последнее время стали появляться единичные исследования, посвященные обучению пожилых в контексте непрерывного образования в связи с удлинением периода трудовой деятельности и реализацией идей активного долголетия [10, с. 122].

В зарубежных исследованиях пожилые чаще рассматриваются как субъекты экономической деятельности: как с точки зрения их трудового потенциала, так и с точки зрения их потребностей как потребителей социальных и медицинских услуг, возникает даже отдельное направление экономических исследований – экономика долголетия [15].

Так, исследования в области возрастной экономики [16] подчеркивают потенциал пожилых работников в компенсации возрастающего спроса на рабочую силу и объясняют важность переосмысления роли пожилых людей в современной экономике.

В частности, эксперты отмечают, что обучение пожилых людей в современных условиях становится жизненно важным фактором для экономики, особенно в свете стареющего населения и изменений на рынке труда [17; 18].

Увеличение производительности труда – это один из ключевых аспектов, на который стоит обратить внимание. Повышение квалификации и, соответственно, доходов пожилых работников увеличивает налоговые поступления в бюджет. Это позволяет более эффективно финансировать социальные программы и поддерживать другие важные аспекты социально-экономического развития. Обучение пожилых людей оказывает более широкое влияние на общество в целом. Активные пожилые работники играют важную роль в межпоколенческой передаче знаний, что способствует укреплению социальных и экономических связей. Таким образом, обучение пожилых людей не только помогает им оставаться конкурентоспособными, но и содействует устойчивому экономическому развитию всей страны. В итоге инвестиции в образование и развитие навыков пожилых людей – это не просто вопрос повышения их конкурентоспособности, но и ключ к экономическому благополучию и устойчивому развитию рынка труда.

### **Основная часть (результаты сбора данных)**

Проблемы реализации трудового потенциала пенсионеров, его актуализации в соответствии с переходом к постиндустриальной экономике и роли в этом процессе непрерывного образования становятся и объектом доказательных эмпирических исследований социологов и экономистов.

По данным Росстата на начало 2024 года, около 25 % пенсионеров продолжают официальную трудовую деятельность. Большинство из них трудятся в секторе услуг, в образовании, здравоохранении и социальных услугах, наибольшая доля занятости наблюдается среди пенсионеров в возрасте от 55 до 65 лет, в то время как после 70 лет активность на рынке труда значительно снижается [2]. В Ярославской области, по данным hh.ru, крупнейшей российской онлайн-платформы по поиску работы и сотрудни-

ков, 1,6 % соискателей – пенсионеры – почти 50 тысяч резюме от соискателей пенсионного возраста (мужчины от 61 года и женщины от 56 лет) зафиксировано на конец 2023 года.

Таким образом, мы наблюдаем явный дисбаланс между наличием трудового и образовательного потенциала пенсионеров, их предложением на рынке труда и спросом на него на региональном рынке труда. Этот дисбаланс является, в свою очередь, отражением более глубоких процессов структурных трансформаций рынка труда, связанных с переходом к постиндустриальной экономике, постепенной смене ключевых отраслей экономики, требующих от работников большей адаптивности.

Наиболее актуальным, на наш взгляд, способом решения данного противоречия является постоянное переобучение и переквалификация данной социально-демографической группы в соответствии с актуальными потребностями экономики, что будет способствовать большему включению пенсионеров в современный рынок труда. Непрерывное обучение как концепция обеспечения полной занятости давно используется в Швеции и ряде других стран, а в современных российских условиях именно наиболее уязвимая категория пенсионеров, как было показано в исследовании, должна стать объектом государственной образовательной политики в отношении взрослых.

Правовая рамка образования пожилых людей задана Основным законом Российской Федерации, а также Федеральным законом «Об образовании»<sup>1</sup>, где закрепляется их право на включение в образовательный процесс. Этим же законом впервые закреплено понятие «непрерывное образование», обеспечивающее возможность реализации права граждан на образование в течение всей жизни.

В соответствии с законом «О занятости населения в Российской Федерации»<sup>2</sup> региональным органам службы занятости разрешено направлять на профессиональное и дополнительное профессиональное обучение пенсионеров, желающих возобновить трудовую деятельность по востребованным на рынке труда профессиям после официального оформления пенсии.

Также в рамках национального проекта «Демография» принята Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года, реализуется федеральный проект «Старшее поколение», а одним из ключевых направлений обучения людей предпенсионного и пенсионного возраста в России стал проект «Содействие занятости» в рамках нацпроекта «Демография». Проект «Содействие занятости», направленный в том числе на поддержку и обучение лиц старше 50 лет, отражает стратегическое понимание изменений демографического ландшафта и требований рынка труда. Одной из ключевых целей проекта является увеличение интеграции возрастной категории «предпенсионеры и пенсионеры» в современную экономику через повышение их профессиональной адаптивности и компетенций.

Так, в Ярославском государственном университете им. П. Г. Демидова по программе «Содействие занятости» в 2023 году 51 % обучающихся составили представители возрастной категории 50 лет и старше, в целом по России было обучено 24565 граждан в этом возрасте, что составило 28 % от общего числа обученных [22].

В целом по России, согласно данным Росстата, в общей численности работников, получавших дополнительное профессиональное образование (3427187 человек),

<sup>1</sup> Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ // СПС КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_140174/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/) (дата обращения: 14.10.2024).

<sup>2</sup> Федеральный закон «О занятости населения в Российской Федерации» от 12.12.2023 № 565-ФЗ (последняя редакция) // СПС КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_464093/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_464093/) (дата обращения: 14.10.2024).

в 2020 году люди старше 50 лет составили 18,9 % от всех обученных (303 842 человек). Для сравнения – в 2016 году было обучено 322 888 человек старшей возрастной группы (20,8 %) [2].

Авторское исследование, проведенное в 2019 году среди предпенсионеров, выявило, что 52,9 % опрошенных «готовы пройти переобучение по новой профессии, но только за счет государства»; 4,6 % – «да, соглашусь и за собственные средства», 42,5 % опрошенных ответили: «нет, ни на каких условиях не буду переучиваться на новую профессию». Выбор респондентами направлений дальнейшего образования сводится к трем ключевым: «где научат открыть свое дело» (20,2 %); «где научат работать с компьютером с основными программами» (13,4 %); «где научат конкретной профессии, по которой можно найти работу» (30,2 %) [23].

Полученные выводы согласуются с результатами исследований НИУ ВШЭ (2021 год) и РАНХиГС (2020 год), которые также выявили, что пожилые граждане демонстрируют заинтересованность в долгосрочной занятости на фоне повышения пенсионного возраста, а также высокую адаптацию к изменениям на рынке труда, особенно в условиях цифровизации. Так, исследователи НИУ ВШЭ отмечают, что «к сильным сторонам старения в России следует, безусловно, отнести высокий по меркам других стран общий уровень образования российских стариков. При грамотном подходе к непрерывному обучению высокий уровень образования может быть конвертирован в более продуктивное использование труда пожилых, в рост их экономической активности» [24]. Исследователи сходятся во мнении, что эффективное включение этой возрастной группы в рынок труда требует от государства дополнительных стимулов.

Выявленная в ходе нашего исследования достаточно большая доля нежелающих учиться (42,5 % опрошенных) [19] требует определения причин их отказа и решения возможных проблем. Можно предположить, что это нежелание связано с проблемами доступности обучения, методик обучения, адаптированных к возрастным особенностям, или информирования о возможностях и предоставления мотивационной поддержки. Целесообразно также рассмотреть возможные ограничения обучения пожилых и дальнейшего использования их трудового потенциала. Одним из основных ограничивающих факторов полноценного использования имеющихся ресурсов старшего поколения обычно называют их низкую эффективность как работников и ригидность в плане усвоения инноваций. Однако многочисленные исследования опровергают данное предубеждение. Так, исследование Стэнфордского университета [24] продемонстрировало, что работники старшего возраста чаще демонстрируют лучшую эмоциональную стабильность и способность к регулированию межличностных отношений на работе. Умение управлять эмоциями и компетенции, приобретенные с возрастом, позволяют старшим сотрудникам быть эффективными лидерами и менеджерами. Исследование Бернского университета [25] также развенчивает стереотипы о работниках «третьего возраста», подтверждая, что они не отстают от младших сотрудников в плане производительности труда и, наоборот, демонстрируют высокую степень лояльности и профессионального опыта. Похожие исследования проводили Западный университет Онтарио [26] и Гарвардский университет [27]. Их результаты схожи: работники старшего поколения обладают критически важными знаниями и навыками, которыми они способны делиться со своими младшими коллегами, обеспечивая передачу знаний и поддержание институциональной памяти в организациях, а гибкость мышления в старшем возрасте может быть даже выше, чем у молодых людей. Это способствует возможности адаптироваться в сложных или быстро меняющихся ситуациях.

## Выводы

Таким образом, на основе количественных данных о занятости пожилых людей и качественных данных об их потенциале и ограничениях данное исследование подтверждает необходимость дальнейшего развития национальных и региональных программ по поддержке занятости пожилых людей через обучение и переобучение. Возрастная структура населения Ярославской области и России в целом поддерживает глобальный тренд старения населения, что отражается и в социально-структурных аспектах развития рынка труда. Выявленный дисбаланс между образовательным потенциалом и возможностями пожилых граждан на рынке труда осложняется постиндустриальной трансформацией экономики, вследствие которой значительно меняются не только структура трудовых мест, но и требуемые компетенции. Учитывая продолжающуюся активность пенсионеров на рынке труда и их интерес к дополнительному образованию, важно внедрять стратегии постоянного образования и переквалификации, адаптированные к потребностям старшего поколения. Законодательная база Российской Федерации и различные федеральные и региональные программы уже заложили основу для поддержки образования и трудоустройства пенсионеров.

Государственные и региональные программы должны фокусироваться не только на создании возможностей для обучения и переобучения, но и на активном привлечении пенсионеров к участию в этих программах, предоставлении им доступа к информации и разработке мер, направленных на уменьшение информационной изоляции этой социальной группы.

Университеты и другие образовательные институты должны играть ключевую роль в процессе интеграции пенсионеров в образовательный и трудовой процессы, предлагая программы повышения квалификации и переподготовки для поддержания их трудового потенциала и активности на рынке труда.

Программы обучения, реализуемые в рамках геронтообразования, помогают не только в освоении новых профессиональных знаний, но и в укреплении межпоколенческих связей. Старший возраст в данном контексте рассматривается не как период ухода на пенсию, а как активная и продуктивная фаза жизни, что жизненно важно для построения общества всеобщего благосостояния.

Результаты реализации проекта «Содействие занятости» в части обучения лиц старше 50 лет свидетельствуют о его значимом вкладе в социальное и экономическое развитие общества. Программы повышения квалификации и профессиональной переподготовки актуализируют социальное значение старшего возраста, делая его важным элементом в развитии гуманистического и инклюзивного общества. С учетом вышесказанного можно заключить, что обучение и переобучение пожилых людей могут стать важным элементом стратегии ликвидации кадрового дефицита на региональном уровне. Для повышения эффективности необходима активная государственная поддержка, разработка специализированных программ, а также создание мотивирующих условий и адаптации образовательных процессов с учетом физической и психосоциальной адаптации обучающихся пожилого возраста. Включение пожилых людей в активную экономическую деятельность не только поможет уравновесить демографические риски, связанные со старением населения, но и способствует повышению общего социально-экономического благосостояния регионов.

Образовательные программы для пожилых людей должны соответствовать нескольким ключевым требованиям для обеспечения их эффективности и востребованности. Прежде всего важно адаптировать содержание программы с учетом возрастных особенностей обучающихся. Это включает использование простого языка, доступной

информации и материалов, а также учет возможных ограничений в физической активности участников.

Кроме того, необходимо обеспечить гибкость форматов обучения. Возможность выбора удобного графика, включая вечерние и выходные занятия, а также варианты очного и дистанционного обучения повысят мотивацию пожилых людей к участию в образовательных инициативах.

Программы должны также иметь практическую направленность, что позволит участникам сразу применять полученные знания и навыки в реальных условиях труда. Это можно реализовать через стажировки, практикумы и проектную деятельность, что делает обучение более значимым и полезным.

Создание поддерживающей среды является важным аспектом образовательного процесса. Развитие сообщества среди обучающихся позволит участникам обмениваться опытом и оказывать друг другу поддержку, что поможет снизить уровень стресса и тревоги, связанных с обучением. Это позволит не только развивать профессиональные навыки, но и создать возможности для социального взаимодействия пожилых, что положительно сказывается на психоэмоциональном состоянии участников и ощущении принадлежности к обществу.

Регулярный мониторинг результатов обучения и обратная связь от участников станут основой для оценки эффективности образовательных программ. Это позволит своевременно выявлять сильные и слабые стороны и вносить необходимые изменения для их улучшения.

Наконец, критическое значение имеют государственная поддержка и финансирование образовательных инициатив. Необходима разработка государственной политики, направленной на поддержку таких программ, включая финансирование, налоговые льготы для организаций, проводящих обучение, и программы повышения квалификации преподавателей.

Соблюдение этих требований будет способствовать созданию эффективных образовательных программ, которые обеспечат активное и качественное участие пожилых людей в жизни общества и экономики, что принесет значительные выгоды как для данной возрастной группы, так и для всего социально-экономического контекста развития российского общества.

## Ссылки

1. Aging with purpose: Why meaningful engagement with society matters // McKinsey. 23.10.2023. URL: <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/aging-with-purpose-why-meaningful-engagement-with-society-matters> (дата обращения: 25.03.2024).
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // Росстат. 01.01.2024. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 25.03.2024).
3. Golden S. W. Stage (Not Age): How to Understand and Serve People Over 60--the Fastest Growing, Most Dynamic Market in the World. USA: Harvard Business Press, 2022. 320 p.
4. Alison J. Head, Michele Van Hoeck, and Deborah S. Garson. Lifelong learning in the digital age: A content analysis of recent research on participation // First Monday. 02 February 2015. Vol. 20. № 2. URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/5857/4210> (дата обращения: 25.03.2024).
5. Эксперты ждут роста дефицита кадров в России до 2–4 млн человек к 2030 году // Интерфакс. 04.12.2023. URL: <https://www.interfax.ru/business/934482> (дата обращения: 25.03.2024).
6. Доброхлеб В. Г. Непрерывное образование как фактор повышения уровня занятости и доходов старшего поколения современной России // Экономика. Налоги. Право. 2019. № 2. С. 83–89.



7. Social relationships and risk of dementia: A systematic review and meta-analysis of longitudinal cohort studies / J. S. Kuiper et al. // *Ageing research reviews*. 2015. Т. 22. С. 39–57.
8. The impact of sustained engagement on cognitive function in older adults: The Synapse Project / D. C. Park et al. // *Psychological science*. 2014. Т. 25, № 1. С. 103–112.
9. Галанина А. С. «Университет третьего возраста» как средство самореализации лиц пожилого возраста // *Вестник социально-гуманитарного образования и науки*. 2012. № 2. С. 78–84.
10. Ермак Н. А. Способы поддерживающего воздействия на пожилых обучаемых в личностной педагогической поддержке // *Культура. Наука. Интеграция*. 2008. № 1. С. 118–124.
11. Ермак Н. А. Концепция качества жизни пожилых людей в арт-терапевтическом пространстве геронтообразования // *Проблемы, идеи, тенденции в общественных, технических, гуманитарных и естественных науках в свете современных исследований: сборник научных статей по итогам всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Санкт-Петербург, 25–26 мая 2015 года*. СПб., 2015. С. 19–23.
12. Сверкунова Т. Н., Борисова Е. А. Геронтообразование как форма социальной поддержки людей старшего возраста // *Вологдинские чтения*. 2009. № 74. С. 186–189.
13. Албегова И. Ф., Лебедева М. И. Использование информационных технологий в геронтообразовании: состояние и опыт реализации // *Личность, интеллект, метакогниции: исследовательские подходы и образовательные практики: Материалы I-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Калуга, 20–21 мая 2016 года*. Калуга, 2016. С. 201–209.
14. Энциклопедия социальных практик поддержки пожилых людей в Российской Федерации / Ред. Е. И. Холостова, Г. И. Климантова. М.: ИТК «Дашков и К», 2016. 552 с.
15. Gratton L., Scott A. *The 100-Year Life: Living and Working in an Age of Longevity*. London: Bloomsbury, 2016. 424 p.
16. Kertzer D., Leaflet P., Harper S. *Ageing societies: myths, challenges, and opportunities* // Oxford Martin School. 01.12.2005. URL: <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/publications/ageing-societies-myths-challenges-and-opportunities/> (дата обращения: 25.03.2024).
17. Beier M. E., Teachout M. S., Cox C. B. *The Training and Development of an Aging Workforce* // Walter C. Borman, and Jerry W. Hedge. *The Oxford Handbook of Work and Aging*. Oxford Library of Psychology, 2012. P. 437–453.
18. Смирнова Т. В. Пожилые люди: положение на рынке труда // *Социально-гуманитарные знания*. 2007. № 5. С. 128–140.
19. Касьянова Т. И., Воронина Л. И., Резер Т. М. Образовательный потенциал российских граждан пожилого возраста // *Образование и наука*. 2020. № 2. С. 120–139.
21. Отчет о ходе реализации и оценке эффективности государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения» за 2023 год. 16.05.2024 // Официальный сайт Минтруда России. URL: <https://mintrud.gov.ru/docs/2644> (дата обращения: 16.10.2024).
22. Попова И. В., Власова А. А., Шаматонова Г. Л. Тенденции развития потребностей на региональном рынке труда в использовании трудового потенциала лиц предпенсионного возраста в Ярославской области // *Проблемы прогнозирования*. 2020. № 5 (182). С. 165–173.
23. Экспертная позиция НИУ ВШЭ по вопросу активного долголетия // НИУ ВШЭ. 2024. URL: <https://www.hse.ru/expertise/age> (дата обращения: 25.03.2024).
24. Carstensen L. L. The influence of a sense of time on human development // *Science*. 2006. Vol 312. Issue 5782. P. 1913–1915.
25. Ng T. W. H., Feldman D. C. Evaluating six common stereotypes about older workers with meta-analytical data // *Personnel psychology*. 2012. Т. 65. № 4. С. 821–858.
26. Understanding the work and retirement decisions of older workers / M. Wang, Y. Zhan, E. McCune, D. Truxillo // *Human Resource Management Review*. 2011. № 21. P. 204–215.
27. Langer E. J. *Counter clockwise: mindful health and the power of possibility*. New York: Ballantine Books, 2009. 240 p.



# The development of the concept of open science: from scientific societies to the science of citizens

E. N. Rassolova<sup>1</sup>, K. A. Galkin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sociological Institute of RAS – branch of the Federal Research Sociological Center of RAS, St. Petersburg, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-478-487

Research article  
Full text in Russian

The article examines the development of open science in Russia and in the world and identifies the key vectors of such development.

The main research method is the content analysis of publications on philosophy, sociology and the history of the development of science and scientific knowledge devoted to open science. In total, 500 domestic and foreign authors were analyzed as part of the study. Based on an extensive range of publications in the study, the authors identify three main vectors for the development of open science and dialogue between scientists and science enthusiasts. Through the use of the content analysis method, key areas of research in the field of interaction between scientists and science enthusiasts have been identified, which allows for a more complete and systematic characterization of this topic.

These vectors represent: the vector of preserving the monopoly of professional science, which is characterized by the greatest closeness of science and scientific knowledge from the possibilities of cooperation between amateur scientists. The second vector is the vector of cooperation between professional and open science. This vector assumes equal cooperation and equal interaction between professional and open sciences. The third vector, the vector of virtualization of open science, is associated with the creation of an effective dialogue between professional science and open science in the virtual space. The main one is the importance of developing the prospects of open science and dialogue between scientists and science lovers.

**Keywords:** open science; scientific societies; the concept of open science; the development of open science; the science of citizens; scientific communities; the development of science

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Rassolova, Elena N. | E-mail: [enrassolova@gmail.com](mailto:enrassolova@gmail.com)

Galkin, Konstantin A. | E-mail: [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru)  
| Cand. Sc. (Sociology)

**For citation:** Rassolova E. N., Galkin K. A. The development of the concept of open science: from scientific societies to the science of citizens // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 478-487. (in Russ.)



## Развитие концепции открытой науки: от научных обществ к науке граждан

Е. Н. Рассолова<sup>1</sup> К. А. Галкин<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-478-487  
УДК 316

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье рассматривается развитие открытой науки в России и в мире и определяются ключевые векторы подобного развития.

Основным методом исследования выступает контент-анализ публикаций по философии, социологии и истории развития науки и научного знания, посвященных открытой науке. Всего в рамках исследования было проанализировано 500 отечественных и зарубежных авторов. Опираясь в исследовании на обширный круг публикаций, авторы выделяют три основных вектора развития открытой науки и диалога ученых и любителей науки. Благодаря использованию метода контент-анализа были выявлены ключевые направления исследований в области взаимодействия ученых и любителей науки, что позволяет более полно и системно охарактеризовать данную тему.

Эти векторы представляют собой следующее. Первый – вектор сохранения монополии профессиональной науки, который характеризуется наибольшей закрытостью науки и научного знания от возможностей сотрудничества с учеными-любителями. Второй вектор – вектор сотрудничества профессиональной и открытой науки. Данный вектор предполагает равное сотрудничество и равное взаимодействие профессиональной и открытой наук. Третий вектор – вектор виртуализации открытой науки, связан с созданием эффективного диалога науки профессиональной и науки открытой в виртуальном пространстве. Основным вектор заключается в важности развития перспектив открытой науки и диалога ученых и любителей науки.

**Ключевые слова:** открытая наука; научные общества; концепция открытой науки; развитие открытой науки; наука граждан; научные сообщества; развитие науки

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Рассолова, Елена Николаевна | E-mail: [enrassolova@gmail.com](mailto:enrassolova@gmail.com)  
Младший научный сотрудник

Галкин, Константин Александрович | E-mail: [kgalkin1989@mail.ru](mailto:kgalkin1989@mail.ru)  
Кандидат социологических наук, старший научный сотрудник

**Для цитирования:** Рассолова Е. Н., Галкин К. А. Развитие концепции открытой науки: от научных обществ к науке граждан // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 478-487.

### Введение

Современная инфраструктура науки, обеспечивающая функционирование и развитие научных дисциплин, возникла в эпоху Нового времени [1; 2]. Появление различных институций, которые включали первые европейские академии, способство-

вало демаркации научного знания от других видов исследований [3]. Это привело к развитию эпистемических барьеров, ограничивающих реализацию новейших исследовательских программ.

В XIX веке активизировался дальнейший процесс институционализации науки, в частности, появились новые научные сообщества [4; 5]. В этих институтах развивались специальные формы контроля и монополии на научные знания, а также способы вступления в научные сообщества, например, стало возможным стать их частью в дистанционном формате, в то время как в структурах старого формата доступ в объединения ученых был привязан к конкретной локации.

В рассматриваемый период происходит оформление научных сообществ, которые становятся объединениями профессиональных ученых, закрытыми от широкой публики и обладающими монополией на экспертные знания [6]. Научные сообщества обладают своим языком и атрибутами, отличающими их от других объединений и рядовых граждан. В то же время узкоспециализированный язык научных публикаций ограничивает доступность производимых научных знаний в силу их адресации к специалистам. Решением этой проблемы может стать переход к открытой науке, которая не ограничена закрытыми сообществами и доступна для всех. Открытая наука предполагает открытый доступ к научным публикациям и популяризацию результатов исследований через научную коммуникацию [7; 8; 9].

К началу XX века сформировались две модели развития науки: «открытая» и «закрытая». Каждая из этих моделей предполагает свое представление о том, как наука и общество должны взаимодействовать [10; 11]. В рамках закрытой модели науки ученые представляют результаты обществу через научные публикации и исследования, при этом право на проведение научных исследований остается за учеными. В противоположность этому, открытая модель предполагает, что любители могут наравне с профессионалами участвовать в исследованиях. В такой модели происходит расширение научного сообщества, которое включает не только профессионалов, но и энтузиастов, готовых заниматься исследованиями вместе с учеными [12].

Стоит отметить, что идеальных моделей открытой и закрытой науки никогда не существовало. Следует говорить о преобладающей установке развития науки и научных сообществ в различные исторические эпохи. Иногда определенная закрытость ученого и его лаборатории способствовала более качественной работе исследователей, поскольку позволяла им избежать пристального внимания публики. Научные сообщества, тяготеющие к модели закрытой науки, особенно в середине XX века, создавали свои критерии разграничения научного и ненаучного знания и определяли свои границы существования [13].

Со второй половины XX века границы между научным сообществом и обществом начали становиться более проницаемыми. Развитие популяризации науки способствовало размыванию прежних жестких демаркационных линий между профессиональными учеными и любителями науки. Связь науки и общества начала укрепляться, чему способствовало развитие научной фантастики и поиск учеными союзников и помощников для проведения исследовательской работы [14].

Современный этап развития научных сообществ можно охарактеризовать как период сообществ с достаточно проницаемыми границами и симбиозом двух моделей научного знания: открытой и закрытой. Монополия на научные знания начинает утрачивать свою силу благодаря развитию интернета и общедоступности результатов научных исследований, а также специализированных платформ и приложений,

которые позволяют любителям проводить необходимые наблюдения и фиксировать результаты [15].

В обществе начинает развиваться мода на науку и научные исследования, что приводит к развитию fan-науки, науки, которая выступает данью моде и развивается сегодня практически повсеместно. Важным остается вопрос о сохранении границ между различными моделями науки и распределении монополии на научные знания. Внимание исследователей приковано к изучению особенностей разграничения открытой и закрытой науки и распределению монополии на научные знания между этими двумя видами.

Важно понимать особенности диалога ученых с любителями науки и разграничение ролей профессионала и любителя. Значимым является рассмотрение различных барьеров между профессиональной и любительской наукой и понимание того, какие из них возможно устранить, а какие – невозможно, чтобы не допустить распада всего института науки. Именно этому посвящен контент-анализ, использованный в данной публикации.

Еще одной проблемой развития открытой науки, отмеченной Н. Расселом, является дефицит коммуникации и слабая осведомленность о научных открытиях, часто связанная с замкнутостью и закрытостью научных сообществ [16]. По мнению Н. Рассела, люди слабо осведомлены о научных открытиях и мало вовлечены в научную деятельность, что является следствием чрезмерной закрытости научных сообществ. Профессиональные сообщества ученых часто не учитывают контексты и особенности аудитории, используя сложную и труднодоступную лексику, а также особые нормы и правила для входа в научные сообщества, что важно для сохранения и развития института науки.

Исследователи отмечают, что важным мостом между профессиональной и открытой наукой являются темы, универсальные и доступные каждому. Такие темы способствуют развитию диалога и сотрудничества между учеными и любителями науки [17; 18]. Важным разграничением для развития института науки является разделение практических и теоретических знаний. Как отмечает британский социолог науки Н. Рассел, фундаментальные и теоретические знания остаются прерогативой профессиональных ученых, в то время как практические знания предоставляют возможности для сотрудничества между профессиональной и открытой наукой, выходя за рамки профессиональных сообществ ученых.

В настоящем исследовании мы рассматриваем открытую науку как взаимовыгодное сотрудничество профессиональных ученых и любителей науки. В рамках такого сотрудничества происходит взаимное дополнение их деятельности, при этом важно сохранять необходимые линии разграничения между профессиональной наукой и исследованиями любителей. В рамках настоящего исследования рассматриваются различные стратегии диалога ученых и любителей науки на основании анализа имеющихся публикаций по открытой науке.

### **Методология и эмпирическая база**

Исследование опирается на анализ публикаций по философии и социологии науки, где рассматриваются основные аспекты развития открытой науки на современном этапе. Всего было проанализировано 500 работ. Для исследования использовался качественный контент-анализ, сфокусированный на изучении особенностей открытой науки в различных странах мира.

В статье предпринимается попытка обобщения содержательной стороны научных публикаций, посвященных взаимодействию профессиональных ученых с любителями науки. Тип контент-анализа, примененный в работе, качественный.

В рамках анализа текста были выделены ключевые категории, такие как успешность реализации проекта, оценка его эффективности. Было применено осевое кодирование для выделения ключевых слов и словосочетаний, описывающих диалог ученых и любителей в контексте развития открытой науки.

Затем были обобщены результаты осевого кодирования, подробно результаты исследования представлены в таблице 1 в разделе «Результаты исследования». Далее на основании обобщения результатов исследования были выделены векторы развития открытой науки в обществе.

Таблица 1

**Темы публикаций, посвященных диалогу ученых и любителей науки**

Кластер	Основные темы публикаций
Кластер I	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Верификация результатов исследований, полученных любителями науки.</li> <li>- Успешность научных проектов и критерии успешности.</li> <li>- Подходы к исследованиям любителей науки.</li> </ul>
Кластер II	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Успешные практики взаимодействия любителей науки и ученых.</li> <li>- Организация проектов любителями науки.</li> <li>- Цифровизация и развитие цифровых технологий в рамках взаимодействий ученых и любителей науки.</li> </ul>
Кластер III	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Гражданские инициативы и участие любителей науки.</li> <li>- Новые формы и форматы проектов.</li> <li>- Анализ и оценка вклада любителей в развитие научного знания.</li> <li>- Презентация и визуализация исследовательских проектов.</li> </ul>

**Вектор сохранения монополии профессиональной науки**

В рамках вектора сохранения монополии профессиональной науки предполагается создание репозиториев научных статей с открытым доступом для общественности. Данный вектор представлен исследованиями, выделенными в Кластер 1 при анализе публикаций. Первый кластер объединяет работы по социологии и философии науки, освещающие проблемы верификации результатов научных исследований. В нем рассматривается качество исследований, проводимых любителями науки, и анализируются подходы к оптимизации этих исследований в зависимости от образования и опыта исследователей. Экспертная оценка качества исследовательской работы и перспектив проведенных исследований остается за профессиональными учеными [18; 19; 20; 21]. Исследователи видят основной недостаток такого подхода в сохранении монополии на научные работы и ограничении возможностей молодых ученых и тех, кто не имеет достаточного авторитета в научном сообществе, публиковать свои исследования. Система рецензирования научных статей, включая двойное слепое рецензирование, продолжает существовать, что может стать препятствием для молодых ученых и любителей науки, желающих поделиться результатами своей работы. Публикации подвергаются эмбарго научных журналов, что ограничивает доступ общественности к ним иногда до пяти лет [22; 23; 24].

Государственная поддержка исследований позволяет преодолевать длительные эмбарго научных журналов и расширять доступ к опубликованным результатам для общественности [25; 26]. Однако поддержка такого рода не всегда возможна, и зарубежные и российские журналы сталкиваются с дефицитом финансирования. В России наблюдается тенденция к использованию лицензий открытого доступа для журналов, а также постепенный переход к концепции открытых данных. Однако значительная часть изданий в России остается закрытой для доступа без платной подписки.

В рамках данного вектора открытой науки научное сообщество продолжает быть монополией профессионалов, хотя и с расширением возможности доступа к научным статьям. Важным аспектом является развитие диалога между гражданской и профессиональной наукой, а также необходимость размещения полных текстов статей в открытом доступе спустя несколько месяцев после публикации. Публикации профессиональных ученых играют важную роль в коммуникации между исследователями-любителями и профессионалами, поэтому важно расширять доступ к таким публикациям, а также осуществлять государственную поддержку в этом направлении.

### **Вектор сотрудничества профессиональной и открытой науки**

Данный вектор представлен публикациями из Кластера II. Работы второго кластера представляют собой значимый вклад в изучение успешных практик диалога между любителями науки и учеными. Этот кластер включает в себя не только философские и социологические исследования, но и исследования по управлению наукой. Он ставит перед собой задачу не только анализа практических аспектов сотрудничества, но и разработки стратегий для улучшения этого сотрудничества в будущем.

В рамках данного вектора развития открытой науки происходит создание новых журналов открытого доступа, в которых осуществляется диалог между профессиональными учеными и исследователями-любителями [27; 28; 29; 30; 31]. Важно также обеспечить безоговорочный доступ к публикациям и статьям в таких журналах и предоставить возможность для публикации результатов исследований для всех ученых, включая любителей, работающих в сотрудничестве с профессионалами и имеющих свой взгляд на исследовательский процесс. В качестве зарубежных примеров баз открытого доступа упоминаются такие платформы, как PLoS, PeerJ, F1000Research. Они отличаются от репозитория научных изданий более коротким сроком доступа к опубликованным статьям и более оперативной возможностью развития дискуссии вокруг них [32; 33]. Важно также отметить формат предоставления научной информации, включая возможность публичного рецензирования статей и создание дискуссии, способствующих повышению активности научного сообщества.

Преодоление экономической монополии в научных изданиях и лабораториях признается важной задачей исследователей. Многие из существующих журналов создавались как коммерческие проекты, что часто препятствует открытой дискуссии и диалогу [34]. Подобные проблемы также возникают в контексте создания научных фондов и лабораторий, которые часто ориентированы на прибыль. Преодоление этой монополии может быть достигнуто за счет устойчивой системы финансирования науки и сотрудничества с бизнес-проектами [35]. Для поддержки диалога между профессиональной и открытой наукой также важно государственное

вмешательство. Создание сетей научных журналов с открытым доступом для всех является ключевым элементом этого подхода. Развитие сотрудничества между бизнесом и научными исследованиями способствует появлению новых сервисов и проектов, а также укреплению научного сообщества, основанного на диалоге между профессионалами и любителями.

### **Вектор виртуализации открытой науки**

Этот вектор представлен исследованиями из Кластера III. Исследования в этом кластере выделяют связь между успешной реализацией научных проектов и их цифровой представленностью, а также общением ученых и любителей науки в онлайн-среде. Например, выделяется важность виртуальных проектов, в которых все этапы исследования проводятся онлайн. Проект SETI@home<sup>1</sup>, по поиску внеземного разума с использованием персональных компьютеров обычных граждан представляет собой пример такого вида исследований. В таких проектах ученые и любители науки собирают данные независимо друг от друга, а результаты обсуждаются на научных конференциях [36].

В рамках данного вектора продолжается развитие открытой науки через виртуализацию коммуникации между профессионалами и любителями. Это осуществляется через академические социальные сети, где обсуждаются результаты исследований и осуществляется обмен мнениями. Отличительной чертой таких сетей является отсутствие вертикальной иерархии и предпочтение горизонтальных связей. Подобная структура способствует свободному диалогу ученых и любителей науки, минуя традиционные формальные структуры [37; 38]. Исследования в области коммуникации ученых в социальных сетях включают анализ сетевого взаимодействия, учитывая разнообразие национальных систем и возрастных групп исследователей [39; 40]. Изучение мотивации использования таких сетей также признается важным направлением. Социальные сети науки выполняют несколько функций, включая размещение публикаций, расширение сети контактов и поиск научных партнеров. Хотя они не всегда способствуют продвижению профессионалов, социальные сети активно развивают диалог и обмен опытом [41]. Российский сегмент академических социальных сетей требует дальнейшего изучения в контексте гражданской науки. В целом виртуализация открытой науки и диалога между профессионалами и любителями признается важным критерием развития научных сообществ и коммуникации.

### **Заключение**

На основании анализа научных публикаций нами выделено три вектора развития открытой науки. Как свидетельствуют результаты нашей работы, открытая наука пока не стала альтернативой профессиональным исследованиям. Развитие научной системы, свободной от бюрократических инициатив, происходит неравномерно. Выделение трех кластеров на основе контент-анализа показывает многообразие изучаемых феноменов и интерес исследователей к взаимодействию ученых и любителей науки. Исследования, представленные в этих кластерах, затрагивают проблемы верификации данных научных исследований, привлечения волонтеров и молодежи к научным проектам, эффективной коммуникации и цифровизации проектов, а также развитие технической инфраструктуры для их реализации.

<sup>1</sup> SETI@home. URL: <https://setiathome.berkeley.edu/>



Таким образом, можно заключить, что изучение диалога между наукой и любителями науки и расширение такого сотрудничества, включая гражданское участие любителей науки, является актуальной темой. В будущем для постановки исследовательских задач необходим комплексный подход к анализу эмпирических и теоретических исследований по взаимодействию ученых и любителей науки, а также оценка различных направлений сотрудничества и развития.

Значимым достижением в развитии диалога ученых и любителей науки выступает возможность включения молодых ученых и любителей в коммуникацию с профессиональными исследователями для усиления научного сообщества. Также важным выступает развитие сетей взаимодействий ученых и виртуализация коммуникации. Виртуальные сети коммуникации ученых выполняют функцию дополнительного инструмента, который призван расширить возможности профессионалов и создать платформы для обмена мнениями с исследователями-любителями и развить научную коммуникацию. Именно виртуализация научной коммуникации может быть рассмотрена как политический инструмент влияния открытой науки на взаимодействие ученых и на оценку значимости того или иного открытия. Интегрируясь в сеть, ученые становятся элементами новой конструкции открытой науки, функционирование которой производит в целом изменения в системе научного знания и способствует развитию науки, свободной от бюрократии и институтов. Таким образом, именно открытая наука выступает идеологическим выражением и стремлением ученых перейти к легитимному распределению власти в монополии на научные знания. Открытая наука оказывается идеологическим выражением стремления определенных социальных групп к легитимному перераспределению власти на научном поле, и социальные сети являются ее наиболее действенным механизмом.

## Ссылки

1. Галкин И. В. Методологические проблемы юридической науки в Новое время (1600–1850) // *Lex Russica (Русский закон)*. 2018. № 8(141). С. 23–42. EDN XWXCFFN.
2. Kuhn T. *The history of science // Philosophy, Science, and History*. Routledge, 2014. P. 106–121.
3. Рузавин Г. *Философия науки*. М.: Юнити-Дана, 2017. 183 с.
4. Девятова С. В., Купцов В. И. Возникновение первых академий наук в Европе // *Социально-гуманитарные знания*. 2011. № 1. С. 132–150.
5. Sinelnikova E., Fando R. *Natural scientific societies in the history of science // Studies in the History of Biology*. 2021. Vol. 13, No. 2. P. 7–10.
6. Gaillard J., Krishna V. V., Waast R. *Introduction: Scientific communities in the developing world // Scientific communities in the developing world*. 1997. № 1. P. 11–47.
7. Семячкин Д. А., Сергеев М. А., Кисляк Е. В. Возможные пути развития открытой науки в России // *Научная периодика: проблемы и решения*. 2015. Т. 5, № 2. С. 89–94.
8. Fecher B., Friesike S. *Open science: one term, five schools of thought*. Springer International Publishing, 2014. 346 p.
9. *Opening science: towards an agenda of open science in academia and industry / S. Friesike et al. // The Journal of Technology Transfer*. 2015. Vol. 40. P. 581–601.

10. Медведева С. М. Научная коммуникация в современном мире: проблемы и перспективы // Вестник МГИМО университета. 2014. № 2. С. 253–255.
11. Chubin D. E. Open science and closed science: Tradeoffs in a democracy // *Science, Technology, & Human Values*. 1985. Vol. 10, No. 2. P. 73–80.
12. Open science, closed doors? Countering marginalization through an agenda for ethical, inclusive research in communication / J. Fox et al. // *Journal of Communication*. 2021. Vol. 71, No. 5. P. 764–784.
13. Can citizen science enhance public understanding of science? / R. Bonney et al. // *Public Understanding of Science*. 2016. Vol. 25, No. 1. P. 2–16.
14. Méndez B. J. H. SpaceScience@ Home: Authentic research projects that use citizen scientists // *EPO and a Changing World: Creating Linkages and Expanding Partnerships*. 2008. Vol. 389. P. 219–226.
15. Russell N. *Communicating science: Professional, popular, literary*. Cambridge University Press, 2009. 324 p.
16. Миронов В. В., Брызгалина Е. В. Феномен «профанного знания» в контексте особенностей современной науки // Вестник Московского университета. Серия 7. Философия. 2020. № 6. С. 107–121.
17. Волков А. В. К вопросу о специфике субъекта современного научного познания // Глобальный научный потенциал. 2012. № 8. С. 29–33.
18. Fan F., Chen S. L. Citizen, science, and citizen science // *East Asian Science, Technology and Society: An International Journal*. 2019. Vol. 13, No. 2. P. 181–193.
19. The future of citizen science: emerging technologies and shifting paradigms / G. Newman et al. // *Frontiers in Ecology and the Environment*. 2012. Vol. 10, No. 6. P. 298–304.
20. Franzen M. Changing science-society relations in the digital age: the citizen science movement and its broader implications1 // *Handbook on science and public policy*. 2019. No. 2. P. 336–356.
21. Innovation in open science, society and policy—setting the agenda for citizen science / S. Hecker et al. // *Citizen Science: Innovation in open science, society and policy*. 2018. No. 3. P. 1–23.
22. Citizen science: a new approach to advance ecology, education, and conservation / H. Kobori et al. // *Ecological research*. 2016. Vol. 31. P. 1–19.
23. Mueller M. P., Tippins D., Bryan Ph D L. A. The future of citizen science // *Democracy and Education*. 2011. Vol. 20, No. 1. P. 1–12.
24. West S. E., Pateman R. M. Recruiting and retaining participants in citizen science: What can be learned from the volunteering literature? // *Citizen science: Theory and practice*. 2016. No. 1. P. 1–10.
25. Knöchelmann M. The democratisation myth: Open Access and the solidification of epistemic injustices // *Science & Technology Studies*. 2021. Vol. 34, No. 2. P. 65–89.
26. Open peer review: promoting transparency in open science / D. Wolfram et al. // *Scientometrics*. 2020. Vol. 125, No. 2. P. 1033–1051.
27. The future of citizen science: emerging technologies and shifting paradigms / G. Newman et al. // *Frontiers in Ecology and the Environment*. 2012. Vol. 10, No. 6. P. 298–304.
28. «Citizen science»? Rethinking science and public participation / B. Strasser et al. // *Science & Technology Studies*. 2019. Vol. 32, No. 2. P. 52–76.

29. What motivates volunteers to engage in health-related citizen science initiatives? A case study of our outdoors / E. Lehman et al. // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. Vol. 17, No. 19. P. 6950.
30. Tulloch A. I. T., Szabo J. K. A behavioural ecology approach to understand volunteer surveying for citizen science datasets // *Emu-Austral Ornithology*. 2012. Vol. 112, No. 4. P. 313–325.
31. Analysis of species richness in Barcelona beaches using a citizen science based approach / N. Aparicio Camín et al. // *Nature*. 2019. No. 2. P. 1–20.
32. What does open peer review bring to scientific articles? Evidence from PLoS journals / C. Wei et al. // *Scientometrics*. 2023. Vol. 128, No. 5. P. 2763–2776.
33. Irwin A. Constructing the scientific citizen: science and democracy in the biosciences // *Public understanding of science*. 2001. Vol. 10, No. 1. P. 1–18.
34. Душина С. А., Куприянов В. А., Хватова Т. Ю. Социальные академические интернет-сети как репрезентация «открытой науки» // *Социология науки и технологий*. 2018. Т. 9, № 3. С. 80–98.
35. Vicente-Saez R., Martinez-Fuentes C. Open Science now: A systematic literature review for an integrated definition // *Journal of Business Research*. 2018. Vol. 88. P. 428–436.
36. Wenaas L. Open Access: A Change in Academic Publishing with Limited Reach? Graphics Center, University of Oslo, 2022. 200 p.
37. Thelwall M., Kousha K. Academia.edu: social network or academic network? // *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2014. Vol. 65, No. 4. P. 721–731.
38. Campos-Freire F., Ruas-Araujo J. The use of professional and scientific social networks: The case of three Galician universities // *Profesional de la Información*. 2017. Vol. 25, No. 3. P. 431–440.
39. Nández G., Borrego Á. Use of social networks for academic purposes: a case study // *The Electronic Library*. 2013. Vol. 31, No. 6. P. 781–791.
40. Rainie L., Wellman B. *Networked Creators, digital original edition: A BIT of Networked*. MIT Press, 2015. 25 p.
41. Ray S., Srivastava S. Virtualization of science education: a lesson from the COVID-19 pandemic // *Journal of proteins and proteomics*. 2020. Vol. 11, No. 2 P. 77–80.



# Migration strategies of the older population: the experience of Russia and other countries

A. V. Uriadova<sup>1</sup>, T. S. Akopova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-488-495

Research article  
Full text in English

The article discusses migration strategies of the population over the working age in Russia and foreign countries. A comparative analysis of statistical data on the inbound and outbound flows of internal migration of this category of population in the Russian Federation has been performed. The features of regional differentiation of migration, as well as the intensity of migration of the population over the working age, are revealed. It is noted that the migration of the population over the working age is increasing numerically, but its share in the composition of migration flows remains stable. The internal migration of Russian pensioners is predominantly female in terms of its gender composition. Its main focus is migration movements between cities, whereas foreign pensioners mainly migrate from the city to the countryside. Among the causes of migration movements of people over the working age, special attention is paid to returning to their historical homeland and reuniting with their family. It is noted that family migration is typical for most European countries, and changes in migration strategies of the population over working age are associated not only with differences in the level and lifestyle of retirement in different countries, but also with the fact that the studied population category itself is changing qualitatively, it is becoming more adaptive and active.

**Keywords:** migration strategies; adaptation potential; age migrants; external migration; internal migration; pensioners

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Uriadova, Anna V. | E-mail: [koukouch@mail.ru](mailto:koukouch@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-0091-0293  
D. Sc. (History), Associate Professor

Akopova, Tatiana S. | E-mail: [t.akopova@uniyar.ac.ru](mailto:t.akopova@uniyar.ac.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-0770-0758  
Cand. Sc. (Sociology)

**Funding:** Yaroslavl State University (project VIP-018, project VIP-020).

**For citation:** Uriadova A. V., Akopova T. S. Migration strategies of the older population: the experience of Russia and other countries // *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 488-495. (In Russ.)



## Миграционные стратегии населения старше трудоспособного возраста: опыт России и зарубежных стран

А. В. Урядова<sup>1</sup>, Т. С. Акопова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-488-495  
УДК 314.7

Научная статья  
Полный текст на английском языке

В статье рассматриваются миграционные стратегии населения старше трудоспособного возраста в России и зарубежных странах. Выполнен сравнительный анализ статистических данных по въездным и выездным потокам внутренней миграции этой категории населения в РФ. Выявлены особенности региональной дифференциации миграции, а также интенсивность миграции населения старше трудоспособного возраста. Отмечается, что миграция населения старше трудоспособного возраста увеличивается численно, однако ее удельный вес в составе миграционных потоков остается стабильным. Внутренняя миграция российских пенсионеров по своему гендерному составу является преимущественно женской. Ее главным направлением являются миграционные перемещения между городами, тогда как зарубежные пенсионеры в основном мигрируют из города в сельскую местность. Среди причин миграционных перемещений людей старше трудоспособного возраста особое внимание уделяется возвращению на историческую родину и воссоединению с семьей. Отмечается, что семейная миграция характерна для большинства европейских стран, а изменения миграционных стратегий населения старше трудоспособного возраста связаны не только с различиями уровня и образа жизни на пенсии в разных странах, но и с тем, что качественно меняется сама изучаемая категория населения, она становится более адаптивной и активной.

**Ключевые слова:** миграционные стратегии; адаптационный потенциал; возрастные мигранты; внешняя миграция; внутренняя миграция; пенсионеры

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Урядова, Анна Владимировна | E-mail: [koukouch@mail.ru](mailto:koukouch@mail.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-0091-0293  
Доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры  
новейшей отечественной истории

Акопова, Татьяна Сергеевна | E-mail: [t.akopova@uniyar.ac.ru](mailto:t.akopova@uniyar.ac.ru)  
ORCID iD: 0000-0003-0770-0758  
Кандидат социологических наук, доцент, декан факультета  
социально-политических наук

**Финансирование:** ЯрГУ (проект VIP-018, проект VIP-020).

**Для цитирования:** Урядова А. В., Акопова Т. С. Миграционные стратегии населения старше трудоспособного возраста: опыт России и зарубежных стран // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 488-495.

Вариативность трудовых, финансовых, здоровьесберегающих стратегий порождает многообразие миграционных практик населения старше трудоспособного возраста. В мире существуют страны, где отсутствуют традиции пенсионной миграции (например, Испания), у других они появились очень рано (например, Англия и Франция). Миграционные стратегии во многом зависят от стадий жизненного цикла. «Третий возраст» – стадия жизненного цикла человека, когда он выходит на пенсию, оставляя свою прежнюю профессиональную деятельность. Изменяется его образ жизни, характер труда. Это условное название первых лет пенсионного возраста («молодые пожилые»). Вслед за ним наступает «четвертый возраст». Такое обозначение жизненных циклов предложил в 1974 г. П. Ласлетт [1]. Некоторые авторы считают, что в связи с особенностями данных возрастных групп (первая – относительный достаток и хорошее здоровье, вторая – ухудшение здоровья, снижение доходов, рост уязвимости [2]) причины их миграции различаются.

В демографической статистике этим периодам соответствует категория населения старше трудоспособного возраста. В разных европейских странах население, как правило, выходит на пенсию в возрасте от 60 до 67 лет. В последние годы в ряде стран (например, в России, Франции) были осуществлены пенсионные реформы, увеличившие возраст выхода на пенсию, что связано с увеличением продолжительности жизни. В 2019 г. средняя продолжительность жизни в России составила 73,2 года [3]. Наиболее высокие показатели продолжительности жизни сегодня наблюдаются в Японии (84,3) и Южной Корее (83,3), а самые низкие – в странах Африки (чуть более 60 лет). Пандемия внесла свои коррективы, сократив продолжительность жизни, однако прогнозы исследователей в целом благоприятны и говорят о восстановлении данных показателей и их дальнейшем росте. Такие изменения (увеличение продолжительности жизни, более поздний выход на пенсию) приводят к изменению границ понятия «третий и четвертый возраст».

Возрастной состав мигрантов относится к структурным показателям миграции, которые изучаются значительно реже, чем ее количественная динамика. Миграция населения старше трудоспособного возраста редко становилась предметом исследований. Е. В. Тарасова объясняет это «в первую очередь более низкой (по сравнению с трудоспособным населением) пространственной мобильностью пожилых, а также меньшей значимостью их миграции для развития трудовых ресурсов» [4, с. 150–151]. Одна из причин низкой мобильности этой категории населения, которая выделяется исследователями, – его консервативность. Г. В. Ниорадзе увязывает низкую мобильность старшего поколения со слабым адаптационным потенциалом, отмечая его уязвимость и сложности с интеграцией (низкий социально-экономический статус, проблемы со здоровьем, одиночество, дискриминация и сегрегация) [5, с. 43–44].

Однако пенсионеры XX и XXI века – это очень разные категории. Многие современные представители «третьего возраста» прожили достаточно яркую жизнь, много путешествовали, обладают большим жизненным опытом. Западные исследователи отмечают, что нынешние пенсионеры, будучи молодыми, рано покинули родительский дом [6, с. 446]. «Прикрепление» к месту, ностальгия в их случае работает совсем не так, как с предыдущими поколениями. Еще одной особенностью большинства современных «молодых пенсионеров» является продолжение ими трудовой активности после выхода на пенсию. В связи с этим изучение возрастных мигрантов становится все более актуальным.

Немаловажным фактором, приводящим к росту удельной численности пожилых мигрантов, является общее старение населения в связи с увеличением продолжительности жизни и сокращением рождаемости, прежде всего в европейских странах. По данным ООН, к 2050 г. пожилым в среднем будет каждый третий человек в мире [7]. Правда, возможно, тогда изменят возрастные границы данного понятия. Эти процессы актуализируют исследование миграционного поведения населения старше трудоспособного возраста.

Миграционная мобильность населения старше трудоспособного возраста включает как внешние, так и внутренние миграции, которые происходят в пределах «своей» страны. Их предпочтение зависит от целого ряда факторов: «молодые пенсионеры» и супружеские пары больше склонны к эмиграции, нежели переезду внутри страны, тогда как представители более старшего «четвертого возраста» – наоборот. При этом если причины внутренней и внешней миграции могут различаться, то психологические и другие барьеры для «возрастных» мигрантов будут достаточно схожими.

Анализ данных Росстата по миграции населения РФ показывает неравномерную динамику миграционных потоков за период 2019–2023 гг. При этом максимальное число прибывших как в пределах России, так и из других стран (в целом и старше трудоспособного возраста) фиксируется в 2019 г. В 2022–2023 гг. наблюдается уменьшение объемов как миграционных потоков в целом, так и миграций лиц пенсионного возраста. Аналогичные тенденции прослеживаются и по отдельным категориям мигрантов старше трудоспособного возраста (мужчины/женщины, городское/сельское население). Наименьшее количество мигрантов-пенсионеров наблюдается в пандемийном 2020 г., тогда как в целом самыми низкими показатели их миграции были в 2023 г.

Данные статистики демонстрируют снижение общей миграционной активности и перемещений изучаемой возрастной категории за период 2019–2023 гг. Пик «возрастной» эмиграции за пределы страны приходится на 2022 г., когда он почти вдвое превышает соответствующие показатели 2021 г., что характерно и для эмиграции (выбывшие в другие страны) из Российской Федерации в целом. Из всех мигрирующих как внутри страны, так и выезжающих за рубеж пенсионеры составляли в среднем около 11 %. При этом если взять соотношение внутренних и внешних мигрантов старше трудоспособного возраста, то последние составляют всего лишь около 9 % от числа всех «возрастных» переселенцев и около 10 % от общего числа эмигрантов всех возрастов, выезжающих за рубеж [8].

По данным Международной организации по миграции, в 2019 году большинство международных мигрантов (около 74 %) находилось в трудоспособном возрасте (20–64 года), при сохранении неизменной с 2000 года доли международных мигрантов в возрасте 65 лет и старше (около 12 %) [9, с. 26]. По данным ООН, доля мигрантов старше 60 лет на 2020 г. составляла 17,2 % (48,2 млн. человек из 280,6 млн. общего количества мигрантов). За последние 30 лет численность пожилых мигрантов практически удвоилась (25,5 млн. человек – в 1990 г., 48,2 млн. человек – в 2020 г.), однако их удельный вес среди всех мигрантов остался почти неизменным (16,6 % – в 1990 г., 17,2 % – в 2020 г.) [5, с. 49]. То есть наблюдается тенденция к росту абсолютного числа «возрастных» мигрантов при сохранении их стабильной доли в общем миграционном потоке.

По мнению Л. Б. Карачуриной, несмотря на то, что пожилых «привлекают периферийные территории в регионах с благоприятными природно-климатическими условиями, в целом интенсивность миграции людей в возрастах 50+ по-прежнему невысока, так как выход на пенсию в России «растянут» по времени. При этом регистрируемый выезд пожилых из крупных городов по-прежнему не очень распространен, так как мигранты боятся лишиться региональных социальных выплат» [10, с. 258].

Противоположная ситуация наблюдается в Европе, где, в отличие от России, пенсионеры стремятся уехать из крупных городов и столичных агломераций. Подобная ситуация наблюдается во Франции [6, р. 445; 11, р. 135], Великобритании [12, р. 151], Швеции [13], Италии [14], Германии [15]. В США пенсионеры, в том числе представители среднего класса, также стремятся уехать из больших городов Северо-Востока в южные и западные регионы. Калифорния, Флорида, Аризона, Невада, Нью-Мексико, Миннесота, Висконсин и Пенсильвания в связи с этим даже получили прозвище «штаты пенсионеров» [16]. Такие миграции негативно влияют на демографическую структуру территорий их вселения, увеличивая процент пожилых, и отчасти – на экономическую ситуацию, сокращая долю трудоспособного населения и поступление налогов.

Можно выделить несколько типов расселения пенсионеров, возникающих в результате таких миграций: в окрестностях крупных городов, в радиусе, увеличенном за счет развития транспорта; в курортных регионах, особенно на побережье и у озер, в местах, связанных с какими-либо инфраструктурными преимуществами [6, р. 449]. Есть и исключения из этого правила, например Нидерланды, где модели миграции пенсионеров не совпадают с общеевропейскими. Для них не характерно перемещение из города в сельскую местность и на прибрежные курорты, так как пенсионеры и без того располагают широким спектром возможностей для отдыха и проживания [17].

Исследователи по-разному интерпретируют причины возрастных миграций. Еще в 1979 г. Р. Вайзман и Г. Роузман выделили три причины: удобство (отдыха, медицинских учреждений, служб ухода и т. д.), возвращение (на историческую родину), семейная миграция (воссоединение с семьей) [18]. Причем данный перечень не является закрытым.

Безусловно, семья является одним из немаловажных факторов миграции пожилых, особенно одиноких людей [19]. При этом, как правило, в случае с миграцией представителей «третьего возраста» речь идет о помощи детям, внукам, а «четвертого» – о помощи самим пенсионерам со стороны семьи. В отличие от миграций населения более младшего возраста такие переселения не связаны с учебой или работой. Ведущую роль в них играют социальные и родственные связи. Семейный фактор важен лишь в некоторых европейских странах, что связано с их национальными традициями и менталитетом. Так, например, Ф. Бартио, сравнивая миграцию пожилых в США и Италии, пришел к выводу о гораздо большем значении роли семьи для итальянцев [20]. При этом большинство остальных показателей миграции в этих странах были схожи.

Миграция «молодых пенсионеров», ведущих активный образ жизни, может быть обусловлена новой работой, стремлением повысить пенсионные выплаты (в России, например, переезд в Москву), улучшить качество жизни в плане медицинских услуг, экологии, жилищных условий. К улучшению качества жизни стремится большин-



ство пенсионеров в развитых странах, которые переезжают из соображений стоимости жилья, его комфорта, доступности и т. д. [21; 22]. В США, Канаде, Австралии, Швеции, Великобритании такая миграция в основном затрагивает зажиточных пенсионеров, переселяющихся в более комфортные для жизни районы.

Изучая статистику межрегиональной миграции в разных странах, Л. Б. Карачурин и Н. В. Мкртчян пришли к выводу о том, что интенсивность миграции в возрасте 60–64 лет в России и других странах примерно одинаковая. Исключение составляют США, где она примерно вдвое выше, чем в России. Существенно выше миграция в этом возрасте также внутри провинций в Канаде и Германии, но при этом между провинциями активность переселений в пожилых возрастах вдвое уступает российской [23, с. 79].

В России существует большая региональная дифференциация миграции пенсионеров. Особой интенсивностью миграционного оттока отличаются дальневосточные и северные регионы: будучи в трудоспособном возрасте, люди зарабатывают здесь на квартиру, хорошую «северную» пенсию и, выходя на нее раньше (иногда не по возрасту, а по накоплению «северного» трудового стажа, будучи «молодыми пожилыми»), уезжают в центральные или южные районы страны [24, с. 55]. Более интенсивный миграционный приток в том числе пожилых до 2022 г. был характерен для южных регионов РФ. Региональная дифференциация миграций характерна и для других стран (Франция, США), территории которых находятся в разных климатических зонах, отличаются по социальным льготам и другим параметрам [25, р. 120].

Еще одна особенность внутренних миграций лиц старше трудоспособного возраста – так называемый дачный феномен, когда, оставаясь прописанными в городских квартирах, пожилые оставляют их детям-внукам и переезжают на постоянное место жительства за город. Переезд в загородные дома характерен и для некоторых других стран (например, Франции), но он, как правило, носит сезонный характер. В отдельных случаях для работающих пенсионеров такие миграции могут принимать маятниковый характер, являясь своего рода заменой миграции из города [26].

В постперестроечный период эмиграция населения «третьего» и «четвертого» возрастов в России была, в том числе, вызвана репатриационными программами Германии, Израиля и некоторых других стран. Часть из них была закрыта к 2008 г. Поводом для эмиграции в этом случае было возвращение на «историческую родину», хотя причины оставались в основном все теми же – социально-экономическими.

Безусловно, финансовый вопрос также важен для миграции пожилых. Зарубежные авторы отмечают, что благосостояние в западных странах неуклонно растет, что дает пенсионерам большую свободу в выборе места жительства, будь то эмиграция или внутренняя мобильность. При этом отмечаются существенные различия миграций по социальным категориям (например, супружеские пары и одинокие женщины) и странам. Страновая специфика особенно заметна, если сравнить долю основных расходов (питание, жилье, медицинское обслуживание) в бюджетах пенсионеров. В Греции и Испании на них уходит 80 %, тогда как в Великобритания на еду и жилье тратится 67 % доходов людей в возрасте 65 лет и старше [6, р. 446].

В России пожилые люди, задумываясь о переезде за рубеж, боятся потерять положение и имущество, которое они имели на родине. Поскольку чаще всего такие мигранты едут за границу к своим детям, они ориентированы не на интеграцию

в принимающий социум, а на присоединение к своей семье. Незнание языка и другие сложности адаптации в зарубежном сообществе их, как правило, не пугают, поскольку они рассчитывают общаться в замкнутом круге близких. Сдерживающими обстоятельствами при таких миграциях могут служить проблемы со здоровьем, наличие бесплатной медицины в РФ и сложности с медобслуживанием в других странах. Кроме того, возможны сложности с адаптацией к другим традициям, пище, климату.

В конечном итоге маргинальность положения мигранта при таких переселениях накладывается на смену статуса с работающего на пенсионера, что еще больше усложняет ситуацию. В этом смысле пожилых мигрантов можно назвать двойными маргиналами. Французский исследователь Ф. Крибье именует их двойным меньшинством, поскольку, с одной стороны, пожилые, решившиеся на переезд, составляют меньшинство в своей возрастной категории (остальные остались на прежних местах), а с другой – как представители данной возрастной группы они составляют меньшинство в составе миграционных потоков в целом [25, p. 121].

Таким образом, миграционные стратегии населения старше трудоспособного возраста определяются уровнем жизни, устойчивостью семейных связей, индивидуальными жизненными траекториями. Реализация стратегий идет в нескольких направлениях, определяющих типы миграции для этой категории населения: климатические, семейные, экономические. Основным трендом является внутренняя миграция в рамках одной страны. При этом в России преобладает городская миграция, а в европейских странах – сельская. Доля возрастных мигрантов в общем миграционном потоке в последние десятилетия остается практически неизменной при общей тенденции к росту численности мигрантов этой категории.

## Ссылки

1. Laslett P. The Third Age, the Fourth Age and the Future // *Ageing and Society*. 1994. Vol. 14, No 3. P. 436–447.
2. Warnes A. M. The development of retirement migration in Great Britain // *Espace, populations, sociétés*. 1993. No. 3. P. 451–464.
3. Life expectancy and Healthy life expectancy. Data by Country // World Health Organization. URL: <https://apps.who.int/gho/data/node.main.688> (дата обращения: 20.10.2024).
4. Тарасова Е. В. Особенности миграции населения старше трудоспособного возраста в Алтайском крае // *Социальная интеграция и развитие этнокультур в евразийском пространстве*. 2013. № 1. С. 150–153.
5. Ниорадзе Г. В. Международная миграция старшего поколения: общемировые и российские тенденции // *Демис. Демографические исследования*. 2021. Т. 1, № 4. С. 43–58.
6. Cribier F., Dieleman F. M. La mobilité résidentielle des retraités en Europe occidentale // *Espace, populations, sociétés*. 1993. No. 3. P. 445–449.
7. World Population Prospects 2019 // United Nation. Population Division. URL: [https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019\\_Highlights.pdf](https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf) (дата обращения: 20.10.2024).
8. Численность и миграция населения Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13283> (дата обращения: 25.10.2024).
9. Доклад о миграции в мире 2020 // International Organization for Migration. URL: [https://publications.iom.int/system/files/pdf/final-wmr\\_2020-ru.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/final-wmr_2020-ru.pdf) (дата обращения: 20.10.2024).

10. Карачурина Л. Б. Муниципальные образования России сквозь призму миграции населения разных возрастов // Тенденции пространственного развития современной России и приоритеты его регулирования. Материалы Международной научной конференции (XIII Ежегодная научная Ассамблея АРГО). Тюмень, 2022. С. 256–259.
11. Cribier F. La migration de retraite des fonctionnaires parisiens. // Bulletin de l'Association de géographes français. 1970. No. 381. P. 135–143.
12. Stuart A. F. Migration and Population turnover in a London Borough: the incidence and implications of retirement outmigration // Espace, populations, sociétés. 1987. № 1. P. 137–151.
13. Öberg S., Scheele S., Sundström G. Migration among the elderly, the Stockholm case // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 503–514.
14. Bartiaux F., Bonaguidi A. Les migrations de retraite des Milanais // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 515–522.
15. Kemper F.-J. Migrations of the elderly in West Germany: Developments 1970–1990 // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 477–487.
16. Cribier F. Les migrations de retraite aux Etats-Unis // Travaux de l'Institut Géographique de Reims. 1975. No. 21-22. P. 133–143.
17. Hooimeijer P., Dieleman F. M., Kuijpers-Linde M. Is elderly migration absent in the Netherlands? // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 465–476.
18. Wiseman R., Roseman G. A typology of elderly migration based on the decision making process // Economic geography. 1979. № 55-1. P. 324–337.
19. Grundy E. Household Change and Migration among the Elderly in England and Wales // Espace, populations, sociétés. 1987. № 1. P. 109–123.
20. Bartiaux F. Une étude par ménage des migrations des personnes âgées : comparaison des résultats pour l'Italie et les Etats-Unis // Cahiers québécois de démographie. 1988. No. 17 (2). P. 247–271.
21. Cribier F., Duffau M.-L., Kych A. Le maintien à domicile d'une population parisienne très âgée. // Les Annales de la recherche urbaine. 1996. No. 73. P. 99–107.
22. Ford R. The Process of Mobility Decision-making in Later Old Age: early findings from an original survey of elderly people in South East England // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 523–532.
23. Карачурина Л. Б., Мкртчян Н. В. Внутренняя долговременная миграция населения в России и других странах // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2017. № 2. С. 74–80.
24. Карачурина Л. Б., Иванова К. А. Миграция пожилых в России (по данным переписи населения 2010 г.) // Региональные исследования. 2017. № 3. С. 51–60.
25. Cribier F. Les migrations de retraite en France: matériaux pour une géographie du troisième âge // Bulletin de l'Association de géographes français. 1970. No. 381. P. 119–122.
26. Cribier F., Kych A. Les migrations de retraite des citoyens en France // Espace, populations, sociétés. 1993. No. 3. P. 489–501.



# An interdisciplinary approach to the study of the person as a sociocultural phenomenon in the discourse of mass communication

L. G. Antonova<sup>1</sup>, A. I. Petrov<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-496-505

Research article  
Full text in Russian

In this paper, an attempt is made to purposefully consider the concept of «person» as relevant and in demand for the discourse of mass communication. It can be said that this concept is becoming a kind of sociocultural phenomenon, the study of which involves various fields of scientific knowledge: cultural studies, imagology, sociolinguistics, psycholinguistics, and communication studies. The authors of the work turn to an analytical description of the characteristics of a person as a socio-cultural phenomenon, with its inherent historical and cultural characteristics, image-based personality traits. They show the connection of this concept with cultural phenomena, with civilizational processes in society. Considering the phenomena of the image passport of a personality, the authors reveal the features of the image that a person creates and with which the audience associates. In addition, the paper presents in detail the characteristics of the media personality, names the unique properties of any personal personality that actively declares itself in the modern media environment. At the same time, the authors place the main emphasis in the analytical description on the differentiation of concepts: media images, media personalities, media personalities, and highlight criteria for the qualitative difference between one from the other. A separate part of the article introduces the conclusions of the applied study of the self-presentation and positioning of the media persona, the characteristics of its discursive relations with the target public. The authors manage to prove that the media persona attracts sustained attention to its image, demonstrates itself in the context of a controversial provocative media discourse, which contradicts the social norms accepted in society at the moment. The conducted empirical research makes it possible to understand why a provocative, outrageous, negative media personality is at the same time an "idol" of the younger generation, a reflection of «new values».

**Keywords:** persona; personality image; discourse of mass communication; media space; media personality; interdisciplinary approach

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Antonova, Lubov G. | E-mail: [antonova\\_lubov@mail.ru](mailto:antonova_lubov@mail.ru)  
D. Sc. (Pedagogy), Professor

Petrov, Alexey I. | E-mail: [barklay.noragami@mail.ru](mailto:barklay.noragami@mail.ru)  
Postgraduate

**Funding:** Yaroslavl State University (project VIP-019).

**For citation:** Antonova L. G., Petrov A. I. An interdisciplinary approach to the study of the person as a sociocultural phenomenon in the discourse of mass communication // *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 496-505. (in Russ.)



# Междисциплинарный подход к изучению персоны как социокультурного феномена в дискурсе массовой коммуникации

Л. Г. Антонова<sup>1</sup>, А. И. Петров<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-496-505  
УДК 81.42

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье предпринята попытка целенаправленно рассмотреть понятие «персона» как актуальное и востребованное для дискурса массовой коммуникации. Можно говорить, что данное понятие становится своего рода социокультурным феноменом, к изучению которого подключаются разные области научного знания: культурология, имиджология, социолингвистика, психолингвистика, коммуникативистика. Авторы работы обращаются к аналитическому описанию особенностей персоны как социокультурного явления, с присущими ей историко-культурными характеристиками, имиджевыми личностными чертами; показывают связь данного понятия с явлениями культуры, с цивилизационными процессами в обществе. Рассматривая явления имиджевого паспорта личности, авторы раскрывают особенности образа, который персона создает и с которым ассоциируется у аудитории.

Кроме того, в работе подробно представлена характеристика медиаперсоны, названы уникальные свойства персональной личности, активно заявляющей о себе в современной медийной среде. При этом основной акцент в аналитическом описании авторы делают на разграничении понятий: медиаобраза, медиаперсоны, медиаличности, выделяют критерии качественного отличия одного от другого.

Отдельная часть статьи знакомит с выводами прикладного изучения самопрезентации и позиционирования медиаперсоны, характеристики ее дискурсивных отношений с целевой общественностью. Авторам удается доказать, что медиаперсона привлекает устойчивое внимание к своему образу, демонстрирует себя в контексте противоречивого провокационного медиадискурса, что противоречит социальным нормам, принятым в обществе на данный момент. Проведенное эмпирическое исследование позволяет понять, почему эпатажная, вызывающая отрицательные отзывы медиаперсона является в то же время «кумиром» молодого поколения, отражением «новых ценностей».

**Ключевые слова:** персона; имидж личности; дискурс массовой коммуникации; медиaprостранство; медиаличность; междисциплинарный подход

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Антонова, Любовь Геннадьевна | E-mail: [antonova\\_lubov@mail.ru](mailto:antonova_lubov@mail.ru)  
Доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой теории и практики коммуникации

Петров, Алексей Иванович | E-mail: [barklay.noragami@mail.ru](mailto:barklay.noragami@mail.ru)  
Аспирант кафедры теории и практики коммуникации

**Финансирование:** ЯрГУ (проект VIP-019).

**Для цитирования:** Антонова Л. Г., Петров А. И. Междисциплинарный подход к изучению персоны как социокультурного феномена в дискурсе массовой коммуникации // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 496-505.

© ЯрГУ, 2024

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## **Введение**

В последние годы всё чаще в медиапространстве появляются яркие персоны, которые невольно становятся «лидерами мнений», «иконами стиля», трансляторами актуальных общественных интересов, персональными коучами для многих представителей интернет-сообщества. Обращает на себя внимание тот факт, что именно провокационная, эпатажная, вызывающая отрицательные отзывы медиаперсона является в то же время «кумиром» молодого поколения, отражением «новых ценностей», которые часто противоречат принятым в обществе на данный момент этико-нравственным стандартам.

Наше исследование посвящено изучению персоны как социокультурного феномена, активно представленного в дискурсе массовой коммуникации, в медиапространстве и привлекающего устойчивое внимание к своему образу. Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения новых явлений информационного пространства, связанных с имиджированием персоны, вопросами стратегий и тактик личности, активно позиционирующей себя в медиапространстве.

## **Постановка проблемы**

Как показывает опыт исследования, каждая медиаперсона имеет собственные приёмы и инструменты самоимиджа, выбирает свою программу позиционирования. Но, используя ключевые параметры характеристического описания медиаперсоны, большой исследовательский контент эмпирического материала, демонстрирующего коммуникативные приемы самоимиджа и самопозиционирования каждой из выбранных нами медиаличностей, мы можем представить обобщенный портрет современной медиаперсоны.

Цель исследования – описать особенности персоны как социокультурного феномена в контексте междисциплинарного подхода, используя научный инструментарий коммуникативистики, социолингвистики и имиджологии, анализируя способы имиджирования персоны и причины выбора персоны как «героя и кумира» для современного молодого человека, активно взаимодействующего в дискурсе массовой коммуникации.

В основу методологии исследования легли работы В. М. Шепеля, П. Л. Зайцева, М. М. Гукасовой, В. И. Карасика, Г. М. Соловьева и некоторых других исследователей, описывающих актуальные процессы современного медиапространства и вопросы стратегического коммуницирования персоны как языковой личности.

Предметом исследования являются имиджевые черты персоны как социокультурного феномена, способы и средства создания прецедента персонального образа.

Научная новизна работы определяется обращением к недостаточно изученным вопросам персонологии, включающим аналитическое описание особенностей персоны как социокультурного явления с присущими ей историко-культурными характеристиками, имиджевыми личностными чертами и современной презентацией уникальных свойств в медийной среде. Отдельная часть статьи знакомит с выводами прикладного изучения способов и средств самопрезентации и позиционирования медиаперсоны и характеристикой ее дискурсивных отношений с целевой общественностью.

## Основная часть

**Персона как социокультурный феномен** продуктивно представлена в современных научных исследованиях достаточно широкого диапазона. Авторы научных работ, как правило, интересуют вопросы имиджевого статуса личности, черты ее коммуникативного «портрета» и «языкового паспорта» и, конечно, ценности, ориентиры бытия, которые и определяют ее популярность, персонифицированность. П. Л. Зайцев в исследовании, посвященном понятию «персона», отмечает, что этот термин (от лат. *persona* – актерская маска) появился как название или обозначение маски, которую актер использовал в театре для обозначения своей роли [1]. Согласно толковому словарю Ожегова, персона – это 1) Личность, особа (книжн. и ирон.) [2].

Историко-культурный экскурс позволит нам вспомнить определение персоны, которое сформировал в начале VI в. Боэций: «*Persona est naturae rationalis individua substantia*» - персона представляет собой разумную неделимую сущность [3].

Позже подробную разработку понятия «персона» мы находим в работах К. Г. Юнга. Так, П. Л. Зайцев отмечает, что «персона у Юнга (во множестве переводов на русский язык – маска) дополняет другие архетипы души – тень, аниму, анимус, самость. Согласно концепции К. Г. Юнга, **персона** – это прежде всего *реакция личности* на социальные нормы, *образ*, который человек формирует в обществе, чтобы создать комфортные условия для своей жизни [1].

В сборнике «Очерки по психологии бессознательного» Юнг отмечает, что отсутствие внутреннего единства является «характеристикой цивилизованного человека». Так, например, невротик – специфический пример человека, который испытывает «внутренний конфликт» и стремится к гармонии между своей природой и культурой [4, с. 28]. Это помогает нам установить *связь персоны с явлениями культуры, цивилизационными процессами*, что особенно значимо при характеристике персоны с позиции социолингвистики и лингвокультурологии.

Необходимо отметить, что понятие «персона» было сформулировано Юнгом в начале формирования теории о коллективном бессознательном. П. Л. Зайцев обращает на это внимание и указывает на определенный парадокс: архетипы создают «исторического человека, не будучи при этом его продуктом»; они являются образованием из доисторического и мифологического прошлого. Персона, по его мнению, имеет «историческую природу, как и персонажи, которые воплощают архетипы, и, хотя персона «связана с цивилизацией и не занимает места в системе архетипов», она сама по себе «является архетипом» [1].

П. Л. Зайцев пытается осмыслить *причину появления понятия персоны у Юнга* и приходит к выводу, что архетип персоны, помимо своего внутреннего содержания, раскрывает другие архетипы коллективного бессознательного в психической жизни цивилизованного человека, а его собственное значение представляет собой отражение цивилизованного общества [Там же]. Далее автор делает важное замечание относительно *социального поведения человека*: «... важно понимать, что человек играет не одну роль, а множество, но ни с одной из них полностью не сливается», поэтому, по мнению автора, **персона** – «не просто маска, надеваемая актером, она выражение его лица, грим, гримаса» [Там же].

**Таким образом**, мы понимаем, что в системе Юнга персона – это *некий компромисс между индивидуальным и общественным*. В связи с этим мы оправданно рассматриваем конкретную личность, яркую *индивидуальность в контексте той со-*

циальной среды, в том числе медийной, которая ее «сформировала» и активно «поддерживает».

*Социально обусловленный аспект* актуализирован и в современном толковании понятия персоны. В новейшем философском словаре дается следующее определение: «**Персона** (лат. *persona* – маска, роль актера) – понятие, выработанное для отображения социальной природы человека, рассмотрения его как субъекта социокультурной жизни, определения его как носителя индивидуального начала (интересы, способности и др.)» [3]. А. С. Обухов рассматривает понятие «персона» как схожее с понятием «личность», но отмечает, что психологический концепт «личность», или «*persona*», имеет «длительный историогенез и культурные вариации содержательного наполнения» [5, с. 22]. По мнению автора, «подобный концепт, сложившийся в индивидуальной жизни человека, в конкретной социокультурной общности задает определенное *чувство личности*» [Там же. С. 295].

В данном контексте представляется необходимым привести важно утверждение А. Ф. Лосева о *специфике личности*: по его мнению, каждая живая личность в той или иной степени «является мифом»; она «осмыслена и оформлена с точки зрения мифического сознания» [6, с. 99]. Ученый устанавливает связь между *индивидуальным* и *общим*, между персоной и мифом, что в какой-то мере соотносится с рассмотренной ранее теорией К. Г. Юнга.

А. С. Обухов отмечает, что в наши дни «индивидуальное приобретает статус примата над социальным; социальное начинает противопоставляться индивидуальному и рассматриваться как условие *подавления личностного «Я»* [5, с. 22–23]. В продолжение рассуждения об индивидуальном и личностном приведем мнение Н. Элиаса, который в своих исследованиях приходит к выводу, что **я-идентичность** выходит на первый план, заменяя собой **мы-идентичность** [7, с. 217]. Вместе с этим меняются и *ценности персоны*, личность стремится не к единению с обществом, а к обособлению. Таким образом, создается внутрличностный конфликт, обусловленный, с одной стороны, *осмыслением своего социального статуса* и себя как социальной единицы, с другой – *стремлением быть уникальной личностью*, «согласно социокультурным эталонам удачливого героя» [5, с. 23].

Стоит отметить, что в каждой культурной традиции существует собственный исторически сложившийся образ человека, который *зафиксирован в семиосфере этноса*. А. С. Обухов приходит к выводу, что «личность развивается в культуре; культура, в свою очередь, передается от поколения к поколению через личность (человек в своем развитии, присваивая культуру, становится ее носителем и деятелем)» [Там же. С. 24]. И это особенно очевидно, когда речь заходит о *смене культурных парадигм* и возникают новые требования к носителю культурной памяти, транслятору новых идей.

И именно поэтому в современной коммуникативистике понятие **персоны** становится одним из ключевых. М. М. Гукасова отмечает, что **персонной** в современном медиапространстве «становятся одаренные, самодостаточные, самореализуемые люди с мощной мотивацией (широкими потребностями) и неограниченными способностями» [8]. Персона хочет быть услышанной, имеет потребность во внимании, мы наблюдаем ее в *публичном поле*, а ее идеи могут *влиять на общество*.

Исследователей интересует вопрос *трансформации субъекта в персону* во время его творческой деятельности. М. М. Гукасова утверждает, что в современном медиапространстве личностью становится талантливый, независимый, саморазвиваю-



щийся человек с сильной мотивацией и широкими возможностями [Там же]. Отсюда и появляется желание не только внимания, но и проблемного дискурсивного диалога, основанного на передаче мыслей и идей.

В рамках междисциплинарного исследования, изучая характеристические особенности персоны, мы должны обратиться к научным практикам в области **имиджологии и социолингвистики**. **Имидж** – это тот образ, который персона создает и с которым ассоциируется у аудитории. Важно понимать, что мы рассматриваем именно имидж как *снятый образ* на основе восприятия той или иной персоны, а не анализируем *личностные параметры человека*. Но очень часто в сознании людей медийная персона равна самому человеку, его личности. Происходит это вследствие популяризации социальных сетей, где блогеры более открыто общаются с поклонниками, демонстрируют и оценивают свои личностные жизненные поступки. Но это все еще образ, который персона выстраивает в своем имиджевом контексте с помощью определенных инструментов и стратегий, которые и должны анализироваться. Социолингвистика объединяет методы языкознания, социологии и этнографии, таким образом, представляет возможность *комплексного изучения персоны*, что также важно в рамках нашей работы.

Современные исследования в области **имиджологии** опираются на известные научные открытия двадцатого века в области социальной психологии и социологии: работы Ч. Кули («зеркальное Я», самопрезентация); Дж. Мида («интериоризация», социальный символ, понимание «Другого» в структуре «Я»); исследования Т. Лукмана и П. Бергера (процессы конструирования социальной реальности), изучения роли игры в жизни человека (Дж. Морено, И. Гофман, И. Хейзинга), что в совокупности является базой для изучения **имиджа личности**.

В России в 1990-е годы начинается формирование первых теоретических представлений об имидже как об отдельном *социальном феномене*, и прежде всего они связаны со *смысловым наполнением* этого понятия. Особый вклад внесли научные работы Г. Г. Почепцова, В. М. Шепеля, Е. В. Егоровой-Гантман, А. Ю. Панасюка, Е. А. Петровой, А. А. Деркача, Д. В. Ольшанского и др.

Опираясь на сложившиеся научные мнения и подходы, можно определить, что под **имиджем** в большинстве случаев исследователи понимают **образ субъекта**. Но последние работы А. Ю. Панасюка позволяют уточнить это понятие. По мнению автора, для возникновения имиджевого знака «необходимо какое-либо отношение человека или группы людей (аудитории имиджа) к *прототипу этого образа*» [9, с. 21]. Следовательно, как считает автор, «отношение к образу (прообразу) выражается в виде определенного мнения, и такой образ называется оценочным. И вот при наличии этих двух факторов: образа и мнения об этом образе (прообразе) – и возникает имидж» [Там же].

Это положение является одним из ключевых в рамках нашего научного описания. Мы рассматриваем не только тот образ, который создает для себя медиальность как социальная персона, но и отношение аудитории к этому субъективному образу, что возможно проверить в ходе анкетирования, опроса.

В нашем исследовании мы должны рассмотреть и **семиотический подход к выявлению и характеристике персоны**. Например, Д. А. Фадеев и Т. В. Метляева, обращаясь к семиотическому коду в исследовании имиджа персоны, отмечают, что семиотический подход может быть использован в процессе формирования имиджа, и в этом случае акцент смещается с социально-психологического подхода,

где имидж рассматривается с точки зрения восприятия субъекта, на создание уникального сообщения, адресованного «Другому», на его понимание и интерпретацию [10]. **Имидж** рассматривается как культурный код, посредством которого происходит **репрезентация персоны**. В конечном итоге это становится текстом культуры, который формирует конечный образ. Такой подход обращает внимание исследователей на такие значимые характеристики имиджа, как «направленность, динамичность, субъективность, отсутствие автора» [Там же].

Таким образом, можно утверждать, что **«имидж выполняет ряд социокультурных функций»**, это проявляется при передаче информации, смыслообразовании и оформлении культурной памяти, и следует «упоминать о таких функциях *имиджа как текста*, выраженных процессом общения субъекта имиджа с имиджевым текстом» [Там же]. Мы, вслед за авторами исследования, можем сделать практикоориентированный исследовательский вывод: при характеристике имиджа персоны мы должны учитывать, как она «ведет диалог с субъектом и участвует в его перестройке, изменяя его структурную самоориентацию» [Там же], а значит, постоянно рассматривать имидж персоны в контексте всех ее изменений в позиционировании.

**Таким образом**, мы наблюдаем существование двух тенденций при изучении имиджа персоны: следует рассматривать образ субъекта как *способ самовыражения, самосознания и самореализации*, и в то же время образ субъекта должен рассматриваться как *средство влияния на других и способ достижения прагматических целей*.

Отметим, что при исследовании процессов и аспектов массмедийной коммуникации важно понимать, что появление **медийной персоны** – это **целостное социальное явление**. По мнению Г. М. Соловьева, оно является «неотъемлемой составляющей человеческих отношений», оно стремится отражать события, влияет на их формирование, «интерпретирует их особым образом» [11]. И подобная ретрансляция важной актуальной информации в медиапространстве и может обеспечить личности важнейший *персональный статус*.

В работе М. Абаева и М. Ежихиной поднимается важная для нашего исследования проблема **медийного человека**. Ученые отмечают, что происходит усиление *процесса медиатизации индивидуального опыта*, также наблюдается рост его социализации посредством СМИ. В связи с этим главная особенность нашего времени заключается в том, что *человек становится человеком медийным*: он активно участвует в медийном пространстве, его существование во многом определяется содержанием средств массовой информации, а его жизнь «тесно связана с медиаиндустрией, массовыми и социальными коммуникациями» [12].

В рассуждениях о медиаперсоне необходимо упомянуть работы по медиатехнологиям Ф. Дэвиса и его характеристики медиаимиджа, важные для нашего исследования. По мнению Ф. Дэвиса, медиаимидж – это тщательно разработанный и представленный публике имидж человека, который способствует взаимодействию медийной личности с широкой аудиторией, стимулирует определённые действия и доносит определённые идеи до масс [13, с. 134].

Таким образом, обобщая приведенные сведения о медиаперсоне, подчеркнем, что медиаличность представляет собой особый вид медийного человека, персоны, поступки, личностные особенности, привычки которого могут определять его же поведение. Важно, что человек, ставший непосредственно медиаличностью и медиаперсоной, становится транслятором своего понимания мира в медиасреде, представ-

ления о жизни и основных нравственных ценностях, а главное – он обретает свою аудиторию и получает возможность влияния на неё.

Это важное положение мы учитывали в своих опытах в прикладной части исследования.

Тема провокативного имиджа активно разрабатывается в современной коммуникативистике, но работ, посвященных аналитическому описанию медиаличностей как феноменальных персон, ярко отражающих свое время, активно занимающихся самоимиджем, продуктивно и ярко использующих все возможности медиасреды для транслирования личных сообщений, еще не предпринималось.

Мы попытались выяснить, как **медиаперсоны**, привлекающие устойчивое внимание к своему образу и активно демонстрирующие себя в контексте противоречивого провокационного медиадискурса, на самом деле **оцениваются молодым поколением**. Прежде всего необходимо было ответить на вопрос: действительно ли та или иная медийная личность является «героем и кумиром» для современного молодого человека, активно взаимодействующего с ней в дискурсе массовой коммуникации. Для нашего исследования мы отобрали двух медийных личностей, широко известных своим эпатажным и провокационным поведением (Илью Мэдисона и Артемия Лебедева), которые продуктивно работают со своим личным имиджем и активно позиционируют себя в современном медиaprостранстве, имеют многотысячную аудиторию подписчиков.

Мы разработали вопросы, позволяющие проверить мнение респондентов о выбранных нами медийных персонах, и провели онлайн-опрос для выяснения *причин обращения* к медийному персональному аккаунту медиаперсоны, понимания *особенностей отношения* молодых подписчиков к своим персонам, их включенности в информационный контекст, оценки транслируемых мнений (В опросе в форме онлайн-анкетирования приняло участие 87 человек в возрасте от 17 до 30 лет).

Полученные результаты позволяют понять современные инструменты *самоимиджа* и *позиционирования медиаперсоны* в социокультурном медийном пространстве и оценить *провокационные стратегии поведения* медиаперсоны в проблемном диалоге с молодой аудиторией в дискурсе массовой коммуникации.

Наш опрос показал, что молодое поколение не делает из подобных медиаличностей «героев», образы не идеализируются, а, скорее, принимаются в объективной реальности, такими, какие они есть. Анализ ответов позволяет говорить, что современный человек не теряет, как может показаться, своих «нравственных ориентиров»: молодые люди подходят осознанно, грамотно, конструктивно к оценке провокационного поведения медийных личностей. Различия в опросе личной и предполагаемой общественной оценки деятельности медиаперсон указывают на то, что молодая целевая аудитория понимает, что действия блогеров часто противоречат нормам морали и социальной этики, должны быть общественно порицаемыми. Но личной неприязни у опрошенных не возникает, чаще всего наблюдается нейтральное отношение к транслируемой информации. «Порицать» анализируемых медиаличностей, как считают подписчики, довольно сложно благодаря харизме персон, заманчивости образа создаваемого персонажа.

В ответах опрошенных подписчиков рассматривались, получали реакции, анализировались и обсуждались многие позитивные и конструктивные стороны медийного дискурса с персоной: что было привлекательно в поведении, что было значимо в транслируемой информации, а что вызывало «сомнение» или «непони-

мание и отторжение». Опрашиваемые подписчики справедливо замечали, что вокруг таких медиаперсон постоянно создается *общественный резонанс*, они авторитетны, креативны и интересны для своей целевой аудитории, своих подписчиков, и в этом многие респонденты видят особую заслугу современной медиаперсоны, большинство отмечало, что медиаперсоны «заслужили свою славу и популярность».

Рассуждая о причине популярности медиаличностей, молодая аудитория обращала внимание, что медиаперсона «успешно строит свой образ», «не боится демонстрации своих недостатков» и даже «может превратить их в свое оружие». Кроме того, современная медиаперсона «не идеальна» и этим может приближена к обычному участнику медиадискурса. Поддерживая деятельность таких медиаличностей, участники онлайн-опроса считают их «смелыми и умными», «креативными» в своих общественных проектах; как правило, положительно и высоко оценивают социальную и общественную активность медийной личности, своеобразную коммуникационную и маркетинговую «предприимчивость» персоны. Негативные обсуждения медиаперсоны в интернет-пространстве и социальных сетях многие из опрошенных считают «полезными», поскольку, благодаря подобным обсуждениям, медиаличности «становятся еще более популярными»; кроме того, медиаперсоны часто высказывают благодарности своим «хейтерам» и пытаются как можно чаще провоцировать их.

### Вывод

В ходе работы мы рассмотрели и изучили актуальный для коммуникативистики и дискурса массовой коммуникации вопрос существования персоны как социокультурного феномена.

Мы представили основные теоретические подходы к изучению персонологии как междисциплинарной области научной практики, рассмотрели принципы и методы изучения персоны, личности, образа и имиджа с точки зрения современной имиджелогии, в контексте современной социолингвистики. Кроме того, мы предлагаем разграничить понятия «медиаобраз», «медиаличность», «медиаперсона». Мы считаем, что медиаобраз – это образ, создаваемый в медийном пространстве о человеке, предмете, событии, явлении, медиаличность – это личность, которая активно вписана в медийную среду, может транслировать своё мнение и свои убеждения, собирая вокруг себя массовую аудиторию с возможностью влиять на неё. И наконец, медиаперсону следует рассматривать как объект освещения, изучения в современной коммуникативистике, она представляет собой «маску», выбранную человеком, отражающую его «я» социальное (не являющееся его копией, но отражающее объективно ту среду, в которой персона существует).

И в подтверждение **феноменальности персоны** обратимся еще раз к высказываниям К. Г. Юнга, где персона заявлена прежде всего как «реакция индивида на общественные нормы», как «образ, который человек формирует в обществе для создания комфортных условий жизни», что и обеспечивает необходимый баланс между личными и социальными интересами [1].

### Ссылки

1. Зайцев П. Л. Персона и цивилизация: неархаические смыслы «последнего» архетипа К. Г. Юнга // Вестник Омского университета. 2018. Т. 23, № 4. С. 144–148. DOI 10.25513/1812-3996.2018.23(4).144-148.

2. Персона // Большая российская энциклопедия. М.: Большая Российская энциклопедия, 2015. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0> (дата обращения: 22.10.2024).
3. Peter Simpson. The Definition of Person: Boethius Revisited // The New Scholasticism. 1988. Vol. 62, No. 2. P. 210-220. DOI 10.5840/newscholas198862223.
4. Юнг К. Г. Очерки по психологии бессознательного / Пер. с англ. 2-е изд. М.: Когито-Центр, 2010. 352 с.
5. Обухов А. С. Психология: учебник и практикум для академического бакалавриата. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2017. 404 с.
6. Лосев А. Ф. Диалектика мифа / Под общ. ред. А. А. Тахо-Годи, В. П. Троицкого. М.: Мысль, 2001. 558 с.
7. Элиас Н. Общество индивидов / Пер. с нем. М.: Праксис, 2001. 336 с.
8. Гукасова М. М. Персона как медийный феномен социокультурного процесса // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 1/2. С. 135–139. DOI 10.17748/2075-9908-2016-8-1/2-135-139.
9. Панасюк А. Ю. Вам нужен имиджмейкер? - Москва : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ : Дело, 1998. - 238 с.
10. Фадеев Д. А., Метляева Т. В. Социокультурный подход к исследованию имиджа // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 11-3. С. 438–441. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=6151#w0-tab4> (дата обращения: 22.10.2024).
11. Соловьев Г. М. Преобразование медийного феномена как проявление интенциональности // Вестник Майкопского гос. технолог. ун-та. 2012. Вып. № 3. С. 53–56. EDN PNQGIL.
12. Абаев М., Ежихина М. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? Беседа с Еленой Вартановой // Наука и жизнь. 03.12.2015. URL: <http://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 25.10.2024).
13. Дэвис Ф. Ваш абсолютный имидж: книга политиков и бизнесменов, мужчин и женщин. М.: Аспект-пресс, 1997. 162 с.



# Semen composition and structure of the LSG "Musical instruments" in Russian language

A. A. Eliseeva<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-506-513

Research article  
Full text in Russian

The article analyzes the semen composition of the lexical-semantic group "Musical instruments", differential semes are combined into classification features. The analysis showed that the archiseme of LSG is the component 'musical instrument'. Differential semes are combined into the following classification features: sound source, material, place, time, circumstances of appearance, scope of application, function, appearance (structure), connection with other instruments. A large number of identified classification features and the differential semes included in them indicate the diversity of the semen structure of LSG. As a result of the analysis, it was concluded that there are no mandatory criteria for describing musical instruments, despite the prominent classification features having the largest composition of semes. The structure of LSG is analyzed in detail. The core consists of high-frequency non-homonymous words such as гитара and рояль. In the center there are 9 unambiguous lexemes with an average frequency and polysemous words, where the meaning of "musical instrument" is the main one. The near (7 units) and far (26 units) peripherals include less frequent lexemes, both unambiguous and multivalued. The extreme periphery is represented by unambiguous lexemes with zero frequency, multi-valued lexemes with zero frequency, in which the value of "musical instrument" is nuclear, multi-valued lexemes with low frequency, in which the value of "musical instrument" is peripheral, multi-valued homonymous lexeme орган, in which the value of "musical instrument" is nuclear (20 lexemes).

**Keywords:** lexical-semantic group; musical instrument; seme; archiseme; differential seme; Russian

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Eliseeva, Alina A. | E-mail: [eliseevaa2000@gmail.com](mailto:eliseevaa2000@gmail.com)  
Postgraduate

**For citation:** Eliseeva A. A. Semen composition and structure of the LSG "Musical instruments" in Russian language // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 506-513. (in Russ.)



## Семный состав и структура ЛСГ «Музыкальные инструменты» в русском языке

А. А. Елисеева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-506-513  
УДК 811

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье представлено исследование семного состава лексем, входящих в лексико-семантическую группу «Музыкальные инструменты». Анализ показал, что архисемой ЛСГ является компонент «музыкальный инструмент». Дифференциальные семы объединены в следующие классификационные признаки: источник звука, материал, место, время, обстоятельства появления, сфера применения, функция инструмента, его внешний вид (строение), родство с другими инструментами. Большое количество выделенных классификационных признаков и вошедших в них дифференциальных сем говорит о разнообразии семного состава лексем, входящих в ЛСГ. Сделан вывод об отсутствии обязательных критериев описания музыкальных инструментов, несмотря на выделяемые классификационные признаки, имеющие наибольший состав образующих признаков сем. В рамках исследования подробно описана структура ЛСГ. Ядро составляют высокочастотные неомонимичные слова, такие как гитара и рояль. В центре находится 9 однозначных лексем со средней частотностью и многозначные слова, в которых значение «музыкальный инструмент» является основным. Ближняя (7 единиц) и дальняя (26 единиц) периферия включают менее частотные лексемы, как однозначные, так и многозначные. Крайняя периферия представлена однозначными лексемами с нулевой частотностью, многозначными лексемами с нулевой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным, многозначными лексемами с низкой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является периферийным, многозначной омонимичной лексемой орган, у которой значение «музыкальный инструмент» является ядерным (20 лексем).

**Ключевые слова:** лексико-семантическая группа; музыкальный инструмент; сема; архисема; дифференциальная сема; русский язык

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Елисеева, Алина Алексеевна | E-mail: [eliseevaa2000@gmail.com](mailto:eliseevaa2000@gmail.com)

Аспирант кафедры общей и прикладной филологии

**Для цитирования:** Елисеева А. А. Семный состав и структура ЛСГ «Музыкальные инструменты» в русском языке // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 506-513.

В современной лексикологии одним из приоритетных направлений работы остается изучение лексико-семантической группы (далее – ЛСГ) как структуры. Группировать лексемы, выявляя лексические структуры более крупного порядка (не только ЛСГ, но и тематических групп, семантических полей) на основе общих значений, позволяет компонентный анализ лексического значения слова.

Р. И. Хашимов дает **лексико-семантической группе** следующее определение: «Внутри семантических полей или тематических групп можно выделить такие объединения слов – ЛСГ, которые не имеют признаков экстралингвистической соот-

© ЯРГУ, 2024

Статья открытого доступа под лицензией CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

несенности, характеризуются одним и тем же набором сем» [1, с. 212]. Этому подходу в своих работах придерживаются Э. В. Кузнецова, И. Т. Вепрева, М. Л. Кусова, Т. В. Матвеева, Л. М. Васильева. Однако некоторые исследователи рассматривают понятия «тематическая группа», «семантическое поле», «лексико-семантическая группа» в качестве синонимичных.

В. Г. Гак выявил, что «в основе выделения ЛСГ лежат категориальные архисемы» [2, с. 154]. Архисема – общая сема родового значения [3]. Также существуют дифференциальные семы, которые указывают на семантические различия внутри ЛСГ. В. Г. Гак выделяет следующие признаки, отличающие ЛСГ от других видов лексических объединений:

- 1) грамматическая однородность (лексемы одной ЛСГ относятся к одной грамматической категории или части речи);
- 2) семантическая однородность (лексемы одной ЛСГ объединены архисемой);
- 3) однородность типа парадигматических отношений (лексемы одной ЛСГ взаимозаменяемы при определенных условиях).

Обобщая результаты исследований ЛСГ, И. В. Буйленко выделяет следующие характеристики ЛСГ:

- 1) наличие идентификатора;
- 2) однородная семантика;
- 3) членимость на более мелкие подгруппы;
- 4) меньший объем единиц (по сравнению с семантическим полем);
- 5) принадлежность единиц к одной части речи;
- 6) особый тип организации;
- 7) полевой характер;
- 8) связь с другими ЛСГ [4, с. 91].

Один из алгоритмов компонентного анализа значений лексем, образующих ЛСГ, предлагают И. А. Стернин и З. Д. Попова в работе «Лексическая система языка»:

1. Выделить, пользуясь словарями, лексемы ЛСГ.
2. Найти в толковом словаре дефиницию каждой лексемы и выделить отдельные семы.
3. Составить список сем, встречающихся в дефинициях лексем ЛСГ.
4. Создать таблицу семного состава лексем анализируемой группы.
5. Отметить наличие сем в каждом анализируемом значении [5, с. 120–121].

Инструментом эффективного описания и моделирования структуры ЛСГ является полевой подход. Лексические объединения отличаются радиальной структурой, в которой выделяются 3 компонента: ядро, центр (приядерная зона), периферия. Периферия раскладывается на составляющие: ближняя периферия, дальняя периферия, крайняя периферия.

Как правило, к **ядру** ЛСГ относят нейтральные лексические единицы, слова, отличающиеся общеизвестностью, широкой степенью употребления, стилистической нейтральностью, однозначностью, независимостью от контекста [6, с. 19]. А. Н. Рудяков отмечает, что ядро лексико-семантических групп указывает на «выход системы значений в понятийный арсенал человеческого мышления» [7, с. 43].

**Центр** представлен однозначными лексемами со значениями семантически более сложными.

К **периферии** относятся вторичные наименования, основные значения которых входят в иные ЛСГ, более редкие в употреблении лексемы, а также слова, являющиеся синонимами для лексем ядра и центра.



Лексические единицы **ближней периферии** выделяют по следующим критериям: однозначность, но меньшая степень (относительно лексических единиц ядра) частотности, минимальная зависимость от контекста.

К **дальней периферии** структуры ЛСГ относятся лексемы, характеризующиеся невысокой частотой употребления, многозначностью, минимальной зависимостью от контекста.

Лексические единицы, относящиеся к **крайней периферии**, отличаются низкой частотностью, многозначностью (при этом исследуемое значение слова находится на периферии смысловой структуры значения слова), зависимостью от контекста.

Граница между ядром и периферией часто является условной [8, с. 38–39]. В зависимости от специфики исследуемой ЛСГ возможно установление индивидуальных критериев, по которым будет производиться структурирование лексических единиц. Например, название реальных предметов – отличительная черта ЛСГ «Музыкальные инструменты» в русском языке, чем объясняется преобладание однозначных лексем над многозначными. Таким образом, чтобы результаты анализа были верными, при работе со структурой ЛСГ необходимо помнить о данном факторе.

Статья посвящена рассмотрению семного состава значений лексем, а также характеристике структуры ЛСГ «Музыкальные инструменты» на базе русского языка. Материалом исследования послужили 64 лексические единицы, отобранные методом сплошной выборки из Большого толкового словаря русского языка под редакцией С. А. Кузнецова [9].

Архисемой ЛСГ «Музыкальные инструменты» в русском языке является сема 'музыкальный инструмент'. В 56 лексемах она представлена в явном виде (*аристон, арфа, банджо, барабан, бубен, бунчук, валторна, вибратон, виола, виолончель, волынка, гармонь, гитара, гобой, гонг, горн, гусли, домбра, домра, дудка, жалейка, кимвал, клавесин, клавикорды, кларнет, кобза, кобыз, колокол, контрабас, концерттино, корнет, лира, литавры, ложки, лютня, мандолина, окарина, орган, оркестрион, пианино, рог, рояль, саксофон, свирель, синтезатор, скрипка, тимпан, трещотка, тромбон, труба, туба, фагот, фанфара, фисгармония, флейта, фортепиано*), в четырех – сокращенно, т. е. отсутствует компонент 'музыкальный' (*балалайка, балабан, геликон, клavier*). В трех лексемах архисема представлена в скрытом виде (*аккордеон, баян, шарманка*). Например, *аккордеон* – разновидность большой гармоники, т. е. понятие «аккордеон» репрезентируется через понятие «гармоника», в словарной дефиниции которого присутствует сема 'музыкальный инструмент'.

Выделенные из словарных дефиниций музыкальных инструментов дифференциальные семы могут быть объединены в классификационные признаки. Нами было выделено несколько таких признаков.

**1. Источник звука:** 'механический' (3) – *аристон, оркестрион, шарманка*; 'шумовой' (1) – *бунчук*; 'электро' (1) – *синтезатор*; 'ударный' (13) – *барабан, бубен, вибратон, гонг, кимвал, ксилофон, колокол, литавры, ложки, тимпан, трещотка, клавикорды, фортепиано*.

Несколько дифференциальных сем снабжены уточняющими их семами. Перечислим данные случаи отдельно:

- 'струнный' (20) – *арфа, балалайка, банджо, виола, виолончель, гитара, гусли, домбра, домра, клавикорды, фортепиано, клavier, клавесин, кобза, кобыз, контрабас, лира, лютня, мандолина, скрипка*. Семы, уточняющие данную дифференциальную сему: 'щипковый' (11) – *арфа, балалайка, банджо, гитара, гусли, домбра, кобза, лира, лютня, мандолина, клавесин*, 'смычковый' (5) – *виола, виолончель, кобыз, контрабас*,

*скрипка*. Они акцентируют внимание на нескольких возможных способах извлечения звука: путем прикосновения к струнам смычка, щипком пальцев или медиатором.

• ‘духовой’ (18) – *валторна, волынка, геликон, гобой, жалейка, кларнет, корнет, окарина, свирель, труба, туба, фагот, фанфара, балабан, саксофон, горн, фисгармония, орган*. Данную сему уточняют следующие семы: ‘язычковый’ (2) – *балабан, саксофон, мундштучный* (1) – *горн*.

• ‘клавишный’ (10) – *гармонь, концертно, орган, фисгармония, пианино, рояль, клавикорды, фортепиано, клавир, клавесин*. Сема, уточняющая дифференциальную: ‘пневматический’ (2) – *гармонь и концертно*.

**2. Материал, из которого изготовлен инструмент:** ‘деревянный’ (11) – *гобой, домра, жалейка, ксилофон, колокол, кларнет, ложки, свирель, трещотка, фагот, флейта; ‘медный’* (8) – *валторна, геликон, горн, кимвал, корнет, тромбон, труба, фанфара; ‘металлический’* (4) – *бубен, вибрафон, гонг, колокол; ‘кожа’* (4) – *барабан, бубен, литавры, волынка; ‘камышовая’* (1) – *жалейка; ‘из коровьего рога или бересты’* (1) – *жалейка; ‘глиняная’* (1) – *окарина; ‘фарфоровая’* (1) – *окарина; ‘соломенный’* (1) – *ксилофон; ‘жильный’* (1) – *ксилофон; ‘из тростника’* (1) – *свирель*.

**3. Принадлежность инструмента к культуре того или иного народа:** ‘русский’ (6) – *балалайка, гусли, домра, жалейка, ложки, свирель; ‘казахский’* (2) – *домбра, кобыз; ‘украинский’* (1) – *кобза; ‘итальянский’* (1) – *окарина; ‘у азербайджанцев, узбеков и некоторых народов Северного Кавказа’* (1) – *балабан; ‘американских негров’* (1) – *банджо; ‘в Испании’* (1) – *гитара; ‘на Украине, в Белоруссии, в Литве’* (1) – *жалейка; ‘древнегреческий’* (1) – *лира*.

**4. Сфера применения, функция инструмента:** ‘народный’ (11) – *балалайка, балабан, банджо, волынка, домбра, домра, жалейка, ложки, свирель, окарина, трещотка; ‘сигнальный’* (4) – *гонг, горн, рог, фанфары; ‘оркестровый’* (3) – *бунчук, колокол, саксофон; ‘для приманивания птиц’* (1) – *дудка*.

#### **5. Строение инструмента.**

**Форма корпуса, рамы:** ‘труба’ (7) – *валторна, геликон, рог, туба, фагот, фанфара, орган; ‘трубка’* (7) – *волынка, дудка, гобой, жалейка, кларнет, тромбон, флейта; ‘цилиндрический’* (4) – *кларнет, флейта, банджо, барабан; ‘длинный гриф’* (3) – *банджо, гитара, домбра; ‘расширяющаяся’* (3) – *гобой, рог, фагот; ‘согнутая’* (2) – *валторна, геликон; ‘изогнутая’* (2) – *рог, туба; ‘треугольный’* (2) – *арфа, балалайка; ‘овальный’* (2) – *домра, мандолина; ‘ящик’* (2) – *пианино, шарманка; ‘восьмёрка’* (1) – *гитара; ‘грушевидный’* (1) – *домбра; ‘ч-образной формы’* (1) – *лира; ‘обод’* (1) – *бубен; ‘из полушарий’* (1) – *литавры*.

Распространено описание формы через сравнение с иными инструментами: ‘в форме лиры, украшенный прядями из конских волос’ (1) – *бунчук; ‘по размерам между скрипкой (альтом) и контрабасом’* (1) – *виолончель; ‘в виде дудки’* (1) – *жалейка; ‘напоминающий внешним видом фортепьяно’* (1) – *клавесин; ‘имеющий вид шестигранной гармоники’* (1) – *концертно; ‘в виде рожка’* (1) – *корнет; ‘вроде кастаньет’* (1) – *ложки; ‘глиняная или фарфоровая дудочка’* (1) – *окарина; ‘напоминающий внешним видом орган’* (1) – *оркестрион; ‘в виде дудки из дерева или тростника’* (1) – *свирель*.

Также нередко инструмент описывается путем сопоставления с родственными музыкальными аппаратами. Так, *контрабас* – ‘самый большой по размерам струнный смычковый’.

**Компоненты и детали:** ‘струны’ (8) – *арфа, балалайка, домбра, ксилофон, лира, мандолина, пианино, рояль; ‘корпус’* (6) – *балалайка, банджо, гитара, домбра, домра, мандолина; ‘раструб’* (5) – *валторна, туба, жалейка, кларнет, труба; ‘клапаны’* (3)

– кларнет, тромбон, флейта; ‘отверстия’ (3) – дудка, жалейка, флейта; ‘меха’ (3) – орган, гармонь, волынка; ‘рама’ (2) – арфа, колокол; ‘клавиатура’ (2) – аккордеон, гармонь; ‘пластинки’ (2) – бубен, вибрафон; ‘диск’ (2) – гонг, лира; ‘клавиши’ (2) – шарманка, лира; ‘брусочки’ (1) – ксилофон; ‘молоточки’ (1) – ксилофон; ‘жгуты’ (1) – ксилофон.

**Количество струн:** ‘с тремя струнами’ (2) – домра, балалайка; ‘с двумя струнами’ (1) – домбра; ‘четырёхструнный’ / ‘с четырьмя парами струн’ (2) – мандолина, скрипка; ‘многострунный’ (1) – гусли.

**Расположение струн:** ‘вертикально’ (1) – пианино; ‘по горизонтали’ (1) – рояль.

**6. Звуковые качества инструмента:** ‘звук’ (13) – валторна, вибрафон, дудка, гобой, горн, дудка, жалейка, лира, окарина, саксофон, синтезатор, трещотка, тромбон; ‘регистр’ (3) – виолончель, скрипка, туба; ‘звучание’ (2) – фисгармония, контрабас; ‘тембр’ (2) – тромбон, фагот; ‘высота’ (2) – гобой, жалейка; ‘тон’ (1) – флейта.

Используется характеристика звука путем сравнения со звучанием других музыкальных инструментов (3) – гобой, окарина, синтезатор. Например, ‘напоминающий звуком флейту’ (окарина). Встречается сопоставление со звуками природы (1) – ‘сходные с голосом птицы’ (дудка).

При описании звука важна антонимия сем ‘высокий’ (2) – скрипка, флейта, ‘низкий’ (4) – контрабас, тромбон, фагот, туба.

**7. Темпоральная характеристика:** ‘старинный’ (8) – виола, гусли, клавесин, кларнет, кобза, лира, лютня, шарманка; ‘древний’ (2) – кимвал, тимпан.

**8. Видовые связи среди инструментов:** ‘разновидность большой гармоники’ (1) – аккордеон; ‘разновидность шарманки’ (1) – аристон; ‘большая гармоника’ (1) – баян; ‘между скрипкой (альтом) и контрабасом’ (1) – виолончель; ‘родственный русской домре и балалайке’ (1) – домбра; ‘род ручной литавры’ (1) – тимпан; ‘современными видами которого являются рояль и пианино’ (1) – фортепиано.

Далее дадим характеристику структуре ЛСГ. При описании структуры ЛСГ «Музыкальные инструменты» важно учитывать следующие характеристики:

1) однозначность / многозначность лексем (для многозначных лексем также – отнесение значения «музыкальный инструмент» к ядру / периферии смысловой структуры значения слова);

2) наличие омонимов;

3) частотность лексем.

Для определения частотности лексем применен Новый частотный словарь русской лексики (на материалах Национального корпуса русского языка) под редакцией О. Н. Ляшевской и С. А. Шарова [10]. В указанной работе содержатся популярные в современном русском языке слова, а также отражается частота их использования – число употреблений на миллион слов корпуса, или ipm (instances per million words). Далее для удобства размер ipm будет указываться нами в скобках при наименовании музыкального инструмента.

К ядру ЛСГ следует отнести однозначные неомонимичные лексемы с наивысшей частотностью употребления. Данным требованиям соответствуют 2 слова – гитара (22,2), рояль (19,7).

В центр данной ЛСГ входят:

– однозначные лексемы со средними показателями частотности (от 4,2 до 8,6): гармонь (8,6), пианино (7,6), флейта (5,8), баян (4,7), контрабас (4,3), аккордеон (4,2), фортепиано (4,2).

– многозначные неомонимичные лексемы с наибольшими показателями частотности, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным: скрипка (18,4), барабан (15,7).

Ближняя периферия ЛСГ состоит из:

- однозначных лексем с частотностью от 2,6 до 3,6: *саксофон* (3,6), *виолончель* (3,5), *бубен* (2,9), *арфа* (2,6);
- многозначных омонимичных лексем средней частотности (от 2,6 до 8), у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным: *лира* (8,0), *дудка* (3,7), *балалайка* (2,6).

Дальняя периферия представляет совокупность следующих слов:

- однозначные омонимичные лексем с низкой частотностью (от 0,4 до 2,1): *горн* (2,1), *кларнет* (1,5), *корнет* (1,5), *шарманка* (1,4), *волынка* (1,3), *синтезатор* (1,3), *мандолина* (1,0), *гусли* (0,9), *литавры* (0,9), *гобой* (0,8), *клавесин* (0,8), *тромбон* (0,8), *фагот* (0,8), *валторна* (0,7), *лютня* (0,7), *банджо* (0,4);
- многозначные лексем с низкой частотности (от 0,4 до 1,6), у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным: *фанфара* (1,6), *гонг* (1,2), *свирель* (1,1), *туба* (1,0), *клавир* (0,8), *бунчук* (0,4);
- многозначные лексем высокой частотности (от 15,8 до 82,1), у которых значение «музыкальный инструмент» является периферийным: *труба* (82,1), *ложки* (40,5), *рог* (23,2), *колокол* (15,8).

В число лексем крайней периферии входят следующие:

- однозначные лексем с нулевой частотностью: *аристон*, *балабан*, *вибрафон*, *виола*, *геликон*, *домбра*, *домра*, *жалейка*, *кимвал*, *клавикорды*, *ксилофон*, *кобза*, *кобыз*, *окарина*, *оркестрион*, *тимпан*, *фисгармония*;
- многозначные лексем с нулевой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным: *концертино*;
- многозначные лексем с низкой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является периферийным: *трещотка* (0,6);
- многозначная омонимичная лексема *орган*, у которой значение «музыкальный инструмент» является ядерным. Частотность употребления данного слова составляет 288,4, однако отсутствуют данные по частоте употребления каждого из омонимов в отдельности. Проанализировав первые 100 употреблений данной лексем, обнаруженных в Национальном корпусе русского языка, мы пришли к выводу, что частотность употребления данной лексической единицы в значении «музыкальный инструмент» крайне низкая (0 случаев из 100).

Итак, классификационные признаки, выделенные нами при анализе ЛСГ «Музыкальные инструменты», указывают, что для составления словарных дефиниций лексических единиц данной ЛСГ значение имели такие параметры, как источник звука, материал, место, время, обстоятельства появления, сфера применения, функция инструмента, его внешний вид (строение), родство с другими инструментами. Отметим, что присутствуют классификационные признаки, имеющие наибольший состав образующих признак сем (например, источник звука), но отсутствуют обязательные критерии описания музыкального инструмента. Ещё одной особенностью семного состава ЛСГ является характеристика формы и звука инструмента через сопоставление с родственными инструментами, а также разнообразными предметами и явлениями.

При описании структуры ЛСГ «Музыкальные инструменты» нами учитывались 3 фактора: частотность употребления лексем, однозначность / многозначность лексем, наличие омонимов.

Таким образом, было выявлено ядро – лексем *гитара*, *рояль*. В русском языке эти слова однозначны, они обладают высокой частотностью, не имеют омонимов.

В центр ЛСГ «Музыкальные инструменты» входят однозначные лексемы со средними показателями частотности, многозначные неомонимичные лексемы с наибольшими показателями частотности, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным (9 лексем).

Ближняя периферия ЛСГ состоит из однозначных лексем со средней частотностью, многозначных омонимичных лексем средней частотности, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным (7 лексем).

Дальняя периферия включает в себя однозначные омонимичные лексемы с низкой частотностью, многозначные лексемы низкой частотности, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным, многозначные лексемы высокой частотности, у которых значение «музыкальный инструмент» является периферийным (26 лексем).

Крайняя периферия исследуемой ЛСГ представляет собой общность лексем разного рода. В число лексем крайней периферии ЛСГ «Музыкальные инструменты» входят однозначные лексемы с нулевой частотностью, многозначные лексемы с нулевой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является ядерным, многозначные лексемы с низкой частотностью, у которых значение «музыкальный инструмент» является периферийным, многозначная омонимичная лексема *орган*, у которой значение «музыкальный инструмент» является ядерным (20 лексем).

В результате анализа мы пришли к следующему выводу: при рассмотрении дополнительных критериев анализа возможно выделить относительно четкую структуру ЛСГ «Музыкальные инструменты».

## Ссылки

1. Хашимов Р. И. Семантическое поле слов и его элементы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 4–2. С. 209–213.
2. Гак В. Г. Сопоставительная лексикология (на материале французского и русского языков). М.: Международные отношения, 1977. 264 с.
3. Лингвистический энциклопедический словарь / Главный редактор В. Н. Ярцева. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/index.html> (дата обращения: 13.05.2020).
4. Буйленко И. В. Лексико-семантические объединения слов // Грани познания: электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ. 2012. № 5. С. 89–92.
5. Попова З. Д., Стернин И. А. Лексическая система языка. М.: Либроком, 2011. 172 с.
6. Моргун А. В. Ядро и периферия лексико-семантической группы «домашние млекопитающие» в аспекте когнитивных основ словообразования // Научный вестник Ужгородского национального университета. Серия: Филология. 2017. № 1. С. 18–23.
7. Рудяков А. Н. Понятийный аппарат семантики лексических групп // Исследования по семантике: межвузовский научный сборник. Уфа: Издательство Башкирского государственного университета, 1989. № 17. С. 38–45.
8. Стернин И. А. Контрастивная лингвистика. М.: Восток-Запад, 2006. 206 с.
9. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov/#> (дата обращения: 12.03.2020).
10. Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Частотный словарь современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). М.: Азбуковник, 2009. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php> (дата обращения: 20.05.2021).



# The image of a modern official in professional linguistic consciousness

V. V. Zemtsova<sup>1</sup>, M. V. Shamanova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-514-538

Research article  
Full text in Russian

The purpose of this article is to describe the image of a modern official in the emerging professional linguistic consciousness of future managers. One of the productive methods for studying linguistic consciousness, including professional consciousness, is a psycholinguistic experiment. It is shown that in describing the semantic sphere of "Official", the results of the directed associative experiment significantly complement the data of the free associative experiment. The core of the associative field «Official» leads to power, civil servants (free associative experiment) and responsible, intelligent (directed associative experiment). It was revealed that the most voluminous thematic groups of the semantic sphere of "Official" according to the data of two experiments are: "Professional and personal qualities", "Opportunities provided", "Attitude to money", "Knowledge / skills", "Target purpose", "Attitude to the state". The free associative experiment describes to a greater extent the conceptual side of the lexeme official: an official is a person of a certain profession, a civil servant, a manager related to power, to money, a professional; can be corrupt. The reactions revealed by the directed associative experiment characterize the official in terms of personal (intelligent, honest, fair, cunning, etc.), professional (responsible, powerful, competent, professional, etc.), communicative (communicative, etc.) qualities and are primarily evaluative in nature.

**Keywords:** semantics; linguistic consciousness; professional linguistic consciousness; directed associative experiment; associative field; core; periphery

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Zemtsova, Valeria V. | E-mail: [l-zemtsova@yandex.ru](mailto:l-zemtsova@yandex.ru)  
Postgraduate

Shamanova, Marina V. | E-mail: [mshamanova@mai.ru](mailto:mshamanova@mai.ru)  
D. Sc. (Philology), Associate Professor

**Funding:** Yaroslavl State University (project VIP-019).

**For citation:** Zemtsova V. V., Shamanova M. V. Linguistic projection of ethnostereotyping of advice in languages with different structures // Social'nye i gumanitarnye znaniya. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 514-538. (in Russ.)



## Образ современного чиновника в профессиональном языковом сознании

В. В. Земцова<sup>1</sup>, М. В. Шаманова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-514-538  
УДК 811.161.1

Научная статья  
Полный текст на русском языке

Цель данной статьи – описание образа современного чиновника в формирующемся профессиональном языковом сознании будущих управленцев. Одним из продуктивных методов изучения языкового сознания, в том числе профессионального, является психолингвистический эксперимент. Показано, что в описании смысловой сферы «Чиновник» результаты направленного ассоциативного эксперимента существенно дополняют данные свободного ассоциативного эксперимента. Ядром ассоциативного поля «Чиновник» являются единицы власть, государственный служащий (свободный ассоциативный эксперимент) и ответственный, умный (направленный ассоциативный эксперимент). Выявлено, что наиболее объемными тематическими группами смысловой сферы «Чиновник» по данным двух экспериментов являются: «Профессиональные и личностные качества», «Предоставляемые возможности», «Отношение к деньгам», «Знания/умения», «Целевое назначение», «Отношение к государству». Свободный ассоциативный эксперимент в большей мере описывает понятийную сторону лексемы чиновник: чиновник – это человек определенной профессии, государственный служащий, управленец, имеющий отношение к власти, к деньгам, профессионал; может быть коррумпированным. Реакции, выявленные направленным ассоциативным экспериментом, характеризуют чиновника с точки зрения личностных (умный, честный, справедливый, хитрый и др.), профессиональных (ответственный, властный, компетентный, профессионал и др.), коммуникативных (коммуникабельный и др.) качеств и носят преимущественно оценочный характер.

**Ключевые слова:** семантика; языковое сознание; профессиональное языковое сознание; направленный ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; ядро; периферия

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Земцова, Валерия Викторовна | E-mail: l-zemtsova@yandex.ru  
Аспирант кафедры общей и прикладной филологии

Шаманова, Марина Владимировна | E-mail: mshamanova@mai.ru  
Доктор филологических наук, доцент, декан факультета филологии и коммуникации, зав. кафедрой общей и прикладной филологии

**Финансирование:** ЯрГУ (проект VIP-019).

**Для цитирования:** Земцова В. В., Шаманова М. В. Образ современного чиновника в профессиональном языковом сознании // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 514-538.

## Введение

Понятие «языковое сознание» в последние десятилетия получило широкое распространение. Оно активно используется в лингвистике, психолингвистике, когнитологии, культурологии. Проблемы сознания, в том числе языкового, обсуждаются в многочисленных специальных исследованиях.

В то же время следует отметить, что в толковании этих понятий у ученых пока нет достаточного единства. Так, на неопределенность этого термина указывает в своей работе Т. Н. Ушакова [1, с. 13] и ряд других исследователей. Н. С. Сергиева в монографии «Пространство и время жизненного пути в русском языковом сознании» отмечает, что «несмотря на популярность термина, общепризнанного определения языкового сознания до сих пор не существует, что ... скорее может служить доказательством его базисного характера» [2, с. 17].

Наиболее распространенное определение языкового сознания дано Н. В. Уфимцевой и Е. Ф. Тарасовым: «Языковое сознание – это знания, ассоциированные с языковыми знаками для овнешнения в процессе общения первичных и вторичных образов сознания» [3, с. 20]. Е. Ф. Тарасов пишет о необходимости разграничивать понятия «сознание» и «языковое сознание», под последним он понимает «совокупность образов сознания, формируемых и овнешняемых при помощи языковых средств – слов, свободных и устойчивых словосочетаний, предложений, текстов, ассоциативных полей» [4, с. 36].

Близкое определение находим у З. Д. Поповой и И. А. Стернина: «Языковое сознание – это часть сознания, обеспечивающая механизмы языковой (речевой) деятельности: порождение речи, восприятие речи и – добавим, что очень важно – хранение языка в сознании. Система языковых единиц с их разнообразными значениями хранится в сознании и является принадлежностью языкового сознания, а исследование системы языка как феномена сознания есть исследование языкового сознания» [5, с. 45–46].

Таким образом, ученые психолингвистического и лингвокогнитивного направлений понимают языковое сознание как сознание, выраженное языковыми средствами. Это часть сознания, которое изучается через семантику языковых единиц, объективирующих его в процессе номинации.

Языковое сознание в настоящее время выступает объектом изучения в ряде работ [6; 7; 8; 9]. Чаще всего исследования проводятся в сопоставительном аспекте [10; 11; 12; 13; 14; 15]. В то же время актуальными являются работы, направленные на изучение профессионального языкового сознания [16; 17; 18].

Е. В. Харченко и Е. В. Ключкова отмечают, что «языковое сознание личности испытывает существенное влияние со стороны сферы деятельности и сложившейся в ней профессиональной культуры» [16, с. 194], в результате формируется профессиональное языковое сознание. Под профессиональным языковым сознанием понимается «психолингвистическая модель, реконструирующая систему основных образов сознания, формируемых и овнешняемых с помощью профессионально ориентированных языковых средств» [17, с. 199]. С. И. Агаюлова дает следующее определение профессиональному языковому сознанию: «Профессиональное языковое сознание отражает профессионально-ориентированную часть сознания, содержащего совокупность когнитивных образований, преломляющих знания, мнения,



впечатления, возникающие у индивидов по поводу специфической, т. е. профессиональной, области действительности [18, с. 7].

В формировании профессионального языкового сознания огромную роль играет обучение. «Именно в процессе обучения формируются все необходимые профессиональные компетенции, нормы поведения и ценностные ориентиры, идеалы и внутренние структуры личности» [16, с. 195].

Цель настоящей статьи – описание образа современного чиновника в формирующемся профессиональном языковом сознании будущих управленцев.

## Методы

Языковое сознание, в том числе профессиональное, исследуется экспериментально, в частности при помощи психолингвистических экспериментов. Суть психолингвистического эксперимента заключается в том, что испытуемым предъявляется стимул или ряд стимулов, на который(ые) они должны отреагировать пришедшими в голову реакциями.

При проведении свободного ассоциативного эксперимента нет никаких ограничений в реакциях, испытуемые дают первую пришедшую в голову реакцию на стимул. В ходе направленного ассоциативного эксперимента ограничения заключаются в постановке вопроса, на который испытуемые должны отреагировать, или могут быть поставлены ограничения по частям речи в записи слов-реакций.

При описании образа чиновника в профессиональном языковом сознании будущих управленцев мы использовали свободный и направленный ассоциативные эксперименты.

## Результаты

### *Свободный ассоциативный эксперимент (САЭ)*

Испытуемым давалось задание: дать первую пришедшую в голову реакцию на стимул *чиновник*. Всего в эксперименте приняло участие 147 человек, преимущественно студенты направления «Государственное и муниципальное управление» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

По результатам свободного ассоциативного эксперимента было составлено ассоциативное поле слова-стимула *чиновник* (единичные реакции в статье не приводятся):

Чиновник 147 – власть 12; государственный служащий 8; ответственность; профессионал 6; государство 5; коррупция; управленец; человек 4; будущее; деньги; ответственный; профессия 3; компетентный; лидер; работа; сила; справедливость; честь; эффективный 2. Всего 147 реакций, из них различных – 91.

Полученные реакции были распределены нами по тематическим группам, при этом сходные реакции были объединены в одну, их частотность при этом суммировалась (процент указывает на соотношение реакций в данной тематической группе к общему количеству реакций в эксперименте).

«Профессиональные и личные качества» (26 %): ответственный 10; лидер 2; справедливость 2; трудолюбивый 2; умный 2; честь 2; бездарь 1; бюрократ 1; герой 1; дельный 1, инициатива 1; интеллигент 1; консервативный 1; открытость 1;

патриот 1; прогрессивный 1; реформатор 1; решающий 1; смелость 1; стабильность 1; строгость 1; хороший человек 1; человеколюбие 1; честность 1. Всего 38 реакций.

«Предоставляемые возможности» (14 %): власть 13; сила 2; статус 2; знакомства 1; легитимная власть 1; привилегии 1. Всего 20 реакций.

«Отношение к государству» (11 %): государственный служащий 8, государство 5; госслужба 1; представитель 1, представитель государства 1. Всего 16 реакций.

«Отношение к деньгам» (10 %): коррупция 4; деньги 3; коррупционер 2; богатство 1; борьба с коррупцией 1; взятка 1; государственные деньги 1; слуга (капитала) 1. Всего 14 реакций.

«Целевое назначение» (10 %): будущее 3; настоящее 1; опора 1; перспектива 1; порядок 1; проблема 1; развитие 1; управление 1; цель 1; человек, который делает наше государство лучше 1; человек, работающий на благо общества и государства 1; это простой человек, способный создать или повлиять на новое поколение, способное изменить мир 1. Всего 14 реакций.

«Знания/умения» (7 %): профессионал 8; компетентный 2. Всего 10 реакций.

«Родовое наименование» (5 %): человек 6; люди 1. Всего 7 реакций.

«Связь с народом» (4 %): представитель интересов народа 3; доверие 1; надежда 1; связующее звено 1. Всего 6 реакций.

«Профессия» (3 %): профессия 3; работа 2. Всего 5 реакций.

«Последствия» (1 %): стресс 1; успех 1. Всего 2 реакции.

«Результативность» (1 %): эффективный 2. Всего 2 реакции.

Синонимами лексемы *чиновник* являются следующие реакции: государственный служащий 8; управленец 4; служащий 2, глава 1; государственный 1; деятель 1; должностное лицо 1.

Одна реакция является персонифицированной: Путин 1.

Одна реакция приравнивается к отказу: непонятно 1.

Интерпретируемые, но не составляющие отдельную тематическую группу реакции: интернет 1, субординация 1.

По результатам эксперимента были выявлены положительно оценочные и отрицательно оценочные реакции.

Положительно оценочные: ответственный 10; профессионал 8; компетентный 2, лидер 2; справедливость 2; трудолюбивый 2; умный 2; эффективный 2; дельный 1, интеллигент 1; открытость 1; патриот 1; прогрессивный 1; смелость 1; хороший человек 1; человеколюбие 1; честность 1, человек, который делает наше государство лучше 1; человек, работающий на благо общества и государства 1; это простой человек, способный создать или повлиять на новое поколение, способное изменить мир 1. Всего 42 реакции.

Отрицательно оценочные: коррупция 4; коррупционер 2; бездарь 1; бюрократ 1; взятка 1; консервативный 1; слуга (капитала) 1. Всего 11 реакций.

Таким образом, положительно оценочных реакций почти в 4 раза больше отрицательно оценочных.

### ***Направленный ассоциативный эксперимент (НАЭ)***

Испытуемым давалось задание: дать 5 прилагательных на стимул *чиновник*, ответив на вопрос: чиновник – какой? Всего в эксперименте приняло участие 147 человек, преимущественно студенты направления «Государственное и муниципальное управление» ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и го-

сударственной службы при Президенте Российской Федерации». Один человек дал 6 ассоциаций, семь человек – 4, шесть человек – 3, один человек – 1, все остальные ответили пятью реакциями.

По результатам направленного ассоциативного эксперимента было составлено ассоциативное поле слова-стимула *чиновник* (пунктуация сохранена; единичные реакции не приводятся):

Чиновник 147 – ответственный 44; умный 39; честный 28; образованный 20; властный 15; целеустремленный 12; справедливый 11; богатый; компетентный 10; открытый; профессиональный; серьезный; хитрый; эффективный 9; коммуникабельный; понимающий; управляющий 8; добрый; строгий; трудолюбивый; харизматичный 7; важный; мудрый; пунктуальный; уверенный 6; внимательный; злой; наглый 5; активный; влиятельный; добропорядочный; законопослушный; инновационный; квалифицированный; прозрачный; решительный; совестный 4; вежливый; воспитанный; гибкий; деловой; дисциплинированный; добросовестный; занятой; знающий; исполнительный; корыстный; креативный; надежный; находчивый; начитанный; общительный; отзывчивый; патриотичный; профессионал; работающий; смелый; современный; статусный; стрессоустойчивый; успешный 3; адаптивный; адекватный; алчный; веселый; высокопоставленный; грубый; денежный; жадный; замотивированный; известный; инициативный; коррупционный; ленивый; многозадачный; некомпетентный; нечестный; ориентированный на результат; осторожный; перспективный; подготовленный; помогающий; преданный; предприимчивый; престижный; прогрессивный; продвинутый; продуктивный; разный; рассудительный; расчетливый; рациональный; служащий; сообразительный; социальный; спокойный; старый; технологичный; толстый; требовательный; уверенный в себе; усердный; хладнокровный; человечный; чуткий; эгоистичный; эмпатичный; эрудированный 2. Всего 692 реакции, из них различных – 275.

Полученные реакции были распределены нами по тематическим группам, при этом сходные реакции были объединены в одну, их частотность суммировалась.

«Личные и профессиональные качества» (58 %): ответственный 44; умный 40; честный 28; властный 15; справедливый 11; хитрый 10; добрый 9; открытый 9; серьезный 9; активный 8; строгий 7; трудолюбивый 7; харизматичный 7; мудрый 6; пунктуальный 6; уверенный 6; злой 6; вежливый 5; добропорядочный 5; наглый 5; исполнительный 4; невежественный 4; рациональный 4; решительный 4; совестливый 4; веселый 3; воспитанный 3; гибкий 3; деловой 3; дисциплинированный 3; добросовестный 3; надежный 3; находчивый 3; отзывчивый 3; смелый 3; стрессоустойчивый 3; адаптивный 2; адекватный 2; громкоголосый 2; грубый 2; инициативный 2; ленивый 2; нечестный 2; осторожный 2; перспективный 2; преданный 2; предприимчивый 2; прогрессивный 2; разный 2; рассудительный 2; расчетливый 2; сообразительный 2; спокойный 2; требовательный 2; уверенный в себе 2; усердный 2; хладнокровный 2; эгоистичный 2; безбашенный 1; беззаботный 1; безошибочный 1; безынициативный 1; бескорыстный 1; борзый 1; быстрый 1; бюрократичный 1; верный 1; выгоревший 1; выносливый 1; высокомерный 1; гордый 1; готовый расширять зону ответственности 1; дружелюбный 1; жесткий 1; заинтересованный 1; идейный 1; интеллигентный 1; интересный 1; интересующийся 1; информированный 1; кроткий 1; медленный 1; мобильный 1; настойчивый 1; не привязан к личным принципам 1; отважный 1; отстраненный 1; педантичный 1; податливый 1;

подлый 1; позитивный 1; показушный 1; принимающий решения 1; принципиальный 1; проворный 1; продуманный 1; прямой 1; работоспособный 1; самовлюбленный 1; своевольный 1; сдержанный 1; сильный 1; сконцентрированный 1; сложный 1; сомнительный 1; способный 1; старательный 1; стойкий 1; творческий 1; толерантный 1; тупой 1; увлеченный 1; удовлетворенный своей работой 1; упрямый 1; уставший 1; хороший 1. Всего 398 реакций.

«Знания/умения» (6 %): компетентный 13; профессионал 13; квалифицированный 4; некомпетентный 2; подготовленный 2; знающий проблемы 1; знающий толк 1; начинающий 1; опытный 1; умеющий анализировать ситуацию 1. Всего 39 реакций.

«Отношение к народу» (5 %): понимающий 8; внимательный 5; желающий помочь людям 3; имеющий чувство сострадания 3; социальный 3; человеческий 3; заботливый 2; чуткий 2; демократичный 1; дипломатичный 1; достойный 1; дружит с народом 1; клиентоориентированный 1; любящий 1; милосердный 1; современный чиновник зачастую действует в своих интересах, хотелось бы чтобы было ориентир больше на людей, на общество 1. Всего 37 реакций.

«Отношение к деньгам» (4 %): богатый 13; корыстный 7; коррупционный 2; обеспеченный 2; бедный 1; меркантильный 1; скупой 1. Всего 27 реакций.

«Степень образованности» (4 %): образованный 20; начитанный 3; эрудированный 2; грамотный 1. Всего 26 реакций.

«Показатель статуса» (3 %): важный 7; влиятельный 4; статусный 3; высокопоставленный 2; престижный 2; безвластный 1; величественный 1; главный 1; имеющий власть 1; уважаемый 1. Всего 23 реакции.

«Владение новыми технологиями» (3 %): инновационный 4; современный 4; технологичный 4; креативный 3; продвинутый 2; технически подкованный 1. Всего 18 реакций.

«Визуальный образ» (3 %): молодой 2; привлекательный 2; старый 2; стильный 2; толстый 2; аккуратный 1; большой 1; лысый 1; старше 30 лет 1; старше 50 лет 1; улыбающийся 1; хорошо одетый 1. Всего 17 реакций.

«Результативность» (3 %): эффективный 9; успешный 3; ориентированный на результат 2; продуктивный 2; неэффективный 1. Всего 17 реакций.

«Речевые и коммуникативные качества и навыки» (2 %): коммуникабельный 11; умеющий выстраивать коммуникацию 2; многословный 1; разговорчивый 1. Всего 15 реакций.

«Стремление к определенной цели» (2 %): целеустремленный 12; замотивированный 2; стремящийся сделать страну лучше 1. Всего 15 реакций.

«Занятость» (1 %): занятой 4; трудящийся 1. Всего 5 реакций.

«Особенности мышления» (1 %): стратегическое мышление 2; ориентированный на будущее 1; открытое мышление 1; с открытым умом 1. Всего 5 реакций.

«Отношение к государству» (1 %): патриотичный 4; государственный 1. Всего 5 реакций.

«Отношение к закону» (1 %): законопослушный 4; мошенник 1. Всего 5 реакций.

«Функциональные обязанности» (1 %): многозадачный 2; многофункциональный 1; пишущий закон 1; руководящий 1. Всего 5 реакций.

«Отношение к работе» (1 %): работающий 3; делающий 1. Всего 4 реакции.

«Способность к развитию» (0,4 %): развитый 2; саморазвивается 1. Всего 3 реакции.

«Внутрисистемные отношения» (0,3 %): полная подконтрольность 1; свободный 1. Всего 2 реакции.

«Публичность» (0,3 %): известный 2. Всего 2 реакции.

Синонимы: управляющий 8; служащий 2.

Неинтерпретируемые реакции: прозрачный 4; безопасный 1; везучий 1; желаемый 1; здоровый 1; прозрачность 1.

Кроме того, зафиксированы реакции, которые подвергаются интерпретации, но в силу их единичности не были отнесены нами к какой-л. тематической группе: имеющий сложности 1; обязанный 1; планирующий 1; политический 1; системный 1; традиционный 1.

По результатам данного эксперимента также были выявлены положительно оценочные и отрицательно оценочные реакции.

Положительно оценочные: ответственный 44; умный 40; честный 28; образованный 20; компетентный 13; профессионал 13; целеустремленный 12; коммуникабельный 11; справедливый 11; добрый 9; открытый 9; серьезный 9; эффективный 9; активный 8; понимающий 8; трудолюбивый 7; харизматичный 7; мудрый 6; пунктуальный 6; вежливый 5; внимательный 5; добропорядочный 5; законопослушный 4; исполнительный 4; патриотичный 4; решительный 4; совестливый 4; веселый 3; воспитанный 3; дисциплинированный 3; добросовестный 3; желающий помочь людям 3; имеющий чувство сострадания 3; надежный 3; находчивый 3; начитанный 3; отзывчивый 3; смелый 3; человечный 3; адекватный 2; заботливый 2; ориентированный на результат 2; преданный 2; привлекательный 2; прогрессивный 2; продуктивный 2; развитый 2; рассудительный 2; сообразительный 2; спокойный 2; умеющий выстраивать коммуникацию 2; усердный 2; чуткий 2; эрудированный 2; бескорыстный 1; верный 1; выносливый 1; готовый расширять зону ответственности 1; грамотный 1; демократичный 1; дипломатичный 1; достойный 1; дружелюбный 1; дружит с народом 1; заинтересованный 1; интеллигентный 1; интересный 1; интересующийся 1; информированный 1; кроткий 1; любящий 1; милосердный 1; не привязан к личным принципам 1; отважный 1; позитивный 1; принимающий решения 1; принципиальный 1; работоспособный 1; саморазвивается 1; сдержанный 1; сильный 1; сконцентрированный 1; способный 1; старательный 1; стойкий 1; стремящийся сделать страну лучше 1; творческий 1; толерантный 1; уважаемый 1; увлеченный 1; умеющий анализировать ситуацию 1; хороший 1. Всего 409 реакций.

Отрицательно оценочные: властный 15; хитрый 10; корыстный 7; злой 6; наглый 5; невежественный 4; грубый 2; коррупционный 2; ленивый 2; некомпетентный 2; нечестный 2; эгоистичный 2; безбашенный 1; беззаботный 1; безынициативный 1; борзый 1; бюрократичный 1; высокомерный 1; жесткий 1; меркантильный 1; мошенник 1; неэффективный 1; подлый 1; показушный 1; самовлюбленный 1; своевольный 1; скупой 1; сомнительный 1; тупой 1; упрямый 1. Всего 77 реакций.

Положительно оценочных реакций более чем в 5 раз больше отрицательно оценочных.

Далее мы сравнили результаты свободного и направленного ассоциативных экспериментов.

**Полевая организация**

Полученные в результате двух экспериментов реакции были отнесены нами к зонам ядра, ближней и дальней периферии. Реакции, относящиеся к крайней периферии, в данной статье не обозначены, так как имеют невысокую частотность и во многом отображают индивидуальные особенности языкового сознания (табл. 1).

Таблица 1

**Полевая структура ассоциативного поля «Чиновник»**

Полевая организация	САЭ	НАЭ
Ядро	власть 12 государственный служащий 8	ответственный 44 умный 39
Ближняя периферия	профессионал 6 государство 5 коррупция 4 управленец 4 человек 4	честный 28 образованный 20 властный 15 целеустремленный 12 справедливый 11 богатый 10 компетентный 10
Дальняя периферия	будущее 3 деньги 3 ответственный 3 профессия 3	открытый 9 профессиональный 9 серьезный 9 хитрый 9 эффективный 9 коммуникабельный 8 понимающий 8 управляющий 8 добрый 7 строгий 7 трудолюбивый 7 харизматичный 7 важный 6 мудрый 6 пунктуальный 6 уверенный 6 внимательный 5 злой 5 наглый 5

Таким образом, зоны ядра и периферии не совпадают по результатам свободного и направленного ассоциативного эксперимента, что еще раз подчеркивает необходимость проведения различных психолингвистических экспериментов при описании определенной лексемы.

**Тематическая организация**

Полученные в результате двух экспериментов тематические группы представим в виде таблицы (табл. 2):

## Смысловая структура ассоциативного поля «Чиновник»

Тематическая группа	САЭ	НАЭ
«Профессиональные и личные качества»	26%	58%
«Предоставляемые возможности»	14%	–
«Отношение к государству»	11%	1%
«Отношение к деньгам»	10%	4%
«Целевое назначение»	10%	2%
«Знания/умения»	7%	6%
«Родовое наименование»	5%	–
«Связь с народом»	4%	5%
«Профессия»	3%	–
«Последствия»	1%	–
«Результативность»	1%	3%
«Степень образованности»	–	4%
«Показатель статуса»	–	3%
«Владение новыми технологиями»	–	3%
«Визуальный образ»	–	3%
«Речевые и коммуникативные качества и навыки»	–	2%
«Занятость»	–	1%
«Особенности мышления»	–	1%
«Отношение к закону»	–	1%
«Функциональные обязанности»	–	1%
«Отношение к работе»	–	1%
«Способность к развитию»	–	0,4%
«Внутрисистемные отношения»	–	0,3%
«Публичность»	–	0,3%

Анализ таблицы показывает, что часть тематических групп выявляется одним из экспериментов. Так, тематические группы «Предоставляемые возможности», «Родовое наименование», «Профессия», «Последствия» выявлены только с помощью свободного ассоциативного эксперимента. Направленный ассоциативный эксперимент позволил значительно расширить список тематических групп: «Степень образованности», «Показатель статуса», «Владение новыми технологиями», «Визуальный образ», «Речевые и коммуникативные качества и навыки», «Занятость», «Особенности мышления», «Отношение к закону», «Функциональные обязанности», «Отношение к работе», «Способность к развитию», «Внутрисистемные отношения», «Публичность» (табл. 2).

Кроме того, направленный ассоциативный эксперимент оказался результативнее в выявлении качеств чиновника.

## Обсуждение

Результаты свободного ассоциативного и направленного ассоциативного экспериментов позволяют сделать следующие выводы:

1. Психолингвистические эксперименты являются продуктивным методом изучения языкового сознания, в том числе профессионального.

2. Наиболее объемными тематическими группами смысловой сферы «Чиновник» по данным двух экспериментов являются: «Профессиональные и личностные качества», «Предоставляемые возможности», «Отношение к деньгам», «Знания/умения», «Целевое назначение», «Отношение к государству».

3. Зоны ядра и периферии не совпадают в ассоциативных полях двух экспериментов.

4. Свободный ассоциативный эксперимент в большей мере фиксирует понятийный аспект изучаемой лексики: чиновник – это человек определенной профессии, государственный служащий, управленец, имеющий отношение к власти, к деньгам, профессионал; может быть коррумпированным.

5. Направленный ассоциативный эксперимент выявляет интерпретационную зону: большинство реакций ядра и периферии характеризуют чиновника с точки зрения личностных и профессиональных качеств и носят преимущественно оценочный характер.

6. Образ чиновника является оценочным в профессиональном языковом сознании. Индекс оценочности составляет 0,6 по данным двух экспериментов (индекс вычислялся нами как соотношение оценочных реакций к общему количеству реакций). Положительная оценка доминирует над отрицательной.

7. В описании образа чиновника в современном профессиональном языковом сознании направленный ассоциативный эксперимент существенно дополняет данные свободного ассоциативного эксперимента.

## Ссылки

1. Ушакова Т. Н. Языковое сознание и принципы его исследования // Языковое сознание и образ мира: сб. статей; отв. ред. Н. В. Уфимцева. М., 2000. С. 13–23.

2. Сергиева Н. С. Пространство и время жизненного пути в русском языковом сознании: монография. СПб.: Наука, 2009. 316 с.

3. Уфимцева Н. В., Тарасов Е. Ф. Проблемы изучения языкового сознания // Вопросы психолингвистики. 2009. № 10. С. 18–25.

4. Тарасов Е. Ф. Языковое сознание // Вопросы психолингвистики. 2004. № 2. С. 34–47.

5. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 314 с.

6. Свиркович О. В. Образ университета в поликультурном языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2021. 23 с.

7. Чернышова Е. Б. Динамика и вариативность оценки в русском языковом сознании: параметрический подход: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2019. 39 с.

8. Дьяконова Е. А. Топонимы, символизирующие Россию в актуальном языковом сознании носителей русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2022. 26 с.



9. Кинжигалиева Ж. Э. Смысловое пространство «Массовая культура» в русском языковом сознании начала XXI века: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2021. 25 с.
10. Худоев Х. Ё. Ассоциативное поле вежливости в таджикском и русском языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Душанбе, 2021. 25 с.
11. Цзинь Чжи. Образ ребёнка в языковом сознании (на примере разных лингвокультур): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2019. 23 с.
12. Ван Чжицян. Солнце и луна в языковом сознании носителей русской и китайской культур: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Мытищи, 2023. 27 с.
13. Павленок Д. В. Когнитивный механизм формирования образа преподавателя в национальном языковом сознании студентов: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2019. 21 с.
14. Цзя Шуюе. Образ профессии в языковом сознании носителя языка (на материале китайского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 21 с.
15. Плешков Е. С. Специфика образов языкового сознания у носителей разных субкультур (на материале имен собственных): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Челябинск, 2021. 22 с.
16. Харченко Е. В., Клочкова Е. В. Профессионализация языкового сознания (на примере медицинского персонала) // Вестник Челябинского университета. 2017. № 12 (408). Филологические науки. Вып. 110. С. 194–199.
17. Алферова Ю. И. Профессионально маркированные компоненты языкового сознания, репрезентированные единицами родного и изучаемого языков: дис. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2005. 219 с.
18. Агаюлова С. И. Концепт «Интернет» в обиходном и профессиональном языковом сознании: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010. 23 с.



## Images of Russian writers in the language consciousness of the youth of the Yaroslavl region

A. A. Talitskaya<sup>1</sup>, A. Yu. Livanova<sup>1</sup>

<sup>1</sup>P. G. Demidov Yaroslavl State University, Yaroslavl, Russian Federation

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-526-538

Research article  
Full text in Russian

The article describes the specifics of the perception of anthroponyms of the lexico-semantic group "Russian Writers" by the youth linguistic consciousness (the recipients are residents of the Yaroslavl region). The anthroponyms *A. S. Pushkin*, *M. Y. Lermontov* and *I. S. Turgenev* served as the material for the study. The study was conducted using the method of directed associative experiment, according to the results of which the associative fields of all the studied stimuli were compiled. It is shown that the semantic groups that were identified in the analysis of associative fields generally coincide in all three studied anthroponyms. These are such groups as "The meaning of the poet and his work", "Qualities attributed to the poet", "Perception of creativity by the reader", "Literary activity". The semantic groups "Appearance" and "Origin" became specific semantic groups for the anthroponym *A. S. Pushkin*, and for the anthroponym *M. Y. Lermontov* – "Appearance" and "Facts of biography". No specific semantic groups have been identified for the anthroponym *I. S. Turgenev*. The psycholinguistic meanings of anthroponyms are formulated after processing the experimental data obtained. It has been established that all anthroponyms are characterized by semes with both an approving and disapproving assessment, while the evaluative characteristics are diverse. Conclusions about the high mastery of anthroponyms by the linguistic consciousness of the youth of the Yaroslavl region are drawn, and the anthroponym *A. S. Pushkin* turned out to be the most mastered.

**Keywords:** directed associative experiment; associative field; psycholinguistic meaning; semes; anthroponyms; Russian writers

### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Talitskaya, Anna A. | E-mail: [a.talitskaya@uniyar.ac.ru](mailto:a.talitskaya@uniyar.ac.ru)  
Cand. Sc. (Philology), Associate Professor

Livanova, Anastasia Yu. | E-mail: [livanovanasta4@gmail.com](mailto:livanovanasta4@gmail.com)  
Undergraduate

**Funding:** Yaroslavl State University (project VIP-019).

**For citation:** Talitskaya A. A., Livanova A. Yu. Images of Russian writers in the language consciousness of the youth of the Yaroslavl region // *Social'nye i gumanitarnye znaniya*. 2024. Vol. 10, No. 4. P. 526-538. (in Russ.)



## Образы русских писателей в языковом сознании молодежи Ярославской области

А. А. Талицкая<sup>1</sup>, А. Ю. Ливанова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова, Ярославль, Российская Федерация

DOI: 10.18255/2412-6519-2024-4-526-538  
УДК 81

Научная статья  
Полный текст на русском языке

В статье описывается специфика восприятия антропонимов лексико-семантической группы «Русские писатели» молодежным языковым сознанием (реципиентами являются жители Ярославской области). Материалом для исследования послужили антропонимы *А. С. Пушкин*, *М. Ю. Лермонтов* и *И. С. Тургенев*. Исследование проводилось с помощью метода направленного ассоциативного эксперимента, по результатам которого были составлены ассоциативные поля всех исследуемых стимулов. Показано, что семантические группы, которые были выделены при анализе ассоциативных полей, в целом совпадают у всех трех исследуемых антропонимов. Это такие группы, как «Значение поэта и его творчества», «Качества, приписываемые поэту», «Восприятие творчества читателем», «Литературная деятельность». Специфическими семантическими группами для антропонима *А. С. Пушкин* стали семантические группы «Внешность» и «Происхождение», а для антропонима *М. Ю. Лермонтов* – «Внешность» «Факты биографии». Для антропонима *И. С. Тургенев* специфических семантических групп не выделено. После обработки полученных экспериментальных данных сформулированы психолингвистические значения антропонимов. Установлено, что для всех антропонимов характерны семы как с одобрительной, так и с неодобрительной оценкой, при этом оценочные характеристики разнообразны. Сделаны выводы о высокой освоенности антропонимов языковым сознанием молодежи Ярославской области, причем наиболее освоенным оказался антропоним *А. С. Пушкин*.

**Ключевые слова:** направленный ассоциативный эксперимент; ассоциативное поле; психолингвистическое значение; семы; антропонимы; русские писатели

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Талицкая, Анна Александровна | E-mail: [a.talitskaya@uniyar.ac.ru](mailto:a.talitskaya@uniyar.ac.ru)  
Кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры  
общей и прикладной филологии

Ливанова, Анастасия Юрьевна | E-mail: [livanovanasta4@gmail.com](mailto:livanovanasta4@gmail.com)  
Студент (4 курс), факультет филологии и коммуникации

**Финансирование:** ЯрГУ (проект VIP-019).

**Для цитирования:** Талицкая А. А., Ливанова А. Ю. Образы русских писателей в языковом сознании молодежи Ярославской области // Социальные и гуманитарные знания. 2024. Том 10, № 4. С. 526-538.

## **Введение**

Современная лингвистическая наука уделяет особое внимание именам собственным, в частности антропонимам. В статье имена собственные исследуются с позиций психолингвистики, поскольку на основе таких исследований в настоящее время происходит становление нового научного направления – психономастики.

С. И. Влахов и С. П. Флорин указывают, что имена собственные (в первую очередь антропонимы) являются частью языковой картины мира и отражают национальный колорит [1, с. 238]. Ю. Н. Караулов также обращает внимание на лингвокультурную специфику имени собственного, относя онимы к местам памяти – «крупным явлениям национальной истории и культуры, известным большинству носителей данного языка и культуры, хранящимся в памяти поколений» [2, с. 154].

Антропонимы могут быть индивидуальными или групповыми. Индивидуальные антропонимы выделяют личность из коллектива, групповые – даются коллективам, выделяемым на основе тех или иных признаков [3, с. 39].

Наше исследование направлено на изучение индивидуальных антропонимов русских писателей XIX века, то есть имен собственных реально существовавших персон, с помощью метода психолингвистического эксперимента.

## **Методы**

Наиболее разработанной техникой психолингвистического анализа семантики является ассоциативный эксперимент (как свободный, так и направленный), позволяющий описать объективно существующие в психике носителя языка семантические связи слов, языковые стереотипы [4].

Общая методика проведения ассоциативного эксперимента следующая: испытуемым предъявляется список слов-стимулов и говорится, что им необходимо записать первые приходящие в голову слова-реакции. Инструкция отвечать «первым словом, которое придет на ум», имеет принципиальное значение. Ассоциативная реакция-ответ должна следовать немедленно, испытуемый не должен размышлять над ответом [5].

Особенность направленного ассоциативного эксперимента состоит в том, что испытуемому предлагается давать ассоциации определенного грамматического или семантического класса (например, подобрать прилагательное к существительному) [6].

Данные, полученные при проведении ассоциативного эксперимента, изучаются с помощью ассоциативных полей, т. е. совокупности ассоциатов на слово-стимул. Ассоциативное поле имеет ядро (наиболее частотные реакции) и периферию [7]. Выделяют также единичные реакции, большинство из которых продолжает направления ассоциирования, намеченные ассоциациями центральной ассоциативной зоны.

Для изучения специфики восприятия антропонимов языковым сознанием молодежи Ярославской области мы использовали метод направленного ассоциативного эксперимента и дальнейший анализ полученных реакций.

Респондентами направленного ассоциативного эксперимента стали носители русского языка, школьники и студенты разных возрастных групп в количестве 109 человек: 13–18 лет – 55 человек; 19–22 года – 54 человека.

Опрос проходил в онлайн-формате на платформе Google Forms.

Участникам эксперимента предлагалось письменно ответить первой возникшей ассоциацией на данные в анкете слова-стимулы: *А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, И. С. Тургенев*. Время ответа не ограничивалось, но участники были проинформированы о том, что для эффективности эксперимента реакцию необходимо дать незамедлительно.

Анкета, предложенная участникам эксперимента, выглядит следующим образом:

*Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте.*

*Подберите, пожалуйста, определения к предлагаемым словам (ответьте на вопрос какой?) и запишите те, которые первыми приходят Вам в голову. Не раздумывайте долго. Если затрудняетесь ответить, поставьте прочерк. Нам интересно Ваше личное мнение. Все Ваши ответы будут правильными.*

*А. С. Пушкин (какой?) \_\_\_\_\_*

*М. Ю. Лермонтов (какой?) \_\_\_\_\_*

*И. С. Тургенев (какой?) \_\_\_\_\_*

*Просим указать свои данные:*

*Пол: \_\_\_\_\_. Возраст \_\_\_\_\_.*

*Благодарим за участие в эксперименте!*

## **Результаты**

В рамках данного исследования была использована следующая методика:

Составляются ассоциативные поля для антропонимов *А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, И. С. Тургенев*. При составлении ассоциативных полей ответы с несколькими реакциями разделялись на несколько различных. При представлении ответов испытуемых сохраняется авторская орфография и пунктуация.

Полученные реакции распределяются по семантическим группам.

Формулируется психолингвистическое значение антропонима на основании полученных семантических групп. Психолингвистическое значение формулируется по модели лексикографического описания психолингвистического значения антропонима, предложенной в «Психолингвистическом толковом словаре русского языка» [8].

Дается аналитический комментарий и осуществляется подробная интерпретация возникших в сознании респондентов ассоциаций.

### **Антропоним А. С. Пушкин**

#### **Ассоциативное поле**

**А. С. Пушкин (какой?) 109** – великий **15**; кудрявый **14**; поэтический; талантливый **4**; гениальный; добрый; умный **3**; авторитетный; ветреный; знаменитый; известный; классик; классический; легендарный; нерусский; писатель; популярный; романтический; светлый; экстравагантный; эмоциональный; яркий **2**; аристократичный; африкано-русский; бородатый; ведущий; великий поэт; великий русский поэт; величайший; веселый; впечатлительный; всемирно известный; гармоничный; гениальный русский поэт; гордый; дикий; душевный; задиристый; запутанный; золотистый; излишний; интересный; красивый; красный; креативный; крутой; кудрявый с длинными ногтями; кучерявый; любимый; любит осень; мертвый;

мечтательный; мудрый; образцовый; открытый; писатель. Автор рассказов «О царе Сантане...», «Золотая рыбка» и др; плохой стрелок; понятный всем; поэт; примитивный; приятный; прозаичный; простой; равнодушный; разносторонний; русский; русский поэт; самый известный; серьезный; синий; сказки; сказочный; солнечный; сообразительный; справедливый; стильный; стихотворный; теплый; тонкий; хулиганистый; чуткий; элегантный 1.

Всего реакций: 136, из них различных – 83. Отказы: 1.

### **Семантическая интерпретация результатов эксперимента**

Ассоциативные реакции были обобщены и распределены по семантическим группам (расположены в порядке убывания количества реакций в группе).

1. Значение поэта и его творчества 0,33: великий 18; гениальный; известный; талантливый 4; авторитетный; знаменитый; классик; классический; легендарный; популярный 2; ведущий; образцовый; примитивный 1.

Всего 45 реакций.

2. Качества, приписываемые Пушкину 0,25: добрый; умный 3; ветреный; романтический; экстравагантный; эмоциональный 2; аристократичный; веселый; впечатлительный; гордый; дикий; душевный; задиристый; крутой; любит осень; мечтательный; мудрый; открытый; плохой стрелок; равнодушный; серьезный; сообразительный; справедливый; тонкий; хулиганистый; чуткий 1.

Всего 34 реакции.

3. Внешность 0,15: кудрявый 15; бородатый; кудрявый с длинными ногтями; красивый; стильный; элегантный 1.

Всего 20 реакций.

4. Восприятие творчества читателем 0,1: светлый; яркий 2; гармоничный; запутанный; интересный; креативный; любимый; понятный всем; приятный; простой; разносторонний; солнечный; теплый 1.

Всего 15 реакций.

5. Литературная деятельность 0,1: поэтический 7; писатель; сказки 2; писатель. Автор рассказов «О царе Сантане...», «Золотая рыбка» и др; прозаичный 1.

Всего 13 реакций.

6. Происхождение 0,03: нерусский 2; африкано-русский; русский 1.

Всего 4 реакции.

Не интерпретируются следующие реакции: *золотистый, излишний, красный, синий*. Невозможность интерпретировать данные реакции связана с тем, что они могут трактоваться неоднозначно или заключают в себе личный опыт испытуемого.

Не составляет семантическую группу, но интерпретируется реакция *мертвый*.

### **Комментарий**

Результаты психолингвистического эксперимента показывают, что наиболее частотными реакциями у респондентов являются ассоциации, связанные со значением поэта и его творчества. Преобладание положительных ассоциаций (*великий 15; талантливый 4; гениальный 3, ведущий 1, великий поэт 1, великий русский поэт 1, величайший 1, гениальный русский поэт 1, образцовый 1*) свидетельствует о высоком признании вклада А. С. Пушкина в русскую литературу. Упоминание характеристик *авторитетный 2, знаменитый 2, классик 2, легендарный 2, классический 2,*

*популярный 2* подтверждает его статус не только в отечественной, но и в мировой культуре (*известный 2, всемирно известный 1, самый известный 1*). Однако среди положительных реакций выделяется одна негативная – *примитивный*. Эта ассоциация может свидетельствовать о неоднородности восприятия Пушкина и, возможно, указывает на существование критических взглядов на его творчество, которые, хотя и не являются преобладающими, требуют внимания.

Второй по численности семантической группой является группа реакций, обозначающих качества, приписываемые А. С. Пушкину. Их также можно разделить на одобрительные (*добрый 3; умный 3; романтический 2; веселый; эмоциональный 2; гордый 1 и др.*) и неодобрительные семы (*ветренный 2; дикий 1; задиристый 1, равнодушный 1*). Множество приписываемых характеристик показывает, что Пушкин воспринимается как сложная фигура, обладающая как положительными, так и отрицательными чертами.

Отдельную семантическую группу составляют реакции, характеризующие внешность: *кудрявый 15; бородатый; кудрявый с длинными ногтями; красивый; стильный; элегантный 1*. Отметим, что большинство из них связано с типичным восприятием внешности поэта, обусловленным знаменитым портретом, принадлежащим кисти О. Кипренского.

Реакции *светлый 2, яркий 2, гармоничный 1, запутанный 1, интересный 1, креативный 1, любимый 1, понятный всем 1, приятный 1, простой 1, разносторонний 1, солнечный 1, теплый 1* показывают, как воспринимается творчество поэта читателем. Эти реакции показывают и эмоциональное восприятие (*светлый 2, яркий 2, гармоничный 1*), и сложность текстов (*понятный всем 1, простой 1, запутанный 1*), и личное отношение читателей к творчеству (*любимый 1, приятный 1, интересный 1*).

Следующие реакции описывают литературную деятельность А. С. Пушкина. Они называют как в целом род деятельности (*поэтический 7; писатель 2; прозаичный 1*), так и конкретные произведения (*сказки 2; писатель. Автор рассказов «О царе Сантане...», «Золотая рыбка» и др 1*).

Последняя группа реакций связана с происхождением писателя: *нерусский 2; африкано-русский 1; русский 1*. Примечательно, что реакции противоположны. Ассоциации *нерусский* и *африкано-русский* связаны со смешанным происхождением, африканскими корнями А. С. Пушкина. В то же время определение его как русско-го говорит о его связи с русской культурой и языком.

### Психолингвистическое значение

**А. С. Пушкин** – писатель 0,01; классик 0,01 (классический 0,01); великий 0,11; талантливый 0,03; гениальный 0,02; нерусский 0,01; кудрявый 0,1; добрый 0,02; умный 0,02; ветренный 0,01; экстравагантный 0,01; поэтический 0,03; авторитетный 0,01; знаменитый 0,01; известный 0,01; легендарный 0,01; популярный 0,01; в творчестве светлый 0,01; яркий 0,01; романтический 0,01; эмоциональный 0,01.

Индивидуальные семы: *аристократичный; африкано-русский; бородатый; ведущий; великий поэт; великий русский поэт; величайший; веселый; впечатлительный; всемирно известный; гармоничный; гениальный русский поэт; гордый; дикий; душевный; задиристый; запутанный; интересный; красивый; креативный; крутой; кудрявый с длинными ногтями; кучерявый; любимый; любит осень; мертвый; меч-*

*тательный; мудрый; образцовый; открытый; писатель. Автор рассказов «О царе Сантане...», «Золотая рыбка» и др; плохой стрелок; понятный всем; поэт; примитивный; приятный; прозаичный; простой; равнодушный; разносторонний; русский; русский поэт; самый известный; серьезный; сказки; сказочный; солнечный; сообразительный; справедливый; стильный; стихотворный; теплый; тонкий; хулиганистый; чуткий; элегантный 1.*

Одобрительное 0,5.

Неодобрительное 0,02.

Неинтерпретируемые реакции: *золотистый, излишний, красный, синий.*

Индекс освоенности слова 0,99.

### **Антропоним М. Ю. Лермонтов**

#### **Ассоциативное поле**

**М. Ю. Лермонтов (какой?) 109** – умный 6; грустный; романтический 5; одинокий; поэт 4; интересный 3; великий; вспыльчивый; глубокий; красивый; лиричный; молодой; отважный; патриот; поэтический; рассудительный; сильный; стихи; усатый 2; автор «Бородино»; вдохновляющий; великий поэт и прозаик; взволнованный; влюбленный; военный; гениальный; глупый; гусар; дерзкий; добрый, но разбит; добрым; загадочный; заносчивый; застенчивый; знаменитый; инновационный; ищущий смысл; кавказская тематика; кисловодский; классик; красный/жёлтый; лёгкий; любящий Кавказ; мёртвый; мечтательный; мечтающий; многословный; мудрый; невытый; непонятый; равнодушным; низенький; нормальный; образованный; обычный; ответственный; пессимистичный; печальный; писатель. Он писал стихи, например «Парус» (белет парус одикий в тумане голубом...); популярный; прозаичный; простой; пустой; пухленький; пушистый; ранимый; романтический и не покорный, а может непокоренный; русский писатель; с усиками и что-то с кавказом связано; самоуверенный; своего времени; серый; серьезный; слащавый; сложный; смешной; статный; стихи про Кавказ; строгий; талантливый художник; творческий; темно-синий; тоже умный; трагичный; удивительный; фаталист; философский; философствующий; холодный; хороший; циничный; честный; чилловый; чувственный; эмоциональный 1.

Всего реакций: 129, из них различных – 94. Отказы: 4.

#### **Семантическая интерпретация результатов эксперимента**

1. Качества, приписываемые Лермонтову 0,5: умный 7; романтический 6; грустный 5; одинокий 4; вспыльчивый; мечтательный; молодой; отважный; патриот; пессимистичный; рассудительный; сильный; философствующий 2; влюбленный; глупый; дерзкий; добрый, но разбит; добрым; загадочный; заносчивый; застенчивый; любящий Кавказ; мудрый; равнодушным; образованный; ответственный; ранимый; самоуверенный; серьезный; слащавый; строгий; фаталист; циничный; честный; чувственный; эмоциональный 1.

Всего 63 реакции.

2. Литературная деятельность 0,13: поэт 8; кавказская тематика; русский писатель 2; автор «Бородино»; невытый; писатель. Он писал стихи, например «Парус» (белет парус одикий в тумане голубом...); своего времени; творческий 1.

Всего 17 реакций.



3. Восприятие творчества читателем 0,12: интересный 3; глубокий; лиричный 2; вдохновляющий; ищущий смысл; лёгкий; многословный; простой; пустой; сложный; удивительный; чилловый 1.

Всего 16 реакций.

4. Значение поэта и его творчества 0,07: великий 3; знаменитый 2; гениальный; классик; непонятый; талантливый художник 1.

Всего 9 реакций.

5. Внешность 0,06: красивый 2; усатый 2; низенький; пухленький; с усиками и что-то с кавказом связано; статный 1.

Всего 8 реакций.

6. Факты биографии 0,03: военный; гусар; кисловодский; трагичный 1.

Всего 4 реакции.

Не интерпретируются следующие реакции: *взволнованный; инновационный; красный/жёлтый; нормальный; обычный; пушистый; серый; смешной; темно-синий; холодный; хороший*. Невозможность интерпретировать данные реакции связана с тем, что они могут трактоваться неоднозначно или заключают в себе личный опыт испытуемого.

Не составляет семантическую группу, но интерпретируется реакция *мертвый*.

### Комментарий

Самой распространенной группой реакций оказались ассоциации, связанные с качествами, приписываемыми писателю: *умный 7, романтический 6, грустный 5, одинокий 4, вспыльчивый 2* и др. Они показывают противоречивое восприятие личности поэта, сформировавшееся у читателя.

Можно выделить ассоциации, связанные с его интеллектуальными и философскими качествами (*умный 7, рассудительный 2, философский 2, мудрый 1, образованный 1*). Наряду с положительными характеристиками встречается реакция *глупый 1*. Романтический образ Лермонтова проявляется в ассоциациях *романтический 6, мечтательный 2, влюблённый 1, загадочный 1, любящий Кавказ 1*, что связано с его творчеством в духе романтизма.

В то же время такие черты, как *грустный 5, одинокий 4, пессимистичный 2, ранимый 1*, указывают на восприятие Лермонтова как человека, переживающего внутренние конфликты и меланхолию. Лермонтову приписывают много положительных и нейтральных качеств: *отважный 2, патриот 2, сильный 2, добрый 1, неравнодушный 1, ответственный 1, самоуверенный 1* и др. Однако есть и реакции, связанные с дерзостью и конфликтностью: *вспыльчивый 2, дерзкий 1, заносчивый 1, циничный 1*, показывающие его противоречивость. В целом образ М. Ю. Лермонтова воспринимается как сложный и многогранный: философ, романтик, человек с сильным характером и внутренними переживаниями.

Следующей по численности семантической группой является группа реакций, обозначающая литературную деятельность. Они называют как в целом род деятельности (*поэт 8; русский писатель 2, творческий 1*), так и конкретные произведения (*автор «Бородино» 1; писатель. Он писал стихи, например «Парус» (белет парус одикий в тумане голубом...) 1*). К реакциям, обозначающим конкретные произведения М. Ю. Лермонтова, можно отнести реакции *немытый* (связана со стихотворением «Прощай, немытая Россия») и *своего времени* (роман «Герой нашего времени»).

Отдельную тематику произведений писателя показывают реакции *кавказская тематика* и *стихи про Кавказ*.

Реакции *интересный 3; глубокий 2; лиричный 2; вдохновляющий; ищущий смысл; лёгкий; многословный; простой; пустой; сложный; удивительный; чилловый 1* связаны с особенностью восприятия творчества Лермонтова читателями. Эти реакции показывают личное отношение читателей к творчеству (*интересный, вдохновляющий, удивительный, пустой, чилловый*), философскую и эмоциональную наполненность (*глубокий, лиричный, ищущий смысл*) и сложность текстов (*лёгкий, простой, сложный, многословный*).

Следующая группа ассоциаций характеризует значение поэта и его творчества. Преобладание реакций *великий 3, гениальный 1, классик 1, талантливый художник 1* указывает на оценку М. Ю. Лермонтова как важной фигуры в литературной традиции. Ассоциация *непонятый* может свидетельствовать о том, что поэт воспринимается как человек, чьё творчество не всегда было по достоинству оценено современниками. В то же время реакции *знаменитый* и *популярный* подчёркивают широкое признание его творчества.

Еще одна семантическая группа описывает внешность писателя. Реакции описывают как образ М. Ю. Лермонтова в целом: *красивый 2, статный 1*, так и отдельные его черты: *усатый 2, низенький 1, пухленький 1, с усиками и что-то с кавказом связано 1*.

Последняя группа ассоциаций называет различные факты биографии Лермонтова: его деятельность (*военный 1, гусар 1*), место ссылки (*кисловодский 1*) и общую характеристику судьбы (*трагичный 1*).

### Психолингвистическое значение

**М. Ю. Лермонтов** – поэт *0,03*; поэтичный *0,01*; стихи *0,01*; великий *0,01*; красивый *0,01*; молодой *0,01*; усатый *0,01*; умный *0,04*; грустный *0,04*; одинокий *0,04*; вспыльчивый *0,01*; отважный *0,01*; патриот *0,01*; рассудительный *0,01*; сильный *0,01*; интересный *0,02*; в творчестве романтичный *0,04*; глубокий *0,01*; лиричный *0,01*.

Индивидуальные семы: автор «Бородино»; вдохновляющий; великий поэт и прозаик; взволнованный; влюбленный; военный; гениальный; глупый; гусар; дерзкий; добрый, но разбит; добрым; загадочный; заносчивый; застенчивый; знаменитый; инновационный; ищущий смысл; кавказская тематика; кисловодский; классик; лёгкий; любящий Кавказ; мёртвый; мечтательный; мечтающий; многословный; мудрый; невымытый; непонятый; неравнодушным; низенький; нормальный; образованный; обычный; ответственный; пессимистичный; печальный; писатель. Он писал стихи, например «Парус» (белет парус одикий в тумане голубом...); популярный; прозаичный; простой; пустой; пухленький; пушистый; ранимый; романтический и не покорный, а может непокорный; русский писатель; с усиками и что-то с кавказом связано; самоуверенный; своего времени; серый; серьёзный; слащавый; сложный; статный; стихи про Кавказ; строгий; талантливый художник; творческий; тоже умный; трагичный; удивительный; фаталист; философский; философствующий; циничный; честный; чилловый; чувственный; эмоциональный *1*.

Одобрительное *0,6*.

Неодобрительное *0,06*.

Неинтерпретируемые реакции: *взволнованный; инновационный; красный/жёлтый; нормальный; обычный; пушистый; серый; смешной; темно-синий; холодный; хороший.*

Индекс освоенности слова 0,96.

### **Антропоним И. С. Тургенев**

#### **Ассоциативное поле**

**И. С. Тургенев (какой?) 109** – мудрый 5; деревенский; добрый; драматичный; задумчивый; интересный; мечтательный; мутный; мягкий; поэт; простой; реалист; родной; скромный; сложный; строгий; умный; хороший 2; басни; бедный; благородный; благосклонный; важный; введший в литературу новые понятия; вдохновляющий; верный; весенний; взрослый; воодушевленный; глубокий (?); грозный; грустный; дерзкий; дождливый; домашний; драматургичный; душевный; еще умнее; жизненный; занимательный; зелёный; классик; классический; классный; легкий; либеральный; любит басни; любящий природу; мастер слова; меланхоличный; милосердный; милый; мирный; молчаливый; мрачный; наблюдательный; надёжный; настоящий; невнятный; незаурядный; нигилизм; норм; нормальный; один из самых значимых русских писателей; одинокий; открытый; переводчик; песочный; печальный; писатель; писатель. Он написал произведение «Муму» (про собаку которую Герасим утопил); пожилой и мудрый; поэтичный; правильный; пресный; природный; провинциальный; прозаичный; пронизательный; разбит; рассказы; русский писатель; свежий; серьёзный; сказочный; складный; сочинительный; старый; суровый; точный; тяжелый; умудрённый опытом; философский; читаемый; чувственный; чувствительный 1.

Всего реакций: 115, из них различных – 97. Отказы: 7.

#### **Семантическая интерпретация результатов эксперимента**

1. Качества, приписываемые Тургеневу 0,4: мудрый 7; добрый; задумчивый; меланхоличный; мечтательный; мягкий; скромный; строгий; умный 2; бедный; благородный; верный; взрослый; грозный; грустный; дерзкий; еще умнее; либеральный; любит басни; любящий природу; милосердный; милый; мирный; молчаливый; мрачный; наблюдательный; надёжный; одинокий; открытый; правильный; старый; суровый; чувственный; чувствительный 1.

Всего 48 реакций.

2. Восприятие творчества читателем 0,22: интересный 3; драматичный; простой; родной; сложный 2; вдохновляющий; глубокий (?); душевный; жизненный; классный; легкий; невнятный; пресный; свежий; серьёзный; складный; точный; тяжелый; философский 1.

Всего 25 реакций.

3. Литературная деятельность 0,11: поэт; реалист 3; деревенский; писатель 2; басни; драматургичный; нигилизм; переводчик; писатель. Он написал произведение «Муму» (про собаку которую Герасим утопил); природный; провинциальный; рассказы; сказочный 1.

Всего 13 реакций.

4. Значение поэта и его творчества 0,09: важный; введивший в литературу новые понятия; классик; классический; мастер слова; настоящий; незаурядный; один из самых значимых русских писателей; пронизательный; читаемый 1.

Всего 10 реакций.

Не интерпретируются следующие реакции: *мутный*; *хороший 2*; *благоклонный*; *воодушевленный*; *дождливый*; *домашний*; *весенний*; *зелёный*; *норм*; *нормальный*; *песочный*; *разбит*; *сочинительный 1*. Невозможность интерпретировать данные реакции связана с тем, что они могут трактоваться неоднозначно или заключают в себе личный опыт испытуемого.

### Комментарий

Самой распространенной группой реакций оказались ассоциации, связанные с качествами, приписываемыми писателю. Восприятие писателя читателями в основном строится на контрасте между приписываемыми ему положительными (*мудрый 7*; *добрый*; *задумчивый*; *меланхоличный*; *мечтательный*; *мягкий*; *скромный*; *строгий*; *умный 2*; *бедный*; *благородный*; *верный*; *взрослый*; *грозный*; *грустный*; *еще умнее*; *либеральный*; *любит басни*; *любящий природу*; *милосердный*; *милый*; *мирный*; *молчаливый*; *наблюдательный*; *надёжный*; *одинокий*; *открытый*; *правильный*; *чувственный*; *чувствительный 1*) и отрицательными (*дерзкий*, *мрачный*, *старый*, *суровый 1*) качествами. Одобрительные ассоциации подчёркивают образ писателя как мудрого, доброго и глубокого человека, чье творчество вызывает уважение. В то же время наличие отрицательных ассоциаций показывает, что личность автора может вызывать противоречивые чувства. Эти реакции демонстрируют разнообразие взглядов на творчество и личные качества И. С. Тургенева.

Довольно многочисленной оказалась группа, показывающая особенности восприятия творчества И. С. Тургенева читателем. Они показывают сложность текстов (*простой 2*; *сложный 2*; *легкий 1*; *тяжелый 1*), их содержательность (*драматичный 2*, *глубокий (?) 1*, *серьёзный 1*, *философский 1*), эмоциональное восприятие одобрительное (*интересный*; *родной*; *вдохновляющий*; *душевный*; *жизненный*; *занимательный*; *классный*; *свежий*; *складный*; *точный*) и неодобрительное (*невнятный*; *пресный*).

Следующая группа ассоциаций характеризует литературную деятельность И. С. Тургенева. Среди них можно выделить реакции, связанные с родом деятельности писателя: *поэт 3*; *переводчик 1*; *писатель 2*, *сказочный 1*, реакции, описывающие конкретные жанры и направления, с которыми работал Тургенев: *реалист 3*, *басни 1*, *драматургичный 1*, *рассказы 1*, реакции, связанные с конкретными произведениями: *писатель. Он написал произведение «Муму» (про собаку которую Герасим утопил) 1*; *деревенский* (ассоциация может быть связана с «Записками охотника»); *нигилизм* (связана с романом «Отцы и дети») и реакции, связанные с содержанием произведений: *природный 1*; *провинциальный 1*.

Последняя семантическая группа показывает значение поэта и его творчества. Характеристики *важный 1*, *классик 1*, *классический 1*, *один из самых значимых русских писателей 1* показывают значимость творчества И. С. Тургенева не только в русской, но и в мировой литературе. Ассоциации *введивший в литературу новые понятия*; *мастер слова* говорят о вкладе писателя в культуру, а ассоциации *настоящий 1*; *незаурядный 1*; *пронизательный 1*; *читаемый 1* указывают на ценность творчества писателя и его особенности.

**Психолингвистическое значение**

**И. С. Тургенев** – поэт 0,02; драматичный 0,02; мудрый 0,04; добрый 0,02; задумчивый 0,02; мечтательный 0,02; мягкий 0,02; скромный 0,02; строгий 0,02; умный 0,02; в творчестве интересный 0,02; реалист 0,02; деревенский 0,02; простой 0,02; родной 0,02; сложный 0,02.

Индивидуальные семы: *басни; бедный; благородный; важный; введший в литературу новые понятия; вдохновляющий; верный; взрослый; глубокий (?); грозный; грустный; дерзкий; драматургичный; душевный; еще умнее; жизненный; занимательный; классик; классический; классный; легкий; либеральный; любит басни; любящий природу; мастер слова; меланхоличный; милосердный; милый; мирный; молчаливый; мрачный; наблюдательный; надёжный; настоящий; невнятный; незаурядный; нигилизм; один из самых значимых русских писателей; одинокий; открытый; переводчик; печальный; писатель; писатель. Он написал произведение «Муму» (про собаку которую Герасим утопил); пожилой и мудрый; поэтический; правильный; пресный; природный; провинциальный; прозаичный; пронизательный; рассказы; русский писатель; свежий; серьёзный; сказочный; складный; старый; суровый; точный; тяжелый; умдрённый опытом; философский; читаемый; чувственный; чувствительный.*

Одобрительное 0,26.

Неодобрительное 0,06.

Неинтерпретируемые реакции: *мутный; хороший 2; благосклонный; воодушевленный; дождливый; домашний; весенний; зелёный; норм; нормальный; песочный; разбит; сочинительный 1.*

Индекс освоенности слова 0,93.

**Выводы**

По результатам проделанной работы можно сделать вывод, что антропонимы А. С. Пушкин (ИОС 0,99), М. Ю. Лермонтов (ИОС 0,96) и И. С. Тургенев (ИОС 0,93) достаточно закреплены в русском языковом сознании молодежи Ярославской области. При подсчете реакций не учитывались отказы (1, 4 и 7 соответственно). Это показывает, что антропоним А. С. Пушкин лучше всего закреплен в языковом сознании.

Выделенные семантические группы показывают разницу в восприятии данных антропонимов. В психолингвистическом значении каждого антропонима выделяется его сфера деятельности, общественная значимость, черты характера, индивидуальные признаки, чувства и оценки деятельности лиц. При этом к характеристике А. С. Пушкина и М. Ю. Лермонтова добавляется описание внешности писателей, а национальность выделяется в отдельную семантическую группу только у антропонима А. С. Пушкин. Отдельная семантическая группа реакций, называющая биографические факты, появляется и у антропонима М. Ю. Лермонтов.

Семантическая группа, называющая качества, приписываемые писателям, занимает по численности первое (М. Ю. Лермонтов и И. С. Тургенев) и второе (А. С. Пушкин) места. Большинство реакций с таким значением имеют одобрительную оценку.

Стоит отметить, что семантическая группа, показывающая значение поэта и его творчества, стала значимой только в психолингвистическом значении антропонима А. С. Пушкин. Семантические группы с таким же значением у двух других анализируемых антропонимов находятся по численности на 4 месте.

Обратим внимание и на семантическую группу, характеризующую литературную деятельность писателей. У антропонима *А. С. Пушкин* в неё входят в основном реакции, связанные со сферой деятельности, жанрами, в которых работал писатель. А у антропонима *М. Ю. Лермонтов* та же семантическая группа расширяется, включая в себя сразу несколько реакций, называющих конкретные произведения или тематику произведений писателя. То же расширение коснулось данной семантической группы, выделенной из ассоциативного поля антропонима *И. С. Тургенев*.

### Ссылки

1. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереваемое в переводе. М.: Р. Валент, 2012. 406 с.
2. Караулов Ю. Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 1999. 180 с.
3. Кучешева И. Л. К вопросу об индивидуальных и групповых антропонимах в составе фразеологизмов (на материале немецкого и английского языков) // *Иностранные языки в школе*. 2017. № 2. С. 39–42. EDN YGCXDB.
4. Архипова С. В. Ассоциативный эксперимент в психолингвистике // *Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура*. 2011. № 11. С. 6–9. EDN OFNIRR.
5. Фрумкина Р. М. Психолингвистика. М.: Academia, 2001. 320 с.
6. Джанаева В. В. К вопросу о свободном ассоциативном эксперименте // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2008. № 10. С. 14–20. EDN PVQYMB.
7. Стернин И. А. Лексикографическое представление психолингвистического значения слова // *Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания*. 2017. Т. 15, № 2. С. 204–214. DOI 10.22363/2313-2264-2017-15-2-204-214.
8. Рудакова А. В. Психолингвистический толковый словарь русского языка: Вып. 1. Антропонимы / А. В. Рудакова, С. В. Коваленко, И. А. Стернин. Воронеж: РИТМ, 2018. 134 с.