



Кубанский государственный университет

Научный журнал

ЮЖНО-РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Scientific Journal

SOUTH-RUSSIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Том 23 · 2022 · №4

Южно-российский журнал социальных наук

Издается с марта 1999 г. Периодичность — 4 номера в год. 20 марта 2018 г. Федеральной службой по надзору с сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций в запись о регистрации СМИ внесены изменения в связи с изменением названия, территории распространения, переименованием учредителя, уточнением тематики — регистрационный номер ПИ № ФС77-72496 от 20 марта 2018 г.

Распространяется по подписке. Подписной индекс по каталогу «АРЗИ» Э46483. ISSN 2619-0567

Согласно ФЗ от 29.12.2010 №436 ФЗ журнал относится к категории информационной продукции для детей, достигших возраста 12 лет.

Позиция редакции может не совпадать с мнением авторов.

Учредитель:

Кубанский государственный университет

Адрес редакции:

350040, г. Краснодар,
ул. Ставропольская, 149, к. 406-н.
Тел.: (861) 219-96-27

Адрес издателя:

350040, г. Краснодар,
ул. Ставропольская, 149. Кубанский
государственный университет

Главный редактор

Морозова Елена Васильевна, д-р филос. наук, проф. (КубГУ, Россия)

Редакционная коллегия

Жаде З.А., д-р полит. наук, проф., Адыгейский ГУ, Россия; **Кольба А.И.**, д-р полит. наук, доц., КубГУ, Россия (*зам. гл. редактора*); **Мкртчян А.Е.**, д-р филос. наук, проф., Ереванский ГУ, Армения; **Малинова О.Ю.**, д-р филос. наук, проф., НИУ «Высшая школа экономики», Россия; **Оберемко О.А.**, канд. социол. наук, доц., НИУ «Высшая школа экономики», Россия; **Ожигова Л.Н.**, д-р психол. наук, проф., КубГУ, Россия (*зам. гл. редактора*); **Поцелуев С.П.**, д-р полит. наук, доц., ЮФУ, Россия; **Рябкина З.И.**, д-р психол. наук, проф., КубГУ, Россия; **Рябченко Н.А.**, канд. полит. наук, доц., КубГУ, Россия (*тех. директор*); **Фадеева Л.А.**, д-р ист. наук, проф., Пермский ГНИУ Россия; **Хагуров Т.А.**, д-р социол. наук, КубГУ, Россия; **Янчук В.А.**, д-р психол. наук, проф., Белорусский ГУ, Беларусь.

Редакционный совет

Алексеева Т.А., д-р филос. наук, проф., МГИМО(У) МИД РФ, Россия; **Дёмин А.Н.**, д-р психол. наук, проф., КубГУ, Россия; **Дженкинс Р.**, д-р социологии, проф., Университет Шеффилда, Великобритания; **Дэшауэр К.**, проф., Свободный университет, Брюссель, Бельгия; **Журавлев А.Л.**, д-р психол. наук, проф., академик РАН, Институт психологии РАН, Россия; **Зинченко Ю.П.**, д-р психол. наук, проф., МГУ им. М. В. Ломоносова, Россия; **Знаков В.В.**, д-р психол. наук, проф., Институт психологии РАН, Россия; **Насимова Г.О.**, д-р полит. наук, проф., Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан; **Никовская Л.И.**, д-р социол. наук, проф., Институт социологии ФНИСЦ РАН, Россия; **Оркени А.**, д-р социол. наук, проф., Университет им. Лоранда Этвёша, Венгрия; **Романова А.П.**, д-р филос. наук, проф., Астраханский ГУ, Россия; **Ротт С.**, PhD, проф., Бизнес-школа Ла Рошель, Франция; **Семененко И.С.**, д-р полит. наук, член-корр. РАН, ИМЭМО им. Е.М. Примакова РАН, Россия; **Сморгунов Л.В.**, д-р филос. наук, проф., СПбГУ, Россия; **Шабров О.Ф.**, д-р полит. наук, проф., МГУ им. М. В. Ломоносова, Россия.

Верстка: Хрипков Д.А. **Технический редактор:** Русия Н.Т.

Журнал включен в утвержденный ВАК Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени по следующим отраслям науки: 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки), 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки), 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки), 5.5.4. Международные отношения (политические науки).

Эл. адрес:

journal@manag.kubsu.ru

Сайт журнала:

<http://journalsr.kubsu.ru>

Формат 70×100 1/16. Печать цифровая. Отпечатано в типографии Издательско-полиграфического центра Кубанского государственного университета, Краснодар, ул. Ставропольская, 149. Макет подготовлен и сверстан в компьютерном центре редакции. Гарнитура PT Serif. Цена свободная. Подписано в печать 31.03.2023. Выход в свет 05.06.2023.

Уч.-изд. л. 15,38. Усл. печ. л. 13,4. Тираж 1000 экз. Заказ № 5286

ЮЖНО-РОССИЙСКИЙ ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК

Том 23 · 2022 · №4

Содержание

Социальная психология

- Личная креативность как социальное действие. 6
Л. Н. Захарова, Е. А. Чуманкина, Л. В. Удалова
- Конструкт конспиративистской ментальности: теоретическая модель 27
В. И. Пищик

Психология личности

- Факторы надежности специалистов летного труда в условиях неопределенности профессиональной деятельности 45
А. А. Алдашева, О. В. Рунец
- Ценностные ориентации подростков, склонных к девиантному поведению 56
Е. В. Харитонова, А. Ю. Хамдамова

Социологические интерпретации

- Социологический анализ информационного потребления молодежи Красноярского края 70
О. В. Васильева, Н. А. Никитина, А. П. Павлов
- Доступность социального капитала в личных сетях 100
Р. А. Заякина

Политика идентичности

- Дейксис Родины в государственной политике идентичности на телеканале «Россия 1» 116
Ю. В. Сурсанова

Политические институты и процессы

- Механизмы контроля над СМИ по-азиатски: компаративный анализ на примере Узбекистана и Таджикистана. 136
Д. М. Салимов

- К сведению авторов 154
- Порядок приёма и рецензирования рукописей 161

South-Russian Journal of Social Sciences

Published quarterly since March 1999. Registered under certificate ПИ № ФС77-72496 of March 20, 2018 issued by the Federal Service for Supervision of Communication, Information Technologies and Mass Communications (Roskomnadzor) of the Ministry of Communications and Mass Media of the Russian Federation.

Distributed by subscription. Free price. Subscription index in Rospechat catalogue 46483. ISSN 2619-0567

The Editorial Board's opinion may differ from the authors' opinion.

Founding institution:

Kuban State University

Editor's office address:

149 Stavropolskaya St., room 406N,
Krasnodar 350040, Russian Federation,
tel. +7 861 2199627

Founding institution's address:

149 Stavropolskaya St., Kuban State University

Editor-in-chief

Prof. Elena V. Morozova, Dr. Sci. (Philosophy), Kuban State University; Krasnodar, Russia

Editorial Board

Prof. **Zuriet A. Zhade**, Dr. Sci. (Political Science), Adyge State University, Maikop, Russia; Assist. Prof. **Aleksey I. Kolba**, Dr. Sci. (Political Science), Kuban State University, Krasnodar, Russia (*Deputy editor-in-chief*); Prof. **Artur E. Mkrtichyan**, Dr. Sci. (Sociology), Yerevan State University, Yerevan, Armenia; Prof. **Olga Yu. Malinova**, Dr. Sci. (Philosophy), National Research University Higher School of Economics, Russia; **Oleg A. Oberemko**, Cand. Sci. (Sociology), National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia; Prof. **Liudmila N. Ozhigova**, Dr. Sci. (Psychology), Kuban State University, Krasnodar, Russia (*Deputy editor-in-chief*); Assist. Prof. **Sergey P. Potseluyev**, Dr. Sci. (Political Sciences), Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia; Prof. **Zinaida I. Ryabikina**, Dr. Sci. (Psychology), Kuban State University, Krasnodar, Russia; **Natalya A. Ryabchenko**, Cand. Sci. (Political Science), Kuban State University, Krasnodar, Russia (*Technical Director*); Prof. **Liubov A. Fadeeva**, Dr. Sci. (History), Perm State Research University, Perm, Russia; **Temyr A. Khagurov**, Dr. Sci. (Sociology), Kuban State University, Krasnodar, Russia; Prof. **Vladimir A. Yanchuk**, Dr. Sci. (Psychology), Belarusian State University, Minsk, Belarus.

Editorial Council

Prof. **Tatyana A. Alekseeva**, Dr. Sci. (Philosophy), MGIMO University, Moscow, Russia; Prof. **Andrey N. Diomin**, Dr. Sci. (Psychology), Kuban State University, Krasnodar, Russia; Prof. **Kris Deschouwer**, Vrije Universiteit Brussel, Brussel, Belgium; Prof. **Richard Jenkins**, Dr. Sci. (Sociology), University of Sheffield, Sheffield, Great Britain; Prof. **Anatoly L. Zhuravlev**, Dr. Sci. (Psychology), Academician Rus. Acad. Sci., Moscow, Russia; Prof. **Yuri P. Zinchenko**, Dr. Sci. (Psychology), Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; Prof. **Viktor V. Znakov**, Dr. Sci. (Psychology), Institute of Psychology, Rus. Acad. Sci., Moscow, Russia; Prof. **Larissa I. Nikovskaya**, Dr. Sci. (Sociology), Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Rus. Acad. Sci., Moscow, Russia; Prof. **Antal Orkeny**, DsC, Rolando Eötvös University of Budapest, Hungary; Prof. **Steffen Roth**, PhD, La Rochelle Business School, La Rochelle, France; **Irina S. Semenenko**, Dr. Sci. (Political Sciences), Rus. Acad. Sci. Corresp. Member, Primakov National Research Institute of World Economy and International Relations, Rus. Acad. Sci., Moscow, Russia; Prof. **Leonid V. Smorgunov**, Dr. Sci. (Philosophy), St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia; Prof. **Oleg F. Shabrov**, Dr. Sci. (Political Sciences), Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.

Computer Layout: Dmitry A. Khripkov. **Editorial Assistant:** Natella T. Rusiya

The Journal is on the list of leading peer-reviewed scientific journals and periodicals recommended by the Higher Attestation Commission of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation. The Journal publishes articles on the following fields of science: 5.3.1. General psychology, psychology of personality, history of psychology (psychological sciences), 5.4.4. Social structure, social institutions and processes (sociology), 5.5.2. Political institutions, processes, technologies (political sciences), 5.5.4. International Relations (political sciences)

E-mail:

journal@manag.kubsu.ru

Web-site:

<http://journalsr.kubsu.ru>

SOUTH-RUSSIAN JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Vol. 23 · 2022 · Iss. 4

Contents

Social Psychology

Personal Creativity as Social Action 6
L. N. Zakharova, E. A. Chumankina, L. V. Udalova

The Construct of the Conspirativist Mentality: A Theoretical Model 27
V. I. Pishchik

Psychology of Personality

Reliability Factors of Flight Specialists Under Conditions of Uncertainty of Their
Professional Activities. 45
A. A. Aldasheva, O. V. Runets

Value Orientations of Teenagers with a Propensity for Deviant Behavior 56
E. V. Kharitonova, A. Yu. Khamdamova

Sociological interpretations

Sociological Analysis of Information Consumption by Young People in Krasnoyarsk
Region 70
O. V. Vasilyeva, N. A. Nikitina, A. P. Pavlov

Availability of Social Capital in Personal Networks 100
R. A. Zayakina

Identity Politics

The Deixis of Homeland in State Identity Policy on TV Channel “Russia 1” 116
Iu. V. Sursanova

Political Institutions and Processes

Mechanisms of Control over the Media “According to Asiastcom”: Comparative Analysis
on the Example of Uzbekistan and Tajikistan. 136
D. M. Salimov

Information for Contributors 160

Procedure for Receiving and Reviewing Manuscripts 161

ЛИЧНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ДЕЙСТВИЕ

Л. Н. Захарова, Е. А. Чуманкина, Л. В. Удалова

Захарова Людмила Николаевна

Эл. почта: zlnnnov@mail.ru, ORCID 0000-0002-8244-2114

Чуманкина Елена Анатольевна

Эл. почта: tesla@unn.ru, ORCID 0000-0002-3958-3034

Удалова Людмила Владимировна

Эл. почта: udalova.lud@yandex.ru, ORCID 0000-0002-2124-7497

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, пр. Гагарина, 27, корп. 2, Нижний Новгород, 603002, Россия

Аннотация. Дан анализ инновационности российской экономики, востребованности креативного работника Индустрией 4.0. Цель исследования состоит в выявлении контекстных и личных барьеров развития и проявления креативности, ее возможностей развития как профессионально важного качества креативного инноватора. Показана связь креативности и инновационности. Впервые креативность с ее характеристиками процессности и интерактивности рассмотрена как социальное действие в системной детерминации на уровнях культуры общества, контекстов развития, личности и организма. На материале социологических исследований показано, что на уровне культуры общества с доминирующими ценностями стабильности и безопасности существует серьезный барьер становления личной креативности и потребности участия в инновациях. Барьер носит не абсолютный характер, поскольку ценности развития присутствуют и могут быть использованы как предикторы инновационного поведения определенной части потенциального и реального персонала компаний. В семейном укладе, организационной культуре школы, колледжа и вуза преобладают клановые и иерархические ценности, являющиеся результатом их трансляции из культуры общества. Однако организационная культура компаний, успешно входящих в новый технологический уклад Индустрии 4.0, и управленческие практики в таких компаниях показывают эффективную роль организационной культуры как посредника между культурой общества, семейным укладом и субъектом труда. Субъект сначала образовательной и затем трудовой деятельности может самостоятельно и (или) при поддержке организационной культуры учебного или трудового контекста на основе понимания востребованности качества креативности занять активную позицию по преодолению барьеров и использованию возможностей развития личной креативности. К первой группе инструментов такой работы относятся рефлексивное осмысление тех контекстных барьеров в становлении креативности, которые характерны для жизненного пути, и их рефлексивное преодоление, включающее образовательную траекторию. Ко второй группе — стимулирование креативности и освоения методов творческого решения задач. Третья группа инструментов развития креативности объединяет поиск или организацию малых групп с инновационной мотивацией, работа в которых облегчает снижение функциональной и статусной фиксированности и позволяет использовать методы группового решения творческих задач. И последняя группа предполагает развитие компетенций по управлению детерминантами психофизиологической природы: работоспособности, стресса, динамики мотивации.

Ключевые слова: Индустрия 4.0, инновационность, востребованные навыки, личная креативность, социальное действие, барьеры креативности, развитие креативности, детерминанты креативности, креативный инноватор.

Переход к новому экономическому укладу, базирующемуся на инновациях, меняет социальный контекст общественной, образовательной и трудовой жизни, поскольку он сопряжен с движением от устойчивого, предсказуемого, относительно простого SPOD-мира к миру нестабильному, неопределенному, сложному и неоднозначному

VUCA-миру (Johansen, 2013). Футурологи предсказывают наступление хрупкого, тревожного, нелинейного и непостижимого BANI-мира (Cascio, 2019). Можно полемизировать, насколько мир в целом и в конкретной стране стал соответствовать этим характеристикам, но то, что условия жизни и трудовой деятельности становятся все более трудно предсказуемыми и турбулентными уже не вызывает сомнений. От того, насколько быстро и даже с опережением предприятия и организации готовятся к внедрению технологических и управленческих инноваций, зависит жизнеспособность конкретной компании и экономики в целом (Cameron, 2003).

В Глобальном индексе инновационности Россия находится только на 47-м месте (Global..., 2022). Критической проблемой экономического развития является производительность труда. Российские предприятия в среднем отстают по этому показателю от иностранных конкурентов в 2–3 раза (Национальный..., 2021). Производительность труда может быть повышена только за счет роста инновационности экономики.

Динамично меняется рынок труда, предъявляются новые требования к работнику. Для современной экономики требуется персонал с компетенциями, выходящими за рамки формального образования (ценностями инновационности): креативный, личностно вовлеченный в трудовой процесс, проявляющий ответственность и инициативу, развивающийся вместе с трудовым процессом, принимающий на себя ответственность за самообучение (Fossen, 2019, Гимпельсон, 2022).

Креативность и инновационность

Под креативностью, начиная с трудов Э. П. Торренса, Г. Айзенка, Дж. П. Гилфорда, понимается характеристика человека, проявляющаяся в чувствительности к проблемам и имеющемуся дефициту решений, в способности отказываться от стереотипов восприятия и мышления, в любознательности, поиске решений, выдвижении и проверке гипотез и формулировании результата на основе использования особых качеств когнитивных способностей в форме преимущественно дивергентного беглого, гибкого, оригинального и иррелевантного мышления. Исследования последних лет показывают высокую значимость эмоционального интеллекта в креативности. Эмоциональный интеллект, включающий благополучие, самоконтроль, эмоциональность и общительность, предполагает лучшую способность к дивергентному мышлению, что в свою очередь увеличивает вероятность создания творческого изобретения (Giancola, 2022). В концепции «Четыре С» Дж. Кауфмана и Р. Бегетто раскрываются уровни креативности, проявляющиеся от повседневного творчества, необходимого для решения бытовых задач («маленькое-с»), которое можно обнаружить почти у всех людей, до выдающегося творчества в искусстве или научно-техническом изобретательстве («большое-С»). Они добавляют идею «Mini-с», творчества, присущего процессу обучения, и «Pro-с», развивающего и требующего усилий продвижения за пределы «маленького-с», что представляет собой опыт профессионального уровня в любой творческой области (Kaufman, 2009). Этот подход ценен тем, что открывает рассмотрение креативности не только у творцов, но и у большей части людей, которым нужно это качество для успеха в современной жизни.

Прослежены этапы и семь траекторий достижения различных уровней креативности: от универсального творчества, наблюдающегося у всех людей с младенчества; редкого по сравнению со сверстниками (ребенок или взрослый создает необычные

точки зрения, действия, продукты, вопросы) до развития талантов (экспертиза, приобретение знаний и навыков), эвристики (приобретение знаний о стратегиях и способах ведения дел), производства информации, преобразования или революции в поле задач. Дан анализ возрастных изменений креативности (Cohen, 2011; Gilhooly, 2021).

Креативность проявляется в разных сферах духовной, практической и, увы, даже в криминальной, деятельности, поэтому вопрос ценностно-мотивационной регуляции развития креативности представляет особую значимость для общества.

Запрос рынка труда на креативных сотрудников сам по себе нуждается в определенном уточнении, поскольку, как правило, речь не идет об инновационных сотрудниках. А именно инновационные сотрудники, создавая новое, способны внедрить его сами или организовать внедрение в практику. Или, сами, не создавая новшество, способны воспринять его, не бояться, не испытывать стресс, отказаться от стереотипов, обеспечивающих приверженность привычному, ставшему традиционным, уже уступающему во влиянии на производительность и качество труда другим, новым, технологиям. Инновация может быть терапевтическим вмешательством, методом обучения, оценочной практикой, управленческой практикой, клиническим руководством, политической директивой, инициативой по улучшению или другой деятельностью или программой. Но это всегда конкретная технология, способная повысить производительность и качество труда.

Между креативностью и инновационностью нет прямой связи (Яголковский, 2019). Креативность выступает в качестве важнейшего, но все же первого шага в инновационном процессе (Anderson, 2014). Подлинный инноватор — это человек с достаточно высоким уровнем как креативности, так и инновационности, который способен не только продуцировать новые оригинальные идеи, но и обеспечить их доведение до создания прототипа и разработки условий внедрения в практику (West, 2004). Современные исследования показывают условия, способствующие переходу от креативности к последующим шагам в инновационном процессе. К ним, в первую очередь, относятся стили лидерства. Такие стили, как транзакционное и поддерживающее, опосредуя связь креативности и инновационности, усиливают инновационность сотрудников (Lee, 2020; Wenjing Cai, 2021).

Инновационность нуждается в среде, поддерживающей и награждающей творческие идеи (Богоявленская, 2002, с. 52).

Таким образом, турбулентные особенности мира, внешней и внутренней среды организации, в которой человек учится или работает, тренды инновационного развития экономики, запросы рынка труда обуславливают понимание личной задачи каждого — найти себя в VUCA-мире как человека и профессионала. Актуальным для каждого является вопрос: можно ли, если можно, то при каких условиях и какими средствами, развить свою личную креативность?

Цель теоретического исследования, результаты которого представлены в статье, состоит в раскрытии возможностей и ограничений в развитии личной креативности и прогнозировании на этой основе склонности человека к участию в инновационной деятельности.

Креативность как социальное действие

Многочисленные исследования креативности показывают ее процессность (становление, развитие, угасание, вариабельность сценариев в онтогенезе), зависимость

от социальных условий и собственной позиции субъекта. Эти факты указывают на интерактивный характер процесса ее становления. Поэтому представляется вполне обоснованной попытка рассмотреть личную креативность как социальное действие на основе теории Т. Парсонса (Парсонс, 2000). На рис. 1 представлена теоретическая модель системной детерминации личной креативности на уровнях культуры общества, контекстных культур, личности и организма. Рассмотрен личностный консерватизм как альтернатива креативности.

Такой подход согласуется не только с теорией Т. Парсонса, но и классическим принципом психологии, сформулированным С. Л. Рубинштейном, об опосредовании действия внешних факторов внутренними, идеями современной европейской психологии о необходимости исследовать личность во внешних контекстах (Guimond, 2010). В отношении развития креативности наиболее значимыми представляются контексты культуры общества, семейный уклад, организационная культура школы, вуза и места работы субъекта. Рассмотрение креативности как социального действия обуславливает необходимость анализа ценностей, являющихся предикторами поведения (Здравомыслов, 1986; Schwartz, 2012).

Уровень культуры общества

Ценностная специфика уровня культуры современного российского общества, естественной частью которого является любой гражданин, состоит в безусловном доминировании ценностей безопасности, отношений и стабильности. Согласно опросу ВЦИОМ (сентябрь 2020) наиболее значимы такие ценности как безопасность (90%), материальное положение (74%), здоровье (94%), отношения в семье (76%). Безусловную значимость творческой самореализации в работе и вне ее признал 31% опрошенных (Здоровье..., 2020). Не совсем ясно, в какой сфере проявляется творческая самореализация, опросы это не конкретизируют. Домашняя вышивка, садоводство и огородничество вполне могут способствовать положительному ответу о значимости творческой самореализации в жизни респондента.

Вместе с тем в более ранних исследованиях с учетом специфики возрастных групп выявлен малый ценностный консенсус, что означает следующее: общие ценностные тенденции не являются объединяющими, и особенно это относится к ценностям «Открытость изменениям — Сохранение», прямо связанным с креативностью потенциального и реального персонала как части общества (Магун, 2015). Эти данные имеют большое значение для понимания ценностной неоднородности российского общества. Ценностное разнообразие стало предпосылкой инновационного социально-экономического развития (Руднев, 2019).

В соответствии с данными мирового исследования ценностей 72–76% россиян независимо от возраста позитивно относятся к усилению роли развивающихся технологий в их жизни (World..., 2020, с. 16). Однако позитивное отношение к инновациям отражает в большей мере потребительскую мотивацию, поскольку люди действительно хотят новых лекарств, новую технику и инфраструктуру в местах проживания. Собственное участие в инновационной деятельности — совсем другое дело. Значительная часть как руководящих сотрудников, так и работников исполнительского звена корпораций не доверяет внедрению цифровых технологий в управление (Райченко, 2020).

Серьезным культурным фактором, сдерживающим проявление креативности в инновационной сфере, является ментальная ориентация россиян не на будущее,

имеющие наиболее непосредственную связь с развитием интеллекта, внутреннего плана действия, необходимого в творчестве, математические, художественные, и пр.), в основном поручая это профессионалам. Школы для особо способных детей являются своего рода не только инкубаторами детского творчества, но и психологической защитой для таких детей. На детях младших возрастов показано, что когнитивные способности и навыки детей приводят к личному выбору и личной сети контактов со сверстниками. Творческие дети привлекают друг друга и встречаются в творческих социальных процессах. Однако из творческого ядра исключаются менее творческие дети. Таким образом, дети, которые больше всего нуждаются в творческих подмостках, получают их меньше всего в своем интеллектуальном и творческом развитии (Reunato, 2014). Но там, где таких детей большинство, социальной изоляции могут подвергнуться именно креативные дети.

Обычно родители, имеющие финансовые ресурсы, привлекают специалистов в помощь детям: оплачивают нянь, психологов и репетиторов без выделения средств на развитие интеллекта, а тем более креативности. Развитие ребенка как значимая тема присутствует в рассуждениях родителей, но что, каким образом развивается, способны ли привлеченные специалисты что-то развить, остается вопросами без ясного ответа (Сизова, 2020). Здесь уместно вспомнить о том, что в социологических опросах все больше респондентов признают равенство женщин, эгалитарное устройство семьи, но в реальности живут в соответствии с глубоко укоренившимися гендерными стереотипами (Ефанова, 2020). Гендерные стереотипы препятствуют креативному развитию девочек и серьезными барьерами к овладению профессиями, связанными с техническим творчеством и профессиональной самореализацией в них (Ellis, 2016; Савинская, 2020).

Гендерные стереотипы — только часть культурных стереотипов, сдерживающих развитие креативности. Исследование связи между культурными ценностями родителей и творчеством их детей показало, что сильный акцент родителей, особенно отцов, на социальном конформизме и неоспоримом родительском авторитете отрицательно сказывается на творчестве их детей (Kim, 2020).

Открытым вопросом остается участие семьи в выборе ребенком сферы приложения и развития своих общих и творческих способностей, которую он находит, участвуя во многих деятельности с разной степенью успешности. Предоставляется ли ему этот широкий выбор или родители решают, чем более полезно или престижно заниматься их ребенку? А может быть, этот выбор перекладывается на плечи школьного специалиста по профессиональной ориентации? Или ребенок уже давно, бесконтрольно пребывая в социальных сетях, выбрал себе кумира из многочисленных популярных блогеров-инфлюенсеров (Демидов, 2022) и хочет ему подражать.

Значимым ресурсом семейного уклада являются внутрисемейные отношения, психологический климат в семье. Уклад семейной жизни с не слишком либеральными, но и не слишком жесткими требованиями к поведению детей, где стимулируется нешаблонное поведение, когнитивное развитие, благоприятен для развития креативности, формирования позитивного восприятия собственных способностей, уровня самостоятельности в принятии решений, ответственности. В то же время строгие ограничения и контроль либо вообще устранение от воспитания детей оказывают резко негативное, затормаживающее влияние на развитие креативности. Особенно важно не фокусирование ребенка на авторитете родителей, поощрение сомнений, допущение права на ошибку (Любарт, 2019; Ткаченко, 2021, Агулова,

2022). Последнее представляется особенно важным, поскольку жесткий контроль, порицание и даже наказание за ошибки, приводят к становлению мотивации не достижений, а избегания неудачи. Страх наказания ведет сначала ребенка, затем подростка, позже студента к поиску путей, возможно содержащих креативный компонент, но негативного свойства, обман, списывание и пр. Процветание плагиата не только в вузе, но и в науке ограничивает подлинную креативность, снижает творческий потенциал общества в целом.

Значимость качества семейных отношений для развития и проявления креативности подтверждается данными, что высокая креативность в управлении организацией обнаруживается у менеджеров с позитивной историей и благоприятным семейным климатом не только на этапах взросления, но и на этапе реальной управленческой деятельности (Szopiński, 2013).

Организационная культура образовательного учреждения, потенциального и реального места работы

Если положение ребенка в семье, наличие или отсутствие каких-либо факторов развития креативности не контролируется обществом, то образовательные учреждения, потенциальные и реальные места работы выступают или могут выступить как несущие запрос на креативность учащихся, студентов, сотрудников. Однако не все так просто. В организациях креативность развивается или не развивается, проявляется или не проявляется в зависимости от организационной культуры (ОК), представляющей собой доминирующие ценности и соответствующие им модели поведения, обеспечивая внешнюю адаптацию в современных условиях к нестабильному и неопределенному миру за счет внутренней интеграции в отношении внешних и внутренних вызовов (Шейн, 2002). В школах и колледжах, как правило, преобладают зависимо-пассивные, реже зависимо-активные ОК, близкие к иерархически-клановому и кланово-иерархическому типам по типологии К. Камерона и Р. Куинна (Камерон, 2001), и крайне редко встречаются свободно-пассивный и свободно-активный типы ОК (в основном в элитарных школах), а в вузах преобладает кланово-иерархический тип ОК (Шакурова, 2013; Патутина, 2020; Захарова, 2017, 2020).

ОК большей части российских компаний со времен административно-командной модели экономики относится к иерархически (бюрократически)-клановому типу (Захарова, 2010, 2021; Грачев, 2019). Со времен М. Вебера известно, что иерархические (бюрократические) культуры не только не создают запрос на креативность, но и вытесняют ее из организационной жизни, поскольку базовой ценностью таких культур является следование инструкциям, алгоритмам, стандартам (Вебер, 2003; Diamond, 1996; Камерон, 2001; Brettel, 2015). Попытки менеджмента внедрить инновации в таких культурах ведут к большим психологическим издержкам для персонала, вызывают состояния психологического неблагополучия, ощущения ухудшения здоровья за счет переживания стресса высокого уровня (Caesens, 2017; Захарова, 2020, 2021).

Понимая трудности и даже невозможность развития креативности в таких организационных условиях, менеджмент не только в России, но и в мире ищет пути преодоления организационно-культурного барьера. Эти поиски идут в направлении изменения организационных условий, поскольку рыночно-адхократическая ОК пока немногочисленных в России инновационных компаний успешно выполняет

роль посредника между культурой общества и работником, делая его приверженцем новых для него инновационных ценностей за счет использования практик поддерживающего управленческого взаимодействия (Захарова, 2021). То же происходит в элитарных школах и вузах. Разрабатываются инструменты повышения инновационности ОК, которые можно использовать для улучшения инноваций в любой организации на основе ее культуры. Для повышения инновационности важны следующие параметры ОК: ориентация на достижение цели, вовлеченность и приверженность сотрудников, доверие, командный дух, а также разработка методов снижения психологических издержек при изменении ОК (Bila-Deroussy, 2017; Bendak, 2020; AlShehhi, 2021, Захарова, 2021).

Большое внимание уделяется разработке технологий поддержания инновационности сотрудников, моделей корпоративного обучения творческому мышлению, предназначенных для улучшения как генерации идей, так и навыков реализации идей у обучаемых (Завьялова, 2018; Birdi, 2021). Осуществляются пока спорные попытки внедрения новых типов организационного функционирования в виде так называемых сиреневых и перламутровых организаций, направленных на повышение срабатываемости, раскрытия креативности сотрудников, раскрепощение мышления, предоставление возможности самореализации и самоуправления без избытка контроля менеджеров с высокой ответственностью исполнителей за свои действия. Менеджмент, с одной стороны, дает свободу мышления и творчества собственному коллективу, а с другой — сохраняет непосредственную вертикальную иерархию (Акопян, 2022).

Личностный уровень детерминации креативности

Если все же, несмотря на все трудности выхода на траекторию развития креативности или попадание в благоприятную среду семейного уклада, ОК школы, вуза, человек задается вопросами развития своей креативности, безусловно, на этом уровне детерминации есть свои возможности. Их можно разделить на три блока: рефлексивная оценка собственной креативности — консерватизма, развитие личной креативности, развитие креативности в групповой работе.

1. Рефлексивная оценка собственной креативности — консерватизма.

1.1. Следует оценить, например, с помощью рефлексивного мышления силу влияния на себя ценностей и негативных стереотипов культуры общества. Если человек хочет развивать свою креативность в меняющемся мире, придется отказаться от негативных стереотипов, от таких как стереотипы возрастной и гендерной предвзятости: новое — это хорошо забытое старое и пр. Стоит постараться проверять свои решения на стереотипность, понаблюдать за другими людьми и потренироваться увидеть в их решениях и действиях признаки стереотипности, консервативных ценностей, утративших свою незыблемость и пр. Нужно попробовать решать обычные житейские проблемы, сравнивая стереотипные и оригинальные решения на предмет их соответствия морали, практической значимости, перспективной ценности для отдельных людей и общества в целом. Эти достаточно простые приемы проверки себя на консерватизм, стереотипность мышления и поведения помогут преодолеть неосознанное сопротивление креативным решениям.

1.2. Стоит дать такой же анализ силы влияния тех ограничений творческого мышления, которые имели место в семейном воспитании, в образовательных учреждениях и даже, возможно, в сфере дополнительного образования, на которую возлагали надежды родители. Следует выяснить, какие возможности были исполь-

зованы, что вошло в личный креативный капитал; какие ценностные установки, характеристики мышления, фантазии, воображения, воплощения творческих планов в жизнь, а также какие сферы приложения личного творчества уже определены, а какие видятся актуальными.

1.3. Помня о влиянии ОК на развитие и проявление креативности, стоит беспокоиться о внимательном отношении к выбору места работы, собрать информацию об ОК компании, о востребованности в ней инноваций, ценностном настрое менеджмента на инновационное развитие. Модели ОК с доминированием иерархического компонента будут сдерживать развитие личной креативности и не только препятствовать ее проявлению, но постепенно могут превратить сотрудника в убежденного консерватора.

2. Развитие личной креативности.

2.1. Стимуляция креативности. Жизнь человека обычно проходит в схожих условиях и, на первый взгляд, не требует особой креативности. Но только на первый взгляд. Даже ситуация дарения новогодних подарков может быть очень разной. Обычно дети готовятся к получению подарков, ждут их, намекают или прямо просят того или иного. Родители и близкие стараются им угодить. Но стоит только донести ребенку ценную мысль о том, что прежде, чем получить подарки, хорошо бы приготовить их самому для своих близких, любимой собачке, соседям и пр., как ситуация принципиально меняется. Достаточно легко можно помочь ребенку найти адекватные, для него креативные решения, исходя из желания доставить удовольствие оригинальным запоминающимся подарком, учитывая индивидуальные особенности адресатов дарения, материальных и временных ресурсов. Эта ситуация является вызовом креативности и взрослому человеку. Это очень простой пример, когда требуется и стимуляция креативности, и даже использование специальных методов решения творческих задач.

Цель стимуляции креативности — выход за пределы обыденного, обретение свободы мышления и воображения, расширение и обогащение ассоциаций, усиление функции категоризации восприятия, снижение функциональной фиксированности, активация правого полушария, эмоций, преодоление стереотипных решений, преобладающих в сознании. Средств стимуляции креативности немало. К наиболее действенным и одновременно приятным относится искусство. Можно использовать для стимуляции креативности обращение к музыкальным произведениям, живописи, поэзии.

Так в музыкальном искусстве стоит обратить внимание на импрессионизм К. Дебюсси, М. Равеля, М. Чюрлениса. Это музыкальное течение напрямую возникло из импрессионизма в живописи, а видные представители импрессионизма в музыке переняли его важнейшие черты: расплывчатость полутонов, неяркость, приглушенность ее ключевых моментов. Эти произведения не только стимулируют креативность, но помогут снять излишнее рабочее или творческое возбуждение и привести мотивацию к ее оптимуму.

В живописи большего стимулирующего эффекта можно добиться, обращаясь к произведениям В. Кандинского, одного из основоположников абстракционизма, супрематистов К. Малевича, А. Родченко и др. Стиль супрематизма, у истоков которого стоял К. Малевич, был основан на философской концепции мастера, который считал задачей художника отобразить на полотне сущность искусства, не прибегая при этом к привычным образам.

В поэзии богатством порождения новых ассоциаций выделяется футуризм. Главный принцип футуризма — лозунг Ф. Т. Маринетти «Слова на свободе!». К первым российским футуристам принадлежат В. Хлебников, Д. Бурлюк, В. Маяковский. Немало произведений М. Цветаевой можно отнести к этому направлению.

Хорошей тренировкой и проявлением более активной позиции в плане развития креативности может стать собственное стихосложение, например, по технологии синквейн. Синквейн — пятистрочная стихотворная форма. Она возникла в США в начале XX в. под влиянием японской поэзии и стала использоваться как эффективный метод развития образной речи.

Современное искусство позволяет взглянуть на действительность с неожиданных позиций, получить творческий импульс. Здесь стоит отметить, что очень вероятно со временем проявится индивидуальная чувствительность (с учетом получения свежих ассоциаций), к произведениям конкретного течения в искусстве или конкретного автора.

2.2. Стимуляция эмоционального интеллекта. Для стимуляции эмоционального интеллекта могут подойти произведения классического и современного искусства. Сначала в живописи и поэзии, затем в музыке. Это своеобразный тренинг распознавания эмоций сначала у реалистически представленных актеров в понятной ситуации, затем в движении все к большей абстракции, например, по произведениям П. Пикассо, в которых нередко для понимания эмоций нужна длительная работа по реконструкции установок художника.

Важно понять, какие переживания были бы у вас в подобных ситуациях и почему — также полезный прием для развития эмоционального интеллекта.

2.3. Освоение методов креативного решения задач. К настоящему времени разработано немало эффективных методов, которые используются при решении задач, требующих креативного подхода. Это уже ставшие традиционными методами мозговой штурм, метод фокальных объектов, ТРИЗ (теория решения изобретательских задач) и др. К относительно новым принадлежат виртуальный мозговой штурм, метод ментальных карм, дизайн-мышления и др. Метод Робинзона помогает находить необычные способы использования обычных и даже, казалось бы, ненужных объектов, а также полезен для стимуляции креативности и нахождения творческих решений. Метод фокальных объектов (Ф. Кунце. Ч. Вайтинг, Э. де Боно), при использовании которого свойствами случайных объектов наделяется объект, являющийся предметом решаемой задачи, может быть при должном освоении очень эффективен. ТРИЗ, созданная Г. Альтшуллером, представляет собой оформленную методологию, включающую большой набор методов, приемов, алгоритмов, переживает сейчас второе рождение.

2.4. Развитие креативности в групповой работе. Здесь можно выделить несколько аспектов: поиск или создание творческой группы, использование методов творческой работы в группе и освоение коммуникативных компетенций, направленных на сохранение позитивных межличностных отношений и творческого взаимодействия. Основной смысл объединения творческих людей в группы — это взаимопонимание, что является хорошей психологической поддержкой при наличии, как правило, многочисленных критиков. Но не только. Это обогащающее взаимовлияние, способствующее творческому росту участников, более эффективному решению задач. Для выполнения групповых задач коллективная мотивация оказывается наиболее успешной, поскольку в момент общего целеполагания стираются особенности

психоэмоционального состояния человека, личные привязанности и дружеские предпочтения, и он вовлекается в энергетическое поле группы, максимально раскрывая индивидуальный потенциал в совокупной коллективной работе (Рязанова, 2022, с. 54). Ролевое обеспечение творчески работающих управленческих команд раскрыто в исследованиях и консультативной практике М. Р. Белбина (Belbin, 2011). Он показал необходимость присутствия в команде людей, способных выполнять роли координатора, навигатора, генератора идей, эксперта (экспертов), исполнителя (исполнителей), дипломата и доводчика. Именно такой состав может выступить как коллективный / креативный инноватор, обеспечив хорошее понимание проблем, порождение идей, их экспертизу и доведение разработки до конечного результата, подлежащего внедрению. Трудно переоценить роль дипломата, сглаживающего противоречия, предупреждающего возможные конфликты. Все эти роли принадлежат людям со специфическими индивидуально-психологическими качествами. Нарушение в формировании команд ведет к низкой эффективности решений.

В России продуктивные исследования ролевых ансамблей группового решения творческих задач осуществили Я. А. Пономарев и его ученик Ч. М. Гаджиев. Они не только разработали ролевую структуру творческого коллектива (испытатель задач, критик, активатор, генератор идей, резонатор, исполнители), но и раскрыли психологический механизм группового решения творческих задач (Гаджиев, 1983; Пономарев, 1983). Эта модель построена на теории Я. А. Пономарева о творческом решении на основе использования побочных продуктов процесса решения. Их, как правило, не замечает сам генератор идей, но для этого есть резонатор, который чувствителен к побочным продуктам, и может донести их ценность группе. Кроме ролевой дифференциации рекомендуется функциональное разнообразие, повышающее открытость опыту в группе (Huatian Wang, 2022).

В группе можно применять многочисленные групповые методы решения творческих задач. Известный метод шести шляп (Э. де Боно), предназначенный для повышения креативности в групповом решении, также предполагает ролевое разделение функций. Участник в белой шляпе работает с информацией, в зеленой — продуцирует идеи, в черной — пессимистический критик, в красной — опирается на интуицию, в желтой — оптимист, находящий сильные стороны в предлагаемых решениях, в синей — руководит, ставит цели, координирует, подытоживает результаты.

Один из самых сложных методов — синектика У. Гордона и Дж. Принса, основанная на совмещении в процессе поиска решения проблемы разнородных, порой даже несовместимых элементов, очень эффективен и активно используется.

Найти свое место в творческой группе, создавая ее или входя в ее состав, означает усилить ресурсы личностной креативности.

Организменный уровень детерминации креативности

Этот уровень включает как практически личностно нерегулируемые психофизиологические характеристики, относящиеся к мозговой организации креативности, так и важнейшие регуляторы в виде управления уровнем творческой мотивации, умственной работоспособностью, профилактики и преодоления дистресса. Умственная работоспособность исключительно важна для творческого человека. В ее основе лежит здоровый образ жизни вообще и правильный режим дня в частности. Профилактика и преодоление стресса в своей основе имеют учебную или трудовую деятельность в инновационной ОК с управленческим взаимодействием, обеспечивающим под-

держку и доверие внутри коллектива, чувство безопасности при наличии особого мнения (Duchek, 2020; Chiung-Yi Huang, 2022). В групповой работе актуализируются специфические копинг-стратегии. Одни виды ресурсов снижают неконструктивные способы реагирования на стресс, другие укрепляют конструктивные способы, а третьи являются ресурсными как по снижению неадаптивных копингов, так и по укреплению адаптивных (Совмиз, 2020). Очень важны умения управления творческой мотивацией. Творческие задачи, как правило, трудны для решения и требуют времени. Собственное желание быстрее получить решение, внешние требования и субъективный дефицит времени вызывают стресс. Стресс более разрушительно действует на процесс решения сложной задачи (Китаев-Смык, 2009). Возникает порочный круг: чем сильнее желание быстро решить задачу, тем сильнее стресс разрушает деятельность. Понимание механизмов решения творческих задач помогает выстроить правильную деятельность, используя теорию бессознательных умозаключений Г. Гельмгольца. (Захарова, 1989). Ее смысл состоит в том, чтобы, собрав весь имеющийся материал, необходимый для решения задачи, отвлечься от ее решения, занявшись каким-либо другим делом. Временный уход от проблемы позволяет уйти и от слишком высокого уровня мотивации. В соответствии с законом Йеркса-Додсона для решения субъективно сложных задач, к которым относятся творческие задачи, нужен более низкий уровень мотивации. При его понижении возможно попадание в так называемый мотивационный оптимум, способствующий нахождению решения.

Выводы

1. Креативность в настоящее время — востребованное качество не отдельных творческих людей, а качеством большинства. От ее наличия зависит как инновационное развитие социально-экономической сферы страны, так и личная успешность ее граждан в частной и профессиональной жизни.

2. Креативность имеет процессный и интерактивный характер, поэтому может быть рассмотрена как социальное действие в его системной детерминации на уровне культуры общества, культуры семейного и организационных контекстов, личностном и организменном уровнях.

3. Развитие личной креативности предполагает рефлексивный пересмотр возможностей и ограничений ее становления, полученных на жизненном пути в виде ценностей и привычных моделей поведения, усвоенных в семье и образовательных учреждениях, отказ от тех стереотипов мышления и действия, которые утратили свою целесообразность в современных условиях.

4. Развитие креативности включает на личностном уровне детерминации поиск места работы (учебы) с инновационными ценностями, запросом на креативность персонала и его поддержку, стимуляцию креативности, развитие эмоционального интеллекта, освоение специальных методов, поиск или создание творческих групп для решения творческих задач в качестве коллективного креативного инноватора. На психофизиологическом уровне креативности целесообразно развитие компетенций по поддержанию умственной работоспособности, управлению творческой мотивацией, профилактике и преодолению стресса.

5. Сохранение традиционных типов организационной культуры в образовательных учреждениях представляет собой барьер развития креативности у большей части учащихся, в компаниях — барьер развития креативности персонала. В результате — снижается жизнеспособность компании в турбулентной среде. Целесообразно создавать

в образовательных учреждениях кружки (клубы) развития креативности, в компаниях разрабатывать соответствующие модули в системы корпоративного обучения.

Библиографический список

- Агулова, Д. С., Звездина, Г. П. (2022). Взаимосвязь между стилями семейного воспитания и уровнем креативности и тревожности у младших школьников. *Инновационная наука: психология, педагогика, дефектология*, 5(3), 43–55. DOI:10.23947/2658-7165-2022-5-3-43-55
- Акопян, А. Р., Воронцова, Ю. В. (2022). Использование концепции бирюзовой организации для оценки показателей управления творческой командой. *Вестник университета*, 5, 203–209. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-5-203-209
- Богоявленская, Д. Б. (2002). *Психология творческих способностей*. М.: Академия.
- Вебер, М. (2003). *Политические работы*. 1895–1919. М.: Праксис.
- Волгин, А. Д., Гимпельсон, В. Е. (2022). Спрос на навыки: анализ на основе онлайн данных о вакансиях. *Экономический журнал ВШЭ*, 26(3), 343–374.
- Гаджиев, Ч. М. (1983). Организация коллективного изобретательства. В Я. А. Пономарев (ред.) *Исследование проблем психологии творчества* (с. 266–279). М.: Наука.
- Грачев, А. А. (2019). Организационная культура и жизнеспособность работника как факторы эффективности взаимодействия организации с VUCA-средой. *Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда*, 4(2), 28–43.
- Демидов, А. Составлен топ-10 инфлюенсеров-блогеров России. (2022, Январь, 08). *Газета.ru*. Режим доступа https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/01/08/n_17113759.shtml
- Ефанова, О. А., Писклакова-Паркер, М. П. (2020). Современная российская семья в условиях изменения гендерных отношений. *Народонаселение*, 23(2), 26–36. DOI: 10.19181/population.2020.23.2.3.
- Жизненные приоритеты россиян: семья, деньги или творчество? (2017, Июнь, 7). *Сайт ВЦИОМ*. Режим доступа <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264>
- Завьялова, Е., Алсуфьев, А., Краковецкая, И., Лицзюнь, В., Ли, Д. (2018). Развитие персонала в китайских инновационно-активных компаниях. *Форсайт*, 12(3), 43–52. DOI: 10.17323/2500-2597.2018.3.43.52
- Захарова, Л. Н. (1989). *Прикладные вопросы научно-технического творчества*. Горький: ГГУ.
- Захарова, Л. Н., Леонова И. С., Коробейникова Е. В. (2017). *Ценностный конфликт и психологическая жизнеспособность персонала российских предприятий*. Н. Новгород: ННГУ.
- Захарова, Л. Н., Шилова, Л. Н., Чжу Лиучуан, Гадбеджи, З. (2020). Организационная культура промышленных колледжей и предприятий России, Китая и Ирана в оценках студентов и преподавателей. *Вопросы образования*, 3, 234–254. DOI: 10.17323/1814-9545-2020-3-234-254
- Захарова, Л. Н., Леонова, И. С. (2020). Субъективное благополучие персонала предприятий с разной вовлеченностью в инновационные процессы: возрастной аспект. *Вестник Университета*, 2, 186–193. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-2-186-19.
- Захарова, Л. Н., Леонова, И. С. (2021). *Социально-психологический возраст персонала российских компаний*. М.: ИНФРА-М.
- Здоровье, безопасность, семья и работа. (2020, Октябрь, 14). *Сайт ВЦИОМ*. Режим доступа <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorove-bezopasnost-semya-i-rabota>.
- Здравомыслов, Л. Г. (1986). *Потребности. Интересы. Ценности*. М.: Политиздат.
- Камерон К., Куинн Р. (2001). *Диагностика и изменение организационной культуры*. С-Пб.: Питер.
- Китаев-Смык, Л. А. (2009). *Психология стресса: психологическая антропология стресса*. М.: Академический проект.
- Любарт, Т., Муширу, К., Торджман, С., Зенасни, Ф. (2019). *Психология креативности*. М.: Когито-Центр.

- Маслоу, А. (2019). *Мотивация и личность*. СПб: Питер.
- Национальный проект «Производительность труда» (2021). Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. Режим доступа https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyu_proekt_proizvoditelnost_truda/.
- Парсонс, Т. (2000). *О структуре социального действия*. М.: Академический проект.
- Патутина, Н. А., Ревина, М. А. (2020). Организационная культура школы: реальное состояние и перспективы. *Сибирский педагогический журнал*, 4, 7–17. DOI: 10.15293/1813-4718.2004.01
- Пономарев, Я. А., Гаджиев, Ч. М. (1983). Психологический механизм группового решения творческих задач. В Я. А. Пономарев (ред.) *Исследование проблем психологии творчества* (с. 279–295). М.: Наука.
- Райченко, А. В. (2020). Исследование реакции персонала на реализацию программ цифровизации управления корпорациями. *Вестник Университета*, 4, 86–91. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-4-86-91
- Руднев, М. Традиционные ценности и реальность (2019, Май 17). Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/16/801630-traditsionnie-tsennosti>
- Рязанова, Г. Н. (2022). Личностная или групповая мотивация: какой инструмент эффективнее. *Вестник Университета*, 10, 49–56. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-10-49-56
- Савинская, О. Б., Лебедева, Н. В. (2020). Почему женщины уходят из STEM: роль стереотипов. *Женщина в российском обществе*, 2, 62–75. DOI: 10.21064/WinRS.2020.2.6
- Сизова, И. Л., Коренькова, М. М. (2020). Новые потребительские практики современных городских семей в сфере ухода за детьми и их развития. *Вестник Института социологии*, 11(2), 174–193. DOI: 10.19181/vis.2020.11.2.652
- Совмиз З. Р. (2020). Индивидуально-психологические типы реагирования на стресс субъектов командной деятельности. *Южно-Российский журнал социальных наук*, 21(4), 121–133. DOI: 10.31429/26190567-21-4-121-133
- Сто лет СССР. Забыть Нельзя Вернуться? (2020, Октябрь, 14). Сайт ВЦИОМ. Режим доступа <https://wciom.ru/infographics>
- Ткаченко, И. В., Манукянц, Э. В. Влияние семейной среды на развитие креативности личности (2021). *Семья и личность: проблемы взаимодействия*, 21, 91–96.
- Шакурова, А. В. (2013). Организационная культура образовательного учреждения как социально-психологический регулятор и инструмент формирования профессиональной идентичности учителей и трудовой мотивации выпускников школы. *Вестник Нижегородского университета. Серия Социальные науки*, 1(6), 457–462.
- Шейн, Э. Х. (2002). *Организационная культура и лидерство*. СПб.: Питер.
- Яголковский, С. Р. (2019). Творческая деятельность как фактор организационной эффективности: индивидуальный и групповой контексты (2019). В М. Г. Пугачева (ред.) *Пути России. Границы политики* (с. 311–321). М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС.
- AlShehhi, N., AlZaabi, F., Alnahhal, M. et al. (2021). The Effect of Organizational Culture on the Performance of UAE Organizations. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–21. DOI: 10.1080/23311975.2021.1980934
- Andreasen, N.C. (2012) Creativity in Art and Science: are There Two Cultures? *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 14(1), 49–54. DOI: 10.31887/DCNS.2012.14.1/nandreasen
- Anderson, N., Potochnik, K., ZhouView J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1181–1194. DOI:10.1177/014920631452712
- Belbin, R. M. (2011). *Team Roles at Work. 2ed Edition. Taylor & Francis*. London: Routledge.
- Bendak, S, Shikhli, A. M., Abdel-Razek, R. A. (2020). How Changing Organizational Culture Can Enhance Innovation: Development of The Innovative Culture Enhancement Framework. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–17. DOI: 10.1080/23311975.2020.1712125

- Bila-Deroussy, P., Bouchard, C., Kaba, S. (2017). Addressing Complexity in Design: a Systemic Model of Creativity and Guidelines for Tools and Methods. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 5(1–2), 60–77. DOI: 10.1080/21650349.2015.1116412
- Birdi, B. (2021). Insights on Impact from the Development, Delivery, and Evaluation of the CLEAR IDEAS Innovation Training Model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(3), 400–414. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1770854
- Brettel, M., Chomik, C., Flatten, T. C. (2015). How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs. *Small Business Management*, 53(4), 868–885. DOI: 10.1111/jsbm.12108
- Caesens, G., Stinglhamber, F., Demoulin, S., De Wide, M. (2017). Perceived Organizational Support and Employees' Well-being: The Mediating Role of Organizational Dehumanization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(4), 527–540. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1319817
- Cameron, K. S. Organizing Resilience. (2003). In K. S. Cameron, J. E. Dutton, R. E. Quinn (Eds) *Positive organizational Scholarship: Foundation of a new Discipline*. (pp. 94–110). San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Cascio, J. (2019). The Apocalypse: It's not the End of the World. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 75(6), 269–272. DOI: 10.1080/00963402.2019.1680047
- Chiung-Yi Huang, Yi-Ching Liu. (2022). Influence of Need for Cognition and Psychological Safety Climate on Information Elaboration and Team Creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(1), 102–116. DOI: 10.1080/1359432X.2021.1932815
- Cohen, L. M. Creative Trajectories. (2011). In M. A. Runco, S. R. Pritzker (Eds). *Encyclopedia of Creativity*, 2nd ed. (pp. 288–291). Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780123750389/encyclopedia-of-creativity>
- Diamond, M. A. (1996). Innovation and Diffusion of Technology. A Human Process. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 48(4), 221–229.
- Duchek, S. (2020). Organizational Resilience: A Capability-based Conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. DOI: 10.1007/s40685-019-0085-7
- Ellis, J., Fosdick, B. K., Rasmussen, C. (2016). Women 1.5 Times More Likely to Leave STEM Pipeline after Calculus Compared to Men: Lack of Mathematical Confidence a Potential Culprit. *PLOS ONE*, 7(11), 1–14. DOI: 10.1371/JOURNAL.PONE.0157447
- Fanchini, A., Jongbloed, J., Dirani, A. (2019). Examining the Well-being and Creativity of Schoolchildren in France. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 391–416. DOI: 10.1080/0305764X.2018.1536197
- Giancola, M., Palmiero, M., D'Amico, S. (2022). Divergent but not Convergent Thinking Mediates the Trait Emotional Intelligence-Real-world Creativity Link: An Empirical Study. *Creativity Research Journal*. (Latest Article). DOI: 10.1080/10400419.2022.2092338
- Gilhooly, K. J., Gilhooly, M. L. M (2021). Aging and Creativity. Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/book/9780128164013/aging-and-creativity>. DOI: 10.1016/C2017-0-04755-9
- Global Innovation Index 2022. S. Dutta, L.R.B. Lanvin, L. R. León, S. Wunsch-Vincent (Eds) (2022). Cornell SC Johnson College of Business. Retrieved from https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
- Guimond, S., Chatard, A., Kang, P. (2010). Personality, Social Comparison and Self-categorization. *European Journal of Personality*, 24(5), 488–492.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Huatian Wang, Rispen, S., Demerouti E. (2022). Boosting Creativity in Functional Diverse Work Groups: The Importance of Help-seeking Behavior and Openness to Experience. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(5), 768–780. DOI: 10.1080/1359432X.2022.2047937

- Johansen, B., Euchner, J. (2013). Navigating the VUCA world. *Research-Technology Management*, 56(1), 10–15. DOI: 10.5437/08956308X5601003
- Kaufman, J. C., Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1–12. DOI: 10.1037/a0013688
- Kim, J. S., Kang, J. (2022). Exploring the Top-priority Innovation Types and Their Reasons. *Foresight and STI Governance*, 16(3), 6–16. DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.6.16
- Kim, K. H., Park, S.-G. (2020). Relationship Between Parents' Cultural Values and Children's Creativity. *Creativity Research Journal*, 32(3), 259–273. DOI: 10.1080/10400419.2020.1821566
- Kim, K. H. (2019). Demystifying Creativity: What Creativity Isn't and Is? *Roeper Review*, 41(2), 119–128. DOI: 10.1080/02783193.2019.1585397
- Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., Knigh, C. Leadership, Creativity and Innovation: A Meta-analytic Review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1–35. DOI: 10.1080/1359432X.2019.1661837
- Murswieck, R., Drăgan, M., Maftai, M., Ivana, D., Fortmüller, A. (2020). A Study on the Relationship between Cultural Dimensions and Innovation Performance in the European Union countries. *Applied Economics*, 52(2), 2377–2391. DOI: 10.1080/00036846.2019.1690628
- Reunamo, J., Hui-Chun Lee, Li-Chen Wang, Ruokonen, I., Nikkola, T., Malmstrom, S. (2014). Children's Creativity in Day Care. *Early Child Development and Care*, 184(4), 617–632. DOI: 10.1080/03004430.2013.806495
- Schwartz, S. H. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663–688.
- Szopiński, J., Szopiński, T. (2013). The Influence of Family Relationships on Creativity in the Workplace. *Gifted and Talented International*, 28(1–2), 185–196. DOI: 10.1080/15332276.2013.11678413
- Wenjing Cai, Li Lin-Schilstra, Chun Yang, Xueling Fan. (2021). Does Participation Generate Creativity? A Dual-mechanism of Creative self-efficacy and supervisor-subordinate guanxi. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(4), 541–554. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1864329
- West, M.A., Sacramento, C. (2012). Creativity and Innovation: the Role of Team and Organizational Climate. In M. D. Mumford (Ed.). *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 359–385). Science Direct: Academic Press. DOI: 10.1016/B978-0-12-374714-3.00015-X
- World Values Survey Wave 7 (2017–2020). Russian Federation. Results by Sex and Age. *Study # WVS-2017*, 4. Retrieved from [http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20\(1\).pdf](http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20(1).pdf)

Статья поступила в редакцию 05.11.2022

Статья принята к публикации 25.12.2022

Для цитирования: Захарова Л. Н., Чуманкина Е. А., Удалова Л. В. Личная креативность как социальное действие. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 6–26.

PERSONAL CREATIVITY AS SOCIAL ACTION

L. N. Zakharova, E. A. Chumankina, L. V. Udalova

Lyudmila N. Zakharova

E-mail: zlnnnov@mail.ru, ORCID 0000-0002-8244-2114

Elena A. Chumankina

E-mail: tesla@unn.ru, ORCID 0000-0002-3958-3034

Lyudmila V. Udalova

E-mail: udalova.lud@yandex.ru, ORCID 0000-0002-2124-7497

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Gagarin Av., 27, building 2, Nizhny Novgorod, 603022, Russia

Abstract. This article presents the analysis of the state of innovation in Russian economy and of the demand for a creative employee in Industry 4.0. The objective of the research consists in revealing the contextual and personal obstacles in the evolution and manifestation of creativity, and its possibility to develop as an important professional quality of a creative innovator. It shows the connection between creativity and innovativeness. This is the first time that creativity with its characteristics of process and interactivity is viewed as social activity within its systemic determinacy on the levels of social culture, growth contexts, personality and the organism. Sociological studies show that there is a serious obstacle for personal creativity and for the necessity to participate in innovations on the level of public culture with the dominating stability and safety values. The obstacle is not so absolute, since development values do exist, and they can be used both as predictors of innovative behavior for a certain segment of the potential and the actual personnel of the companies. Family patterns and organizational culture in schools, colleges, and universities are dominated by family and hierarchical values, which are a result of their transfer from the culture of a society. Nevertheless, institutional culture of companies that successfully enter a new technological pattern of Industry 4.0, as well as their management practices, illustrate an effective function of institutional culture as the intermediary between society's culture, family patterns, and the work subject. A subject (at first of educational and then labor activities) can, alone and/or supported by the institutional culture of educational or work context on the basis of understanding the demand for the quality of creativity, take an active position in overcoming barriers and using opportunities for the development of personal creativity. To the first group of tools for this work belong reflexive comprehension of the contextual barriers in the formation of creativity, typical for the subject's life course, and their reflective overcoming, including his / her educational path. The second group includes stimulation of creativity and assimilation of the methods of creative problem solving. The third group of tools for the development of creativity integrates searching for or organization of small groups with innovative motivation, where work facilitates a reduction of functional and status fixity and permits to use methods of team solution of creative tasks. Finally, the last group of tools assumes the development of competencies to control the determinants of psycho-physiological nature: performance, stress, and motivation dynamics.

Keywords: Industry 4.0, innovativeness, in-demand skills, personal creativity, social action, creativity barriers, creativity development, determinants of creativity, creative innovator.

DOI 10.31429/26190567-23-4-6-26

References

- Agulova, D. S., Zvezdina, G. P. (2022). Vzaimosvyaz' mezhdru stilyami semeynogo vospitaniya i urovnem kreativnosti i trevozhnosti u mladshih shkol'nikov [Correlation between Parenting Style and Increase of Creativity and Anxiety in Primary School Students]. *Innovacionnaya nauka: psihologiya, pedagogika, defektologiya* [Innovative Science: Psychology, Pedagogy, Defectology], 5(3), 43–55.
- Akopyan, A.R., Voroncova, Y.V. (2022). Ispol'zovanie kontseptsii biryuzovoy organizatsii dlya otsenki pokazateley upravleniya tvorcheskoy komandoy [Using of Turquoise Organization's Concept to Benchmark Indicators of Creative Team Management]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 5, 203–209.
- AlShehhi, N., AlZaabi, F., Alnahhal, M. et al. (2021). The Effect of Organizational Culture on the Performance of UAE Organizations. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1–21. DOI: 10.1080/23311975.2021.1980934
- Anderson, N., Potochnik, K., ZhouView J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1181–1194. DOI:10.1177/014920631452712
- Andreasen, N.C. (2012) Creativity in Art and Science: are There Two Cultures? *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 14(1), 49–54. DOI: 10.31887/DCNS.2012.14.1/nandreasen.
- Belbin, R. M. (2011). *Team Roles at Work*. 2ed Edition. Taylor & Francis. London: Routledge.

- Bendak, S, Shikhli, A. M., Abdel-Razek, R. A. (2020). How Changing Organizational Culture Can Enhance Innovation: Development of The Innovative Culture Enhancement Framework. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–17. DOI: 10.1080/23311975.2020.1712125
- Bila-Deroussy, P., Bouchard, C., Kaba, S. (2017). Addressing Complexity in Design: a Systemic Model of Creativity and Guidelines for Tools and Methods. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 5(1–2), 60–77. DOI: 10.1080/21650349.2015.1116412
- Birdi, B. (2021). Insights on Impact from the Development, Delivery, and Evaluation of the CLEAR IDEAS Innovation Training Model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(3), 400–414. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1770854
- Bogoyavlenskaya, D. B. (2002). *Psihologiya tvorcheskikh sposobnostey* [Psychology of Creative Abilities]. M.: Akademiya.
- Brettel, M., Chomik, C., Flatten, T. C. (2015). How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs. *Small Business Management*, 53(4), 868–885. DOI: 10.1111/jsbm.12108
- Caesens, G., Stinglhamber, F., Demoulin, S., De Wide, M. (2017). Perceived Organizational Support and Employees' Well-being: The Mediating Role of Organizational Dehumanization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 26(4), 527–540. DOI: 10.1080/1359432X.2017.1319817
- Cameron, K. S. Organizing Resilience. (2003). In K. S. Cameron, J. E. Dutton, R. E. Quinn (Eds) *Positive organizational Scholarship: Foundation of a new Discipline*. (pp. 94–110). San Francisco: Berett-Koehler Publishers.
- Cascio, J. (2019). The Apocalypse: It's not the End of the World. *Bulletin of the Atomic Scientists*, 75(6), 269–272. DOI: 10.1080/00963402.2019.1680047
- Chiung-Yi Huang, Yi-Ching Liu. (2022). Influence of Need for Cognition and Psychological Safety Climate on Information Elaboration and Team Creativity. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(1), 102–116. DOI: 10.1080/1359432X.2021.1932815
- Cohen, L. M. Creative Trajectories. (2011). In M. A. Runco, S. R. Pritzker (Eds). *Encyclopedia of Creativity*, 2nd ed. (pp. 288–291). Elsevier Inc. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780123750389/encyclopedia-of-creativity>
- Demidov, A. (2022, January, 08). Sostavlen top-10 inflyuenserov-bloggerov Rossii [The Top-10 List of Influencers-Bloggers in Russia has been Compiled]. *Gazeta.ru* [Newspaper], Retrieved from https://www.gazeta.ru/culture/news/2022/01/08/n_17113759.shtml
- Diamond, M. A. (1996). Innovation and Diffusion of Technology. A Human Process. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 48(4), 221–229.
- Duchek, S. (2020). Organizational Resilience: A Capability-based Conceptualization. *Business Research*, 13(1), 215–246. DOI: 10.1007/s40685-019-0085-7
- Efanova, O. A., Pisklakova-Parker, M. P. (2020). Sovremennaya rossiyskaya sem'ya v usloviyah izmeneniya genderniy otnosheniy [Modern Russian Family under the Conditions of Changing Gender Relations]. *Narodonaselenie* [Population], 23(2), 26–36.
- Ellis, J., Fosdick, B. K., Rasmussen, C. (2016). Women 1.5 Times More Likely to Leave STEM Pipeline after Calculus Compared to Men: Lack of Mathematical Confidence a Potential Culprit. *PLOS ONE*, 7(11), 1–14. DOI: 10.1371/JOURNAL.PONE.0157447
- Fanchini, A., Jongbloed, J., Dirani, A. (2019). Examining the Well-being and Creativity of Schoolchildren in France. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 391–416. DOI: 10.1080/0305764X.2018.1536197
- Gadzhiev, C.M. (1983). Organizatsiya kollektivnogo izobretatel'stva [Organization of Collective Invention]. In Ya. A. Ponomarev (Ed.) *Issledovanie problem psihologii tvorchestva* [Study of the Problems of the Psychology of Creativity] (pp.266–279). M.: Nauka.
- Giancola, M., Palmiero, M., D'Amico, S. (2022). Divergent but not Convergent Thinking Mediates the Trait Emotional Intelligence-Real-world Creativity Link: An Empirical Study. *Creativity Research Journal*. DOI: 10.1080/10400419.2022.2092338

- Gilhooly, K. J., Gilhooly, M. L. M. (2021). Aging and Creativity. *Elsevier Inc.* Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/book/9780128164013/aging-and-creativity>. DOI: 10.1016/C2017-0-04755-9
- Global Innovation Index 2022. S. Dutta, L.R.B. Lanvin, L. R. León, S. Wunsch-Vincent (Eds) (2022). Cornell SC Johnson College of Business. Retrieved from https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
- Grachev, A.A. (2019). Organizatsionnaya kul'tura i zhiznesposobnost' rabotnika kak faktory effektivnosti vzaimodeystviya organizatsii s VUCA-sredoy [Organizational Culture and Viability of the Employee as Factors of Efficiency of Interaction of the Organization with VUCA-Environment]. *Institut psihologii Rossiyskoy akademii nauk. Organizatsionnaya psihologiya i psihologiya truda* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational Psychology and Psychology of Labor], 4(2), 28–43.
- Guimond, S., Chatard, A., Kang, P. (2010). Personality, Social Comparison and Self-categorization. *European Journal of Personality*, 24(5), 488–492.
- Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Huatian Wang, Rispens, S., Demerouti E. (2022). Boosting Creativity in Functional Diverse Work Groups: The Importance of Help-seeking Behavior and Openness to Experience. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 31(5), 768–780. DOI: 10.1080/1359432X.2022.2047937
- Johansen, B., Euchner, J. (2013). Navigating the VUCA world. *Research-Technology Management*, 56(1), 10–15. DOI: 10.5437/08956308X5601003
- Kaufman, J. C., Beghetto, R. A. (2009). Beyond Big and Little: The four C Model of Creativity. *Review of General Psychology*, 13(1), 1–12. DOI: 10.1037/a0013688
- Kim, J. S., Kang, J. (2022). Exploring the Top-priority Innovation Types and Their Reasons. *Foresight and STI Governance*, 16(3), 6–16. DOI: 10.17323/2500-2597.2022.3.6.16
- Kim, K. H. Park, S-G. (2020). Relationship Between Parents' Cultural Values and Children's Creativity. *Creativity Research Journal*, 32(3), 259–273. DOI: 10.1080/10400419.2020.1821566
- Kim, K. H. (2019). Demystifying Creativity: What Creativity Isn't and Is? *Roeper Review*, 41(2), 119–128. DOI: 10.1080/02783193.2019.1585397
- Kitaev-Smyk, L.A. (2009). *Psihologiya stressa: psihologicheskaya antropologiya stressa* [Psychology of stress. Psychological anthropology of Stress]. M.: Akademicheskii proekt.
- Lee, A, Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., Knigh, C. Leadership, Creativity and Innovation: A Meta-analytic Review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1–35. DOI: 10.1080/1359432X.2019.1661837
- Lyubart Todd, Mushiru, K., Tordzhman, S., Zenasni, F. (2019). *Psihologiya kreativnosti* [Psychology of Creativity]. M.: Kogito-Centre.
- Maslow, A. (2019). *Motivatsiya i lichnost'* [Motivation and Personality]. SPb: Piter,
- Murswieck, R., Drăgan, M., Maftai, M., Ivana, D., Fortmüller, A. (2020). A Study on the Relationship between Cultural Dimensions and Innovation Performance in the European Union countries. *Applied Economics*, 52(2), 2377–2391. DOI: 10.1080/00036846.2019.1690628
- Natsional'nyy proekt "Proizvoditel'nost' truda" (2021). Sayt Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya Rossiyskoy Federatsii [National Project "Labor productivity". Website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. Retrieved from https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_proizvoditelnost_truda/
- Parsons, T. (2000). *O strukture sotsial'nogo deystviya* [On the Structure of Social Action]. M.: Akademicheskii proekt.
- Patutina, N. A., Revina, M. A. (2020). Organizatsionnaya kul'tura shkoly: real'noe sostoyanie i perspektivy [School Organizational Culture: Real State and Perspective]. *Sibirskiy pedagogicheskii zhurnal* [Siberian Pedagogical Journal], 4, 7–17.
- Ponomarev, Ya. A., Gadzhiev, Ch. M. (1983) Psikhologicheskii mekhanizm gruppovogo resheniya tvorcheskikh zadach [The Psychological Mechanism of Group Solution of Creativity Problems].

- In Y. A. Ponomarev (Ed.) *Issledovanie problem psikhologii tvorchestva* [Studies in the Psychology of Creativity] (pp. 279–295). M.: Nauka.
- Raychenko, A. V. (2020). Issledovanie reaktsii personala na realizatsiyu programm tsifrovizatsii upravleniya korporatsiyami [Study of Personnel Reaction on Implementation of Corporate Governance Digitalization Programs]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 4, 86–91.
- Reunamo, J., Hui-Chun Lee, Li-Chen Wang, Ruokonen, I., Nikkola, T., Malmstrom, S. (2014). Children's Creativity in Day Care. *Early Child Development and Care*, 184(4), 617–632. DOI: 10.1080/03004430.2013.806495
- Rudnev, M. Traditsionnye tsennosti i real'nost' [Traditional Values and Reality] (2019, May, 17). *Vedomosti* [Vedomosti]. Retrieved from <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/16/801630-traditsionnye-tsennosti>
- Ryazanova, G. N. (2022). Lichnostnaya ili gruppovaya motivatsiya: kakoy instrument effektivnee [Personal or group Motivation: Which Tool is More Efficient]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 10, 49–56.
- Savinskaya, O. B., Lebedeva, N. V. (2020). Pochemu zhenshchiny uhodyat iz STEM: rol' stereotipov [Why Women Leave STEM: The Role of Stereotypes]. *Zhenshchina v rossijskom obshchestve* [Woman in Russian Society], 2, 62–75.
- Schwartz, S. H. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663–688.
- Shakurova, A. V. (2013). Organizatsionnaya kul'tura obrazovatel'nogo uchrezhdeniya kak sotsial'no-psihologicheskii regul'yator i instrument formirovaniya professional'noy identichnosti uchiteley i trudovoy motivatsii vypusknikov shkoly [Organizational Culture of Educational Institutions, as a Socio-psychological Control and Instrument for Shaping the Professional Identity of Teachers and Work Motivation of School Leavers]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta. Seriya Social'nye nauki* [Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod. Series: Social Sciences], 1(6), 457–462.
- Shein E. H. (2002). *Organizacionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational Culture and Leadership]. Spb.: Piter.
- Sizova, I. L., Koren'kova, M. M. (2020). Novye potrebitel'skie praktiki sovremennykh gorodskih semey v sfere uhoda za det'mi i ih razvitiya [Modern Urban families' New Consumer Practices in Child-care and Parenting]. *Vestnik Instituta sotciologii* [Vestnik Instituta Sotziologii], 11(2), 174–193.
- Sovmiz, Z. R. (2020). Individual'no-psihologicheskie tipy reagirovaniya na stress sub'ektov komandnoy deyatelnosti [Individual Psychological Types of Response to Stress by Subjects of Team Activity]. *Yuzhno-Rossiyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 21(4), 121–133.
- Sto let SSSR. Zabyt' Nel'zya Vernut'sya? [One Hundred Years of the USSR. To Forget Can't Go Back?] (2020). Retrieved from <https://wciom.ru/infographics>
- Szopiński, J., Szopiński, T. (2013). The Influence of Family Relationships on Creativity in the Workplace. *Gifted and Talented International*, 28(1–2), 185–196. DOI: 10.1080/15332276.2013.11678413
- Tkachenko, I. V., Manukyants, E. V. (2021). Vliyanie semeynoy sredy na razvitie kreativnosti lichnosti [The Influence of Family Environment on the Development of Personality Creativity]. *Sem'ya i lichnost': problemy vzaimodeystviya* [Family and Personality: Problems of Interaction], 21, 91–96.
- Veber, M. (2003). *Politicheskie raboty. 1895–1919* [Political Works. 1895–1919]. Moscow: Praktis.
- Volgin, A. D., Gimpel'son, V. E. (2022). Spros na navyki: analiz na osnove onlayn dannykh o vakan-siyah [Demand for Skills: Analysis Using Online Vacancy Data]. *Ekonomicheskii zhurnal VSHE* [HSE Economic Journal], 26(3), 343–374.
- Wenjing Cai, Li Lin-Schilstra, Chun Yang, Xueling Fan. (2021). Does Participation Generate Creativity? A Dual-mechanism of Creative self-efficacy and supervisor-subordinate guanxi. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(4), 541–554. DOI: 10.1080/1359432X.2020.1864329

- West, M.A., Sacramento, C. (2012). Creativity and Innovation: the Role of Team and Organizational Climate. In M. D. Mumford (Ed.). *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 359–385). Science Direct: Academic Press. DOI: 10.1016/B978-0-12-374714-3.00015-X
- World Values Survey Wave 7 (2017–2020). Russian Federation. Results by Sex and Age. *Study # WVS-2017*, 4. Retrieved from [http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20\(1\).pdf](http://www.F00010552-World_Values_Survey_Wave_7_2017-2020_Russian_Federation_v1.4%20(1).pdf)
- Yagolkovskiy, S.R. (2019). Tvorcheskaya deyatelnost' kak faktor organizatsionnoy effektivnosti: individual'nyy i gruppovoy konteksty [Creative Activity as a Factor of Organizational Effectiveness: Individual and Group Contexts] In M. G. Pugacheva (Ed.) *Puti Rossii. Granicy politiki* [Ways of Russia. Borders of Politics] (pp. 311–321). M.: Izdatel'skiy dom "Delo" RANHiGS.
- Zakharova, L. N. (1989). *Prikladnye voprosy nauchno-tekhnicheskogo tvorchestva* [Applied Issues of Scientific and Technical Creativity: a Study Guide]. Gor'kiy: GGU.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S. (2020). Sub'ektivnoe blagopoluchie personala predpriyatiy s raznoy вовлеченностью в инновационные процессы: возрастной аспект [Subjective Well-being of the Staff of Enterprises with Different Involvement in Innovative Processes: Age Aspect]. *Vestnik universiteta* [Vestnik Universiteta], 2, 186–193.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S. (2021). *Sotsial'no-psihologicheskiiy vozrast personala rossiyskikh kompaniy* [Socio-Psychological Age of Russian Companies' Personnel]. M.: INFRA-M.
- Zakharova, L. N., Leonova, I. S., Korobejnikova, E. V. (2017). *Tsennostnyy konflikt i psihologicheskaya zhiznesposobnost' personala rossiyskikh predpriyatiy* [Value Conflict and Psychological Resilience of Personnel at Russian Enterprises]. Nizhny Novgorod: NSU.
- Zakharova, L. N., Shilova, L. N., Czhu Liuchuan, Gadbedzhi, Z. (2020). Organizatsionnaya kul'tura industrial'nykh kolledzhey i predpriyatiy Rossii, Kitaya i Irana v otsenkakh studentov i prepodavateley [Organizational Cultures of Vocational Schools and Enterprises in Russia, China and Iran as Perceived by Students and Teachers]. *Voprosy obrazovaniya* [Educational Studies Moscow], 3, 234–254.
- Zav'yalova, E., Alsuf'ev, A., Krakoveckaya, I., Liczyun', V., Li, D. (2018). Razvitie personala v kitayskikh innovatsionno-aktivnykh kompaniyah [Personnel Development in Chinese Innovation-Active Companies]. *Forsayt* [Foresight and STI Governance], 12(3), 43–52.
- Zdorov'e, bezopasnost', sem'ya i rabota [Health, Safety, Family and Work] (2020, October, 14). Retrieved from <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zdorove-bezopasnost-semya-i-rabota>.
- Zdravomyslov, L. G. (1986). *Potrebnosti. Interesy. Cennosti* [Needs. Interests. Values]. M.: Politizdat.
- Zhiznennyye priority rossiyan: sem'ya, den'gi ili tvorchestvo? [Life Priorities of the Russians: Family, Money, or Creativity?] (2017, June, 07). Retrieved from <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264>

Received 05.11.2022

Accepted 25.12.2022

For citation: Zakharova L. N., Chumankina E. A., Udalova L. V. Personal Creativity as Social Action. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 6-26.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

КОНСТРУКТ КОНСПИРАТИВИСТСКОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ¹

В. И. Пищик

Пищик Влада Игоревна

Эл. почта: vladaph@yandex.ru. ORCID 0000-0002-3909-3895

Донской государственный технический университет, пл. Гагарина 1, Ростов-на-Дону, 344000, Россия

Аннотация. В психологии еще в недостаточной степени разработан конструкт конспиративистской ментальности. Цель статьи — описать теоретические основания построения конструкта конспиративистской ментальности поколений и сформировать ее теоретическую модель. Определена центральная категория теории — вера; основные понятия — вера в заговоры, убеждения, конспиративистские установки. Сопоставлены различные точки зрения на понятие «вера в заговоры» историков, культурологов, лингвистов, психологов. Выявлены признаки, определяющие понятие: суженность образа мира, иррациональность, несистемность, секретность, мифичность, пластичность, социально конструируемое, предубежденность, объяснительная схема. Соотнесены по смыслу смежные понятия: конспиративистские установки, убеждения, мышление, интерпретации, мировоззрение, культура. Время, ситуация, личностные характеристики — это факторы, на которые опирались ученые, строя модели конспиративистского мышления, убеждений, веры в заговоры. Проанализированы имеющиеся модели конспиративистского мышления, убеждений, веры в заговоры. Гипотетически определены 4 шага принятия на веру информации о заговоре: восприятие, эмоциональная оценка, принятие / отторжение, оценка последствий. Исходя из этапов принятия на веру информации о заговоре, синтезированы 4 вида конспиративистской ментальности: готовый — установка принять заговор; устойчивый — отклоняющий веру в заговоры; ищущий — стремящийся определить истинную реальность заговора; результативный — озадаченный последствиями заговора в парадигме веры или неверия в заговоры. Предварительная эмпирическая проработка конструкта, с применением новой авторской методики измерения конспиративистской ментальности на 423 респондентах — студентах ростовских вузов, позволила определить двухфакторную модель конспиративистской ментальности и выявить возможность наличия смешанных типов конспиративистской ментальности. Первый фактор объединил устойчивый и готовый виды, а второй фактор — результативный и ищущий. Планируется в дальнейшем провести эмпирическую проверку теоретической модели.

Ключевые слова: конспиративистская ментальность, вера в заговоры, конспиративистские убеждения, традиционная/инновационная ментальность, виды конспиративистской ментальности, двухфакторная модель.

Введение

Сегодня мы наблюдаем стремительные изменения в информационном пространстве, когда возрастает количество всевозможных теорий заговоров, воздействие которых имеет пагубное влияние на умы и поведение людей. В современном мире стоит остро проблема противостояния вере в заговоры среди молодежи. Начиная с 1987 г. в результате перестройки сломалась традиционная ценностная структура общества в России, представители поколения Y с детства находились под сильным влиянием тех переживаний, которые испытывали их родители, принявшие тяготы перестройки на себя. Мы предполагаем, что и влияние теорий заговора будет сильно

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта №22-28-00520 «Трансформация конспиративистской ментальности молодежи поколения Y и Z».

на них. Поскольку поколение Z формировалось с 2000 г., когда страна переживала и до сих пор переносит потрясения и в экономике, и в политике, и культуре, то предположим, что неустойчивость жизненной ситуации также может оказать негативное влияние на молодежь в восприятии угрожающей, враждебной информации, привести к неравновесным психическим состояниям (Ясько, Омельченко, Бабичкова, 2022). Наряду с этим конструкт конспиративистской ментальности (КМ) в психологии еще не разработан в достаточной степени. Количество публикаций растет, но сущностные основания веры в заговоры не выявлены (Douglas & Sutton, 2023). Актуальность темы определила цель статьи — описать теоретические основания построения конструкта КМ поколений и формирования ее модели.

Разработка конструкта

Сегодня конспирология — это явление массовой культуры, моды (Ward & Voas, 2011). В современных теориях заговора социологи усматривают черты постмодернистского стиля, выражающегося в особенностях конспирологического сознания: нерелигиозность, светскость, фатальность, неизбежность нового поворота событий, агрессивность, одномоментность, ненависть к настоящему, разные системы координат в оценке происходящего (Дугин, 2005). В проблеме сталкиваются две тенденции: скрываемость, секретность и транспарентность, ясность. Данные черты конспиративизма, на наш взгляд, отвечают вызовам современных обществ, развитие которых характеризуется неустойчивостью, быстротечностью смены событий, размытостью границ во всем, неопределенностью, отсутствием альтернатив.

Культурологи под конспирологией понимают особую мировоззренческую культуру (Панченко, 2019). В ее основе лежит концепт тайны, который нарушает конвенциональное понимание причинно-следственных связей различных событий. Теория заговора представляет собой особую мифологию (Дмитриева, Ванюшина, 2021), которая постепенно в истории стала традицией, перешедшей в XXI в. (Brotherton, French & Pickering, 2013). В российском варианте веры в заговоры часто отражаются эсхатологические мотивы (Мельникова, 2004). Вводится представление о наличии культуры недоверия (Кормина, 2015), понимаемой как «комплекс социальных страхов и предубеждений, возникающих в результате работы обывательского критического мышления». Вера в заговоры является ее частью.

Конспирология используется как технология в политике, формируя тренды общественного мнения, и понимается как определенный стиль в политике (Яблоков, 2013; Кадурина, 2013). «Конспирологический дискурс стал неотъемлемой частью общественной жизни многих стран мира ввиду пластичности формирования его системы аргументации» (Яблоков, 2013, с. 122). Обнаружено (van Prooijen, Ligthart, Rosema & Xu, 2022), что популистские настроения прочно ассоциируются с менталитетом заговорщиков. Цифровая революция ускорила формулирование и распространение теорий заговора.

В лингвистике конспирология — это особый тип дискурса, часто смешиваемый с детективным, содержащий остросюжетную композицию и подозрительный субъект. Фрейм теории заговора относят к фрейму-сценария (его компоненты — субфрейм «Могущественные враги», «Идея») (Дмитриева, Ванюшина, 2021).

Исследования КМ были расфокусированы, изучались отдельные ее составляющие, попытки измерить конспирологические идеи выступали разрозненными, и в литературе отсутствовал четкий теоретический подход к исследованию (Brotherton,

2013). В своем психологическом анализе мы будем придерживаться позиции, что объективные социальные законы и субъективные психологические влияют на формирование веры в заговоры.

Заговор в психологии был определен как то, что объединяет неразрывной тайной связью представителей различных религий, партий или этносов (Moscovici, 1987). Объектом такой связи служат разжигание, переворот в жизни общества, обострение кризисов и др. (Зиновьев, 2014). Традиционно определение заговора отличается от юридического толкования и представляет собой «соглашение между двумя или несколькими лицами относительно совершения преступления в какой-то момент в будущем» (Thresher-Andrews, 2013). Исследователи редко приводят комплексное обоснование выбранных ими критериев определения заговора. Их выбор часто отражает особые теоретические предпочтения ученых.

Мы полагаем, что центральной категорией теории КМ является вера, которую мы понимаем как психологическое состояние, в которое человек может войти, когда он стоит перед выбором экзистенциальных дилемм, разрешить которые человек не может и ищет виноватого или всесильного. С. Жижек (2020) полагает, что надобности верить нет, но как только мы предполагаем, что кто-то верит, то это начинает структурировать реальность. В этой реальности появляются те, кто верит, мы тоже начинаем верить. Как отмечает В. А. Горячев (2012), состояние веры содержит ориентир, источник, жизненный смысл. Причастность к жизненному смыслу, на наш взгляд, и определяет значимость и весомость этого состояния для человека.

Центральным понятием теории КМ выступает вера в заговоры. Обобщая имеющиеся представления о вере в заговоры и конспиративистских убеждениях, можно заключить, что КМ объединяет ряд монологических (Goertzel, 1994), общих, тайных (Артеев, 2022; Казун, Поршнева, 2021, Казун, 2022), параноидального толка, ложных (Swami, Furnham, Weis, Lay & Clow, 2016), контрнарративных (Pierre, 2020), системных, основанных на сговоре группы людей или отдельного человека (Dentith, 2016), слабо доказуемых убеждений (Brotherton, 2013), направленных против общества, общности, групп, отдельного человека.

К. Douglas и другие исследователи (2023), обобщив многие точки зрения, обосновали специфические признаки веры в заговоры. Такая вера склонна к ложности, имеет общественный интерес, имеет творческую силу для интерпретации социальных реалий, является оппозиционной, эпистемически рискованна; является частью политической борьбы различных властных структур, описывает злонамеренные или запрещенные действия, нуждается в секретности, в целом должна приводить к пагубным результатам или запрещаться. Теории заговора приписывают свободу действий отдельным лицам и группам; многие теории заговора нацелены на бесправные группы или отдельных лиц; они могут отвлечь внимание от присущих недостатков или систематических проблем общества; ухудшают межгрупповые отношения; имеют интуитивную привлекательность по сравнению с рациональным анализом. Фактически авторы определяют веру в заговоры как форму борьбы властных структур. Заметим, что, критикуя иные точки зрения, авторы склоняются к специфическим особенностям веры в заговоры в большей степени в политической сфере, что также, на наш взгляд, ограничивает этот конструкт.

Теорию заговора можно понимать как объяснительную схему или область интерпретации, приводящую к определенным убеждениям. В социальной психологии это определяется как феномен каузального атрибутирования (причинного при-

писывания), описанного в атрибутивной теории «наивной психологией» (Heider, 1958). При этом оно может быть внешним (влияние обстоятельств на человека) или внутренним (влияние черт, мировоззрения и характера на личность человека). Приписывание причинности связано обычно с какими-либо чертами человека, объектами или обстоятельствами (Kelley, 1967). Полагается, что чем поведение человека наименее соответствует культурной норме или ролевым ожиданиям, тем оно более оценивается и ему приписывается какая-либо атрибуция. Учитывая, что события, создающие заговоры, никак не вписываются в культурные нормы или нарушают их, то и атрибутируются характеристики заговоров субъектам заговора.

Подмечено, что есть общая склонность верить в теории заговора, и нет склонности отмечать специфическое ядро для содержания веры (Sternisko, Cichocka & VanBavel, 2020) в конкретной теории заговора (Sutton & Douglas, 2020).

Когда человек нечто принимает на веру, то оно может стать убеждением, составляя для него рациональную или иррациональную причинность. Комплекс подобных убеждений может определять некоторую направленность мышления человека.

Понятие «конспирологические убеждения» (Goertzel, 1994) сосуществует с иными, которые используются в психологической литературе по теориям заговора, включая «конспирологические идеи» — степень, в которой индивид склонен принимать или отвергать теории заговора в целом (Swami, Coles, Stieger, Pietschnig, Furnham, Rehim & Voracek, 2011), «конспирологический менталитет» (Bruder, Haffke, Neave, Nouripanah & Imhoff, 2013), «конспирологическое мышление» (Moscovici, 1987; vander Linden, Panagopoulos, Azevedo & Jost, 2021, Казун, 2022), «конспирологическое мировоззрение» (Wood & Douglas, 2015).

Конспиративистские убеждения содержат ряд установок. Конспиративистские установки мы понимаем как готовность человека воспринимать в качестве истинных представления о предмете заговора, находиться под влиянием негативного эмоционального состояния и принимать решения, предлагать свое мнение участникам или наблюдателям заговора согласно вере в заговоры.

В результате под воздействием конспиративистских установок в трудных жизненных ситуациях может конструироваться особая конфигурация значений, смыслов и ценностей, составляющих ядро КМ. КМ представляет собой склад ума адепта заговора, направленный на предмет заговора, которому атрибутируют особые негативные последствия для личной и / или общественной безопасности. Предмет заговора — это реальное или иллюзорное событие, которое определяется с позиции различных объяснительных, причинных схем угрозы (Пищик, 2019), конструируемая реальность (Boltanski, 2012). Субъектами заговора выступают отдельный человек или группа людей, объединенные совместной заговорщической деятельностью или общей интерпретацией теории заговора. Объектами заговора выступают и большие группы, и отдельный человек. В результате формулируется и распространяется определенная теория заговора.

Одним из психологических механизмов принятия теории заговора может являться механизм переноса, описанный психоаналитической школой. Если с инкорпорированным внутренним значимым объектом нарушены отношения, то негативные чувства могут порождаться во взаимодействии с другими людьми, на которых переносится образ этого объекта. Негативным чувством может выступать угроза, страх.

Существуют различные обоснования популярности теории заговора, но ее можно объяснить и с позиции теории обмена (Homans, 1964). Выгоды и издержки, которые получает человек благодаря социальному обмену, могут приводить к тому (Zajenkowski, Górnjak, Wojnarowski, Sobol & Jonason, 2022), что люди готовы делиться теориями заговора, когда ожидают, что такие теории, по сравнению с фактическими новостями, вызовут достаточно высокий уровень социальной вовлеченности (они получают «лайки»).

Для построения авторской модели КМ мы обратились к уже созданным моделям. Анализ различных исследований теоретических и эмпирических моделей конспиративистской ментальности позволил нам условно определить на сегодня несколько видов таких моделей: сценарная, ситуативная, индивидуальная и социально-психологическая (см. табл. 1).

Исходя из представленных моделей можно заключить, что обозначились определенные факторы (ситуативные и личностные), предсказывающие направление мышления в конспиративистскую сферу. Исследования выявили демографические (например, образование) (van Prooijen, 2017), когнитивные (например, социальные когнитивные процессы) (Douglas et al., 2023) и мотивационные факторы (социально-психологические мотивы, которые можно охарактеризовать как эпистемические (например, стремление к пониманию, точности и субъективной определенности / неопределенности) (Douglas et al., 2019; Pierre, 2020; Казакевич и др., 2022), экзистенциальные (например, стремление к контролю и безопасности) (Kay, 2021; Пищик, Лобачева, 2022) и социальные (например, желание поддерживать позитивный образ себя или группы, потребности в принадлежности) (Green & Douglas, 2018; Ståhl & Prooijen, 2018; Poon, Chen & Wong, 2020), лежащие в основе приверженности людей убеждениям в конспирации и менталитету заговорщиков. Эти предикторы применимы к теориям заговора, которые являются ложными, но и к тем, которые являются истинными.

Этот обзор предоставляет доказательства того, насколько различные формы поведения, связанные с убеждением в заговоре или с конспиративистским мышлением, зависят от контекста и времени. Мы предполагаем, что в основе веры в заговоры лежит искажение восприятия информации. При этом допускаем, что восприятие чего-либо заведомо ложного в качестве истины длительное время ведет к образованию устойчивой КМ.

КМ в процессе своего формирования создает дополнительные смыслы, значения, сверхценности предмета заговора. Мы хотели бы применить принцип дополненности к психологии мышления, когда две посылки к рассуждению о предмете заговора (например, Земля круглая или плоская) являются противоположными и одна из них ложная. Человек отказывается от истинной (круглая) и принимает ложную посылку (плоская) за истинную. Субботский (2000) отмечает, что человек находится в этой ситуации в сознании, но разум отключается — «магическая манипуляция сознания». Опишем механизм названного явления.

Была предложена «восходящая типология», которая отображает различные фазы прогрессирования веры в заговоры от стадий скептического сомнения в официальных повествованиях до полномасштабного принятия коллективных теорий заговора и веры в то, что вся реальность является иллюзией (Franks, Bangerter, Bauer, Hall & Noort, 2017). Чтобы как-то оправдать отказ от истинного содержания, создается дополнительный смысл, значение заблуждению (например, нас обманывали со

Таблица 1. Модели, выстроенные по проблеме веры в заговоры
 Table 1. Models constructed around the problem of belief in conspiracies

Авторы	Факторы и составляющие, отраженные в моделях
A. Г. Дугин (2005)	Сценарная модель. В центре заговора стоят люди, объединенные тайной, имеющие выраженную аномалию психики, с низкими моральными принципами. Цель общества заговора — формирование противоположной реальности настоящему и уничтожение «нормального» хода истории.
V. Swami (2010)	Структурная модель включает интеграцию различных предикторов конспирологических убеждений. Шкала политического цинизма связана с базовыми конспиративистскими верованиями, которые сопряжены с поддержкой демократических принципов, открытостью. Разоблачение конспиративизма связано с открытостью и с установками авторитаризма.
K. M. Douglas, J. E. Uscinski, R. M. Sutton, A. Cichocka, T. Nefes, C. S. Ang & F. Deravi (2019)	Теоретическая модель включает следующие мотивы, обуславливающие веру в заговоры: эпистемические (стремление к пониманию, точности), экзистенциальные (стремление к контролю и безопасности) и социальные (социальное групповое давление).
J. M. Pierre (2020)	Двухкомпонентная социально-эпистемологическая модель веры в теории заговора, включающая эпистемическое недоверие к социальным институтам, при первичном воздействии информации ведущее к эпистемическому вакууму в ситуации неопределенности, при повторном воздействии приводящее к «эффекту иллюзорной правды» при обработке дезинформации. Вера в заговоры возникает в кризисном развитии общества.
T. Beemster, N. Bijleveld & J. Treur (2021)	Адаптивная сетевая модель конспирологического мышления, представляющая координацию факторов (окружающая среда и личностный), влияющих на становление мышления о конспиративистских теориях. К окружающей среде были отнесены восприятие риска, чувство тревоги, изоляция / отчуждение, стресс, чувство индивидуального контроля. Личностные факторы — конспирологические стили рассуждений, психопатологические черты, аналитическое мышление, социальный класс, нарциссизм.
A. Dyrendal, L. E. Kennair & M. Bendixen (2021)	Индивидуальная модель, включающая вклад индивидуальных различий в измерения веры в заговоры. Предикторами веры в заговоры выступают: шизотипические черты (странные убеждения — для мужчин, магическое мышление, параноидальные идеи — для женщин), ориентация на социальное доминирование — для мужчин, авторитаризм правого крыла — у женщин, паранормальных верований — у мужчин.
C. S. Kay (2021)	Социально-психологическая модель представляет взаимосвязи грандиозного нарциссизма и уязвимого нарциссизма с конспирологическими идеями. Медиаторами этой связи выступили: бредовые идеи, паранойя для уязвимого нарциссизма, чувство уникальности (для грандиозного нарциссизма), стремление к контролю.

школы, доказывая округлость земли). Для усиления эффекта она привязывается к сверхценности (ценность Я (доверяй своим сенсорным системам), ценность мистического (это не зависит от нас, этим управляет некая сила)), актуализирующей страхи (утрата себя, нас могут обманывать и в других вещах). Таким образом, формируется две истины, реализуя принцип дополнительности. В какой-то мере это стабилизирует (поскольку нет ложных посылок и следствий) и дестабилизирует (поскольку две истины сосуществуют одновременно, перегружают сознание) нашу психику. Последняя становится предпочтительной. Эмоциональный фон этого может быть заключен в том, что за латентным смыслом веры в заговоры, страхом перед какими-то обстоятельствами скрывается неосознаваемая, завуалированная ненависть к другим. Хотелось бы обратить внимание, что современная молодежь в исследованиях обозначена как в большей степени нарциссичная (Twenge & Campbell, 2009; Пищик, 2021), а из этого следует, что здесь с точки зрения явления переноса в психоаналитическом ключе можно констатировать наличие у молодежи нарциссического переноса на мир грандиозной или уязвленной самости. Это может породить неосознаваемый поиск угрозы от мира. Хотя данную гипотезу сложно доказать. Однако это на индивидуальном уровне.

В своих рассуждениях мы исходили из положения, что на групповом уровне ментальность представляет совмещенную систему, сочетающую особые значения, смыслы и ценности, обуславливающие образ мира, жизни и программы поведения поколения (Пищик, 2019). Организацию ментальности составляют архетипы, образ мира, образ жизни, стиль мышления, особенности отношений, особенности взаимодействия. Каждая из этих составляющих может иметь признаки традиции, переходности, инновации и постинновации, что определяет тип ментальности. Тип ментальности определяется категорией людей, которые относятся к различным поколениям и имеют статистически установленные отличия в перечисленных составляющих. КМ — это вид ментальности. Вид — единица классификации представителей поколений, относящихся к одному типу поколений. Например, у группы выявлен традиционный тип ментальности и при этом среди представителей поколений могут встречаться различные виды ментальности (религиозный, конспиративистский и др.).

Поколения как субъекты или объекты заговора представляют собой большую социальную группу, которая мало структурирована, но объединена схожей картиной мира, образом жизни, ценностями (Пищик, 2019), коллективной памятью, жизнестойкостью (Постникова, Микляева, Сиврикова, Регуш, 2022). При этом имеется яркая региональная специфика.

Тип поколения определяется нами через исторический тип ментальности (советское, переходное, постсоветское, новое) (Пищик, 2019). Мы предполагаем, что в группах поколений, относящихся к одному типу поколений, можно встретить различные виды КМ. В этой связи первоначально нам необходимо было определиться с тем, проявляется ли дискурс конспиративизма в поле традиции или инновации поколений. Зародился концепт заговора в традиции, например, в форме образа врага, направляющего свои силы против социального строя и традиционных ценностей (фон Биберштайн, 2010), но получил свои современные формы в поле инновации, включая идеи чипирования населения и др. Тогда необходимо понять, чем отличается традиционная КМ от инновационной (по аналогии с традиционным и инновационным типом ментальности).

О традиции мы знаем, что она характеризует устоявшийся образ мира и жизни человека, устойчивую идентификацию с определенной социальной группой. КМ в этой связи проявляется в отступлении от традиции под видом ее сохранения. При распространении инновации в отношениях людей не характерна групповая идентификация, мир видится неустойчивым и текучим (Пищик, 2019). Неустойчивость определяет рост форм веры в заговоры. Можно предположить, что устойчивая идентификация лежала в основе формирования традиционных, легитимных форм веры в заговоры. За верой в заговоры стояла группа людей. А инновационная неустойчивость и отсутствие идентификации порождали новые формы веры в заговоры. И теперь заговор может воссоздаваться отдельным индивидом, иногда воображаемым информационным пространством, сетью. Таким образом, пространство КМ мы подразделяем на традиционное и инновационное.

Если исходить из представлений о социальном познании Moscovici (1987) и модели конспирологического мышления Beemster, Bijleveld & Treur (2021), то можно определить некоторые шаги восприятия теорий заговора людьми: 1-й шаг — столкновение и восприятие информации о наличии заговора; 2-й шаг — эмоциональный отклик и / или сопоставление данных с имеющейся информацией о предмете заговора (не все это могут делать); 3-й — принятие информации на веру или отторжение ее; 4-й шаг — оценка последствий данной информации. В результате формируется отношение к предмету заговора, порождаемое определенными установками.

Мы предположили, что можно выделить 4 вида установок по отношению к предмету заговора: устойчивый к заговорам и готовый принимать заговоры, ищущий объяснение заговорам и оценивающий результат влияния теорий заговора. Представленные типы могут определить вид КМ:

- готовый — субъект, которому он присущ, стремится к определению порядка, гармонии в событиях, фактах;
- результативный — субъект стремится найти смысл и последствия в случайных событиях, фактах;
- ищущий — субъект стремится найти объяснение всяким противоречащим событиям, фактам;
- устойчивый — субъект стремится быть критичным к имеющимся событиям, фактам.

Нас интересовала взаимосвязь видов КМ и видов веры в заговоры (Пищик, 2019).

Можно выделить 4 пересекающихся пространства КМ (рис. 1).

Принятые сокращения: виды КМ (устойчивый, ищущий, результативный, готовый), ВОЗ — вера в общественный заговор, ВПЗ — вера в политический заговор, ВФЗ — вера в фармацевтический заговор, ВТО — вера в тайные организации, ВГЗ — вера в государственный заговор, тревога.

Как мы представили на рисунке, устойчивый вид КМ примыкает к пространству ищущего вида. Другое пространство результативного вида примыкает к пространству готового. Заметим, что тревога располагается в пространстве готового и результативного видов. И все представленные виды веры в заговоры также находятся в указанном пространстве.

Определив пространства в отношении веры в заговоры, можно концептуально представить и остальные составляющие конспиративистской ментальности. Мы предполагаем, что готовый тип КМ характеризуется неустойчивым стилем мышления не в традиции и не в инновации; образ мира катастрофизирован, присущи

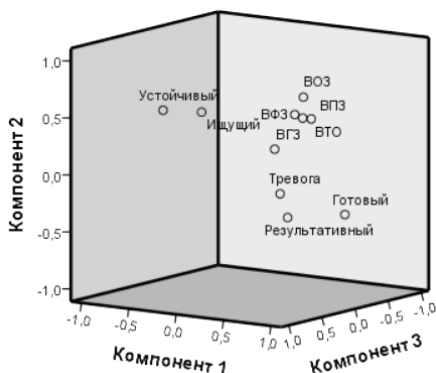


Рисунок 1. Пространства КМ
Figure 1. Spaces of Conspirativist Mentality (CM)

мистическое мышление, дистанция власти, авторитаризм, уязвленный нарциссизм, социальное доминирование, враждебность, застревание на негативном прошлом. Результативный тип: инновационный, экологичный тип отношений, переходный архетип, за которым скрывается стремление к силе и свободе, тревожный, паранойяльный. Ищущий тип: инновационный образ мира, активный, процессоориентированный, аналитический стиль мышления. Устойчивый тип КМ: инновационный образ мира, критичное мышление, открытый, индивидуалист, эмоциональная индифферентность. Данные предположения требуют дальнейшей эмпирической проработки.

Результаты

Следующий шаг — предварительная эмпирическая проработка выстроенной теоретической модели. Опрашивали 423 респондента (70% женщины), студенты вузов г. Ростова-на-Дону, работающие и неработающие. Применили методику измерения конспиративистской ментальности (Пищик, 2023). Методика включает 32 утверждения, разделенных по позициям. Позиция 1 включает подтверждение наличия заговора; 2 — отношение к неопределенности в ситуации заговора; 3 — устойчивость веры в заговор; 4 — оценка заговора; 5 — уровень тревожности; 6 — отношение к угрозам мира; 7 — ожидание угрозы от людей; 8 — степень устойчивости жизни на Земле. Ключ к методике позволяет отнести утверждение к 4 видам конспиративистской ментальности (готовый, устойчивый, ищущий, результативный) и присвоить ему балл (степень выраженности вида).

Провели эксплораторный факторный анализ данных. Метод выделения факторов: метод главных компонент. Результаты представлены в табл. 2, 3.

Объясненная совокупная дисперсия у фактора 2 составляла 100%. В фактор 1 вошли переменные: устойчивый тип (вес = 0,869), готовый (-0,759). В 2 фактор вошли: ищущий тип (-0,758), результативный тип (0,862). В итоге получена двухкомпонентная модель конспиративистской ментальности. Подтверждена гипотеза о полярности континуума типов устойчивый и готовый, а также типов ищущий и результативный. При этом были выявлены смешанные типы КМ. Например, устойчиво-ищущий. Наличие смешанных типов позволяет предположить, что есть возможный еще один латентный фактор, определяющий КМ.

Таблица 2. Объясненная совокупная дисперсия

Table 2. Explained cumulative variance

Ком- по- нент	Начальные собственные значения			Суммы квадратов нагрузок извлечения			Суммы квадратов нагрузок вращения		
	Всего	% дис- персии	Сум- марный %	Всего	% дис- персии	Сум- марный %	Всего	% дис- персии	Сум- марный %
1	1,690	42,241	42,241	1,690	42,24	42,241	1,442	36,052	36,052
2	1,088	27,210	69,451	1,088	27,21	69,451	1,336	33,398	69,451
3	0,861	21,535	90,985						
4	0,361	9,015	100,00						

Таблица 3. Повернутая матрица компонентов

Table 3. Rotated matrix of components

Виды КМ	Компонент	
	1	2
Устойчивый	0,869	-0,130
Ищущий	0,319	-0,758
Готовый	-0,759	0,028
Результативный	0,093	0,862

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: Варимакс с нормализацией Кайзера.

Обсуждение результатов

Сравнивая нашу теоретическую модель КМ с наиболее близкой по содержанию моделью Beemster, Bijleveld & Treur (2021), можно заключить, что по аналогии мы исходим из этапов восприятия и принятия / непринятия заговора, как и авторы. Исследователи представили ситуативные факторы (например, влияние друзей), мы этот фактор не учитывали в конструкте. Однако принимаем культурный фактор за ведущий, поскольку берем характеристики традиционности / инновационности ментальности и полагаемся на исследования (Krüppel, Yoon & Mokros, 2023), где демонстрируется, что ситуативная тревожность не всегда имеет тесную корреляцию с верой в заговоры.

Сравнивая предлагаемую модель с теоретической моделью Douglas с соавторами (2019), мы также учитываем наравне с эпистемическими, социальными и экзистенциальными мотивы, определяя веру в заговоры как состояние выбора в сложных экзистенциальных проблемах, но при этом опираемся на культурный контекст.

Применяемый многими исследователями факторный анализ демонстрирует, что несколько показателей веры в теорию заговора имеют однофакторную структуру (Swami et al., 2011; Bruder et al., 2013). Выявлены также теории, предполагающие заговор против афроамериканцев, имеющие двухфакторную структуру (Simmons & Parsons, 2005), которую можно сопоставить с нашей двухфакторной структурой. В предлагаемой авторами модели фактор 1 составляли представления о том, что правительство скрывает свои намерения, фактор 2 показал, что правительство

принимает участие в планировании заговоров. В целом в нашем конструкте фактор 1 — степень готовности воспринимать заговор, а фактор 2 — степень активности по отношению к нему. В каком-то смысле нашу модель можно сопоставить с предлагаемой. Мы предполагаем, что в дальнейшем можно будет определить и иные виды КМ, что выявит большее количество факторов.

Следующей процедурой планируется проведение конфирматорного факторного анализа для построения эмпирической модели КМ для подтверждения построенной теоретической модели.

Выводы

1. Анализ исследований по проблеме выявления особенностей веры в заговоры, который может модифицироваться в КМ, показал, что они исследуются в различных областях знания. КМ связывается с определенными культурными эпохами, например, как мировоззренческое проявление постмодерна. КМ выступает и как особый стиль в политике. Социологи, указывая на секуляризацию религии, видят замену ей в КМ. Лингвисты отмечают близость конспиративистского дискурса к детективному. Фактически КМ приобрела большое количество характеристик, в которых утратилась ее специфичность.

2. Психологические аспекты рассмотрения КМ позволили выявить ее факторы: социальные, личностные, ситуативные, культурные. Сегодня ни один из этих факторов не имеет статуса ведущего.

3. Нами обнаружено большое количество понятий, которые сопряжены с проявлениями веры в заговоры от конспиративистских установок до конспиративистского мировоззрения. Центральной категорией теории КМ выступает вера как совокупность идей, принимаемых без доказательств. Убеждения, которые продуцируются этой верой, конструируются в воображении. Обобщив имеющиеся представления, мы определили КМ как некоторую мыслительную направленность группы людей на предмет заговора, создающую картину катастрофизации жизни в целом. Важную роль здесь играет культурная, социальная, личностная готовность к такому выбору.

4. Мы ознакомились с имеющимися разнонаправленными моделями конструкта или отдельных составляющих КМ. В построении нашей модели КМ мы исходили из процесса верования в заговоры.

5. Обозначив процесс восприятия, принятия веры в заговоры, мы определили 4 вида КМ (устойчивый, ищущий, готовый и результативный). Гипотетически мы описали их содержание, составляющее особенности архетипов, образа мира, образа жизни, отношений, взаимодействия и стиля мышления.

6. Предварительная эмпирическая проработка конструкта позволила нам выделить двухфакторный конструкт КМ, представляющий собой факторы: степень включенности в веру в заговоры и активность по отношению к ней. Были обнаружены смешанные виды КМ, сочетающие различные виды, однако их процент в группе был очень низок. Это определяет дальнейший план проверки и построение эмпирической модели.

Статья поступила в редакцию 02.12.2022

Статья принята к публикации 25.12.2022

Для цитирования: Пищик В. И. Конструкт конспиративистской ментальности: теоретическая модель. *Южно-российский журнал социальных наук.* 2022. Т. 23. № 4. С. 27-44.

Библиографический список

- Артеев, С. П. (2022). Пандемия COVID: Конспирология и антиконспирология. *Власть*, 30(1), 58–63. DOI: 10.31171/vlast.v30i1.8781
- Горячев, В. А. (2012). Классификация типов веры. *Социально-экономические явления и процессы*, 3(37), 166–169.
- Дмитриева, О. А., Ванюшина, Н. А. (2021) АПФ&ПЛ. *Тематический выпуск: Личность и общество в современном цивилизационном пространстве: язык и политика*, 4, 123–133. DOI: 10.29025/2079-6021-2021-4-123-133.
- Дугин, А. Г. (2005). *Конспирология (наука о заговорах, секретных обществах и тайной войне)*. М.: Евразия.
- Зиновьев, А. А. (2014). *Русская трагедия (гибель утопии)*. М.: «Издательство Алгоритм».
- Кадурина, Н. В. (2013). Конспирологические подходы к репрезентации политических процессов. *Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал)*, 6(26). DOI: 10.12731/2218-7405-2013-6-26.
- Казакевич, И., Синько, Т. В., Пищик, В. И. (2022). Модель конструкта отношения педагогов различных поколений к неопределенности. *Science for Education Today*, 12(3), 31–47. DOI: 10.15293/2658-6762.2203.02
- Казун, А. Д. (2022). Конспирологическое мышление: понятие, измерение и факторы. *Экономическая социология*, 23(2), 91–117. DOI: 10.17323/1726-3247-2022-2-91-117
- Казун, А. Д., Поршнева, А. В. (2021). Кто верит в теории заговора? Факторы склонности к конспирологическому мышлению в России, Казахстане и Украине. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 6, 549–565. DOI: 10.14515/monitoring.2021.6.1889
- Кормина, Ж. (2015). Дрожжи-убийцы: гастрономическая конспирология и культура недоверия в современной России. *Антропологический форум*, 27, 142–175.
- Мельникова, Е. А. (2004). Эсхатологические ожидания рубежа XIX–XX веков: конца света не будет? *Антропологический форум*, 1, 250–266.
- Панченко, А. (2021). *Люк Болтански. Тайны и заговоры. По следам расследований*. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге.
- Пищик, В. И. (2019). *Ментальность поколений в текущей современности*. Москва: ИНФРА-М. DOI: 10.12737/monography_5ba0ee24675441.11909669
- Пищик, В. И. (2021). Нарциссизм и уровень тревожности Азербайджанских и Российских студентов с различными оценками аутостереотипов поведения. *Психологический журнал*, 42, 24–36. DOI: 10.31857/S020595920016044-4
- Пищик, В. И. (2023). Измерение конспиративистской ментальности: первичная психометрическая проверка диагностической методики. *Российский психологический журнал*, 20(1), 218–234. DOI: 10.21702/rpj.2023.1.14
- Пищик, В. И., Лобачева, А. О. (2022). Особенности религиозности и веры представителей «Информационного» и «Нового» поколений. *Социальная психология и общество*, 13(1), 70–86. DOI:10.17759/sps.2022130105
- Постникова, М. И., Микляева, А. В., Сиврикова, Н. В., Редуш, Л. А. (2022). Изменения жизнестойкости представителей разных поколений россиян в начале XXI века. *Социальная психология и общество*, 13(1), 87–103. DOI:10.17759/sps.2022130106
- Жижек, С., Милбанк, Д. (2020). *Монструозность Христа*. Изд-во: Рипол-Классик.
- фон Биберштайн, И. Р. (2010). *Миф о заговоре. Философы, масоны, евреи, либералы и социалисты в роли заговорщиков*. Пер. с нем. М. Ю. Некрасова. СПб.: Изд-во им. Н. И. Новикова.
- Яблоков, И. А. (2013). Теории заговора в современных политических идеологиях России и США: насколько маргинален язык конспирологии? *Политическая наука*, 4, 175–191.

- Ясько, Б. А., Омельченко, Н. В., Бабичкова, Е. С. (2022). Активизация эмоционально-ценностной и регуляторной сфер личности в условиях системного жизненного кризиса. *Южно-российский журнал социальных наук*, 23(1), 96–113. DOI: 10.31429/26190567-23-1-96-113
- Beemster, T., Bijleveld, N., Treur, J. (2021). On Becoming a Conspiracy Thinker: A Second-Order Adaptive Network Model. *Procedia Computer Science*, 190, 51–63, DOI: 10.1016/j.procs.2021.06.007
- Boltanski, I. (2012). *Énigmes et complots: Une enquête à propos d'enquêtes*. P.: Gallimard.
- Brotherton, R., French, C. C., & Pickering, A. D. (2013). Measuring Belief in Conspiracy Theories: The Generic Conspiracist Beliefs Scale. *Frontiers in Personality Science and Individual Differences*, 4, 279. DOI: 10.3389/fpsyg.2013.00279
- Bruder, M., Haffke, P., Neave, N., Nouripanah, N., & Imhoff, R. (2013). Measuring Individual Differences in Generic Beliefs in Conspiracy Theories Across Cultures: Conspiracy Mentality Questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 4, 225.
- Dentith, M. R. X. (2016). When Inferring to a Conspiracy Might be the best Explanation. *Social Epistemology*, 30(5–6), 572–591. DOI: 10.1080/02691728.2016.1172362
- Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2023). What Are Conspiracy Theories? A Definitional Approach to Their Correlates, Consequences, and Communication. *Annual Review of Psychology*, 74(1). DOI: 10.1146/annurev-psych-032420-031329
- Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Ang, C.S. and Deravi, F. (2019). Understanding Conspiracy Theories. *Political Psychology*, 40, 3–35. DOI: 10.1111/pops.12568
- Dyrendal, A., Kennair, L. E., & Bendixen, M. (2021). Predictors of Belief in Conspiracy Theory: The role of Individual Differences in Schizotypal Traits, Paranormal Beliefs, Social Dominance Orientation, Right Wing Authoritarianism and Conspiracy Mentality. *Personality and Individual Differences*, 173, 110645.
- Franks, B., Bangerter, A., Bauer, M. W., Hall, M., Noort, M. C. (2017). Beyond “Monologicality”? Exploring Conspiracist Worldviews. *Front. Psychol.*, 8, 861. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.00861
- Goertzel, T. (1994). Belief in Conspiracy Theories. *Political Psychology*, 15, 731–42. DOI: 10.2307/3791630
- Green, R., Douglas, K. M. (2018). Anxious Attachment and Belief in Conspiracy Theories. *Pers. Individ. Differ.*, 125, 30–37. DOI: 10.1016/j.paid.2017.12.023
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Homans, G. C. (1964). Bringing Man Back in. *American Sociological Review*, 29(5), 809–818.
- Kay, C. S. (2021). The Targets of all Treachery: Delusional Ideation, Paranoia, and the Need for Uniqueness as Mediators between Two Forms of Narcissism and Conspiracy Beliefs. *Journal of Research in Personality*, 93, 104128. DOI: 10.1016/j.jrp.2021.104128
- Kelley, H. H. (1967). Attribution Theory in Social Psychology. *Nebraska Symposium on Motivation*, 15, 192–238.
- Krüppel, J., Yoon, D., Mokros, A. (2023). Clarifying the Link between Anxiety and Conspiracy Beliefs: A Cross-sectional Study on the Role of Coping with Stressors. *Personality and Individual Differences*, 202, 111966, DOI: 10.1016/j.paid.2022.111966
- Moscovici, S. (1987). The Conspiracy Mentality. In *Changing Conceptions of Conspiracy* (pp. 151–169). New York: Springer.
- Pierre, J. M. (2020). Mistrust and Misinformation: A Two-Component, Socio-epistemic Model of Belief in Conspiracy Theories. *J. Soc. Polit. Psychol.*, 8, 617–641. DOI: 10.5964/jspp.v8i2.1362
- Poon, K-T., Chen, Z., Wong, W-Y. (2020). Beliefs in Conspiracy Theories Following Ostracism. *Pers. Soc. Psychol. Bull.*, 46, 1234–1246. DOI: 10.1177/0146167219898944
- Simmons, W. P., & Parsons, S. (2005). Beliefs in Conspiracy Theories among African Americans: A Comparison of Elites and Masses. *Social Science Quarterly*, 86, 582–598. DOI: 10.1111/j.0038-4941.2005.00319.x

- Sternisko, A., Cichocka, A., & Van Bavel, J. J. (2020). The dark side of social movements: social identity, non-conformity, and the lure of conspiracy theories. *Curr. Opin. Psychol.*, 35, 1–6. DOI: 10.1016/j.copsyc.2020.02.007
- Subbotsky, E. V. (2000). Phenomenalistic Perception and Rational Understanding in the Mind of an Individual: The Fight For Dominance. In K. Rosengren, C. Johnson, P. Harris (Eds) *Imagining the Impossible: The Development of Magical, Scientific and Religious Thinking in Children*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511571381
- Sutton, R. M., & Douglas, K. M. (2020). Conspiracy Theories and the Conspiracy Mindset: Implications for Political Ideology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 118–122. DOI: 10.1016/j.cobeha.2020.02.015
- Swami, V., Coles, R., Stieger, S., Pietschnig, J., Furnham, A., Rehim, S., & Voracek, M. (2011). Conspiracist Ideation in Britain and Austria: Evidence of a Monological Belief System and Associations between Individual Psychological Differences and Real-world and Fictitious Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*, 102, 443–463. DOI: 10.1111/J.2044-8295.2010.02004.X
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. (2010). Unanswered Questions: A Preliminary Investigation of Personality and Individual Difference Predictors of 9/11 Conspiracist Beliefs. *Applied Cognitive Psychology*, 24(6), 749–761. DOI: 10.1002/acp.1583
- Swami, V., Furnham, A., Smyth, N., Weis, L., Lay, A., & Clow, A. (2016). Putting the Stress on conspiracy Theories: Examining Associations between Psychological Stress, Anxiety, and Belief in Conspiracy Theories. *Personality and Individual Differences*, 99, 72–76. DOI: 10.1016/j.paid.2016.04.084
- Thresher-Andrews, C. (2013). An Introduction into the World of Conspiracy. *The British Psychological Society*, 88, 5.
- Twenge, J., Campbell, W. K. (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press.
- Zajenkowski, M., Górnica, J., Wojnarowski, K., Sobol, M., Jonason, P. K. (2022). I Need some Answers, Now!: Present Time Perspective is Associated with Holding Conspiracy Beliefs. *Personality and Individual Differences*, 196, 111723. DOI: 10.1016/j.paid.2022.111723
- van der Linden, S., Panagopoulos, C., Azevedo, F., and Jost, J. T. (2021). The Paranoid Style in American Politics Revisited: An Ideological Asymmetry in Conspiratorial Thinking. *Polit. Psychol.*, 42, 23–51. DOI: 10.1111/pops.12681
- van Prooijen, J.W., Ligthart, J., Rosema, S., & Xu, Y. (2022). The Entertainment Value of Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*, 113(1), 25–48. DOI: 10.1111/bjop.12522
- van Prooijen, J-W. (2017). Why Education Predicts Decreased Belief in Conspiracy Theories. *Appl. Cognit. Psychol.*, 31, 50–58. DOI: 10.1002/acp.3301
- Ward, C., & Voas, D. (2011). The Emergence of Conspiratoriality. *Journal of Contemporary Religion*, 26(1), 103–121. DOI: 10.1080/13537903.2011.539846
- Wood, M. J., & Douglas, K. M. (2015). Online Communication as a Window to Conspiracist Worldviews. *Frontiers in Psychology*, 6, 836. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00836

THE CONSTRUCT OF THE CONSPIRATIVIST MENTALITY: A THEORETICAL MODEL

V. I. Pishchik

Vlada I. Pishchik

E-mail: vladaph@yandex.ru. ORCID 0000-0002-3909-3895

Don State Technical University, Gagarin Square 1, Rostov-on-Don, 344000, Russia.

Acknowledgements. The research was funded under the Russian Science Foundation (RSF) as part of research project #22-28-00520 “Transforming Conspiratorial Mindset of Youth in Generations Y and Z.”

Abstract. The construct of conspirativist mentality has not yet been sufficiently developed in psychology. The aim of the article is to describe theoretical foundations for building a construct of generational conspirativist mentality and form its theoretical model. The central category of the theory is defined as faith; the key concepts are belief in conspiracies, persuasions, and conspirativist attitudes. Various points of view regarding the notion of «belief in conspiracy» — those of historians, culture experts, linguists, and psychologists — were compared and juxtaposed. The attributes defining the concept were revealed. They are: narrowed worldview, irrationality, randomness, secretiveness, mythicity, plasticity, a socially constructed phenomenon, prejudice, and an explanatory pattern. Related concepts, such as conspiratorial attitudes, beliefs, thinking, interpretations, worldview, and culture, were correlated on the level of meaning. Time, situation, and personal characteristics are factors that scholars have relied upon in constructing models of conspirativist thinking, beliefs, and conspiracy beliefs. Available patterns of conspirativist thinking, as well as those of beliefs and conspiracy beliefs were analyzed. Hypothetically, four stages were determined for the perception of reality faith concerning information about a conspiracy: perception, emotional evaluation, acceptance / rejection, and assessment of the consequences. On the basis of the stages of accepting conspiracy information as true, we synthesized four varieties of conspirativist /mentality: willing — willing to accept the conspiracy; steady — rejecting belief in conspiracies; seeking — striving to identify the true reality of the conspiracy; and resultant — baffled by the consequences of conspiracy in the paradigm of belief or disbelief in conspiracies. The preliminary empirical testing of the construct, using the author's new methodology for measuring conspirativist mentality among 423 respondents (students of Rostov-on-Don higher educational institutions) allowed us to determine the two-factor model of conspirativist mentality and identify the possibility of the existence of mixed types of conspirativist mentality. The first factor integrated the steady and willing types, and the second factor combined the resultant and seeking types. In the future there are plans to carry out a follow-up empirical testing of the theoretical model.

Keywords: conspirativist mentality, belief in conspiracies, conspirativist beliefs, traditional / innovative mentality, types of conspirativist mentality, two-factor model.

DOI 10.31429/26190567-23-4-27-44

References

- Arteyev, S. P. (2022). Pandemiya COVID: Konspirologiya i antikonspirologiya [COVID Pandemic: Conspiracy and Anti-conspiracy]. *Vlast [Power]*, 30(1), 58–63.
- Beemster, T., Bijleveld, N., Treur, J. (2021). On Becoming a Conspiracy Thinker: A Second-Order Adaptive Network Model. *Procedia Computer Science*, 190, 51–63, DOI: 10.1016/j.procs.2021.06.007
- Boltanski, I. (2012). *Énigmes et complots: Une enquête à propos d'enquêtes*. P.: Gallimard.
- Brotherton, R., French, C. C., & Pickering, A. D. (2013). Measuring Belief in Conspiracy Theories: The Generic Conspiracist Beliefs Scale. *Frontiers in Personality Science and Individual Differences*, 4, 279. DOI: 10.3389/fpsyg.2013.00279.
- Bruder, M., Haffke, P., Neave, N., Nouripanah, N., & Imhoff, R. (2013). Measuring Individual Differences in Generic Beliefs in Conspiracy Theories Across Cultures: Conspiracy Mentality Questionnaire. *Frontiers in Psychology*, 4, 225.
- Dentith, M. R. X. (2016). When Inferring to a Conspiracy Might be the best Explanation. *Social Epistemology*, 30(5–6), 572–591. DOI: 10.1080/02691728.2016.1172362
- Dmitriyeva, O. A., Vanyushina, N. A. (2021) APF&PL [APF&PL]. *Tematicheskiy vypusk: Lichnost i obshchestvo v sovremennom tsivilizatsionnom prostranstve: yazyk i politika* [Thematic Issue: Personality and Society in the Modern Civilizational Space: Language and Politics], 4, 123–133.
- Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2023). What Are Conspiracy Theories? A Definitional Approach to Their Correlates, Consequences, and Communication. *Annual Review of Psychology*, 74(1). DOI: 10.1146/annurev-psych-032420-031329
- Douglas, K. M., Uscinski, J. E., Sutton, R. M., Cichocka, A., Nefes, T., Ang, C.S. and Deravi, F. (2019). Understanding Conspiracy Theories. *Political Psychology*, 40, 3–35. DOI: 10.1111/pops.12568

- Dugin, A. G. (2005). *Konspirologiya (nauka o zagovorakh, sekretnykh obshchestvakh i taynoy voyne)* [Conspiracy Theory (The Science of Conspiracies, Secret Societies and Secret Warfare)]. Moskva: Eurasia.
- Dyrendal, A., Kennair, L. E., & Bendixen, M. (2021). Predictors of Belief in Conspiracy Theory: The role of Individual Differences in Schizotypal Traits, Paranormal Beliefs, Social Dominance Orientation, Right Wing Authoritarianism and Conspiracy Mentality. *Personality and Individual Differences*, 173, 110645.
- fon Bibershtayn, I. R. (2010). *Mifo zagovore. Filosofiy, masonry, evrei, liberaly i sotsialisty v roli zagovorshchikov* [The Myth of the Conspiracy. Philosophers, Freemasons, Jews, Liberals and Socialists in the Role of Conspirators]. SPb.: Izd-vo im. N. I. Novikova.
- Franks, B., Bangerter, A., Bauer, M. W., Hall, M., Noort, M. C. (2017). Beyond “Monologicality”? Exploring Conspiracist Worldviews. *Front. Psychol.*, 8, 861. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.00861
- Goertzel, T. (1994). Belief in Conspiracy Theories. *Political Psychology*, 15, 731–42. DOI: 10.2307/3791630
- Goryachev, V. A. (2012). Klassifikatsiya tipov very [Classification of Types of Faith]. *Sotsialno-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy* [Socio-economic Phenomena and Processes], 3(37), 166–169.
- Green, R., Douglas, K. M. (2018). Anxious Attachment and Belief in Conspiracy Theories. *Pers. Individ. Differ.*, 125, 30–37. DOI: 10.1016/j.paid.2017.12.023
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Homans, G. C. (1964). Bringing man back in. *American Sociological Review*, 29(5), 809–818.
- Kadurina, N. V. (2013). Konspirologicheskiye podkhody k reprezentatsii politicheskikh protsessov [Conspiracy Approaches to the Representation of Political Processes]. *Sovremennyye issledovaniya sotsialnykh problem* [Modern Research of Social Problems], 6(26).
- Kay, C. S. (2021). The Targets of all Treachery: Delusional Ideation, Paranoia, and the Need for Uniqueness as Mediators between Two Forms of Narcissism and Conspiracy Beliefs. *Journal of Research in Personality*, 93, 104128. DOI: 10.1016/j.jrp.2021.104128
- Kazakevich, I., Sinko, T. V., Pishchik, V. I. (2022). Model konstrukta otnosheniya pedagogov razlichnykh pokoleniy k neopredelennosti [The Model of Teachers’ Attitude to Uncertainty Construct: With the Main Focus on Different Generations of Educators]. *Science for Education Today* [Science for Education Today], 12(3), 31–47.
- Kazun, A. D. (2022). Konspirologicheskoye myshleniye: ponyatiye, izmereniye i factory [Conspiracy Thinking: Concept, Measurement and Factors]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Economic Sociology], 23(2), 91–117.
- Kazun, A. D., Porshnev, A. V. (2021). Kto verit v teorii zagovora? Faktory sklonnosti k konspirologicheskomu myshleniyu v Rossii, Kazakhstane i Ukraine [Who Believes in Conspiracy Theories? Factors of Propensity to Conspiracy Thinking in Russia, Kazakhstan and Ukraine]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsialnyye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes], 6, 549–565.
- Kelley, H. H. (1967). Attribution Theory in Social Psychology. *Nebraska Symposium on Motivation*, 15, 192–238.
- Kormina, Zh. (2015). Drozhzhi-ubiysy: gastronomicheskaya konspirologiya i kultura nedoveriya v sovremennoy Rossii [Killer Yeast: The Gastronomic Conspiracy and Culture of Distrust in Contemporary Russia]. *Antropologicheskij forum* [Forum for Anthropology and Culture], 27, 142–175.
- Krüppel, J., Yoon, D., Mokros, A. (2023). Clarifying the Link between Anxiety and Conspiracy Beliefs: A Cross-sectional Study on the Role of Coping with Stressors. *Personality and Individual Differences*, 202, 111966, DOI: 10.1016/j.paid.2022.111966
- Melnikova, E. A. (2004). Eskhatologicheskiye ozhidaniya rubezha XIX–XX vekov: kontsa sveta ne budet? [Eschatological Expectations of the Turn of the XIX–XX Centuries: Will There be No End of the World?]. *Antropologicheskij forum* [Anthropological Forum], 1, 250–266.

- Moscovici, S. (1987). The Conspiracy Mentality. In *Changing Conceptions of Conspiracy* (pp. 151–169). New York: Springer.
- Panchenko, A. (2021). Lyuk Boltanski. Tayny i zagovory. Po sledam rassledovaniy [Luke Boltanski. Secrets and Conspiracies. In the Wake of Investigations]. *Laboratorium: zhurnal sotsialnykh issledovaniy* [Laboratorium: Russian Review of Social Research], 13(1), 161–168.
- Pierre, J. M. (2020). Mistrust and Misinformation: A Two-Component, Socio-epistemic Model of Belief in Conspiracy Theories. *J. Soc. Polit. Psychol.*, 8, 617–641. DOI: 10.5964/jspp.v8i2.1362
- Pishchik, V. I. (2019). *Mentalnost pokoleniy v tekuchey sovremennosti (nauchnaya monografiya)* [The Mentality of Generations in the Fluid Modernity (Scientific Monograph)]. Moscow: INFRA-M.
- Pishchik, V. I. (2021). Nartsissizm i uroven trevozhnosti Azerbaydzhanskikh i Rossiyskikh studentov s razlichnymi otsenkami autostereotipov povedeniya [Narcissism and Anxiety Level of Azerbaijani and Russian Students with Different Assessments of Autostereotypes of Behavior]. *Psikhologicheskij zhurnal* [Psychological Journal], 42, 24–36.
- Pishchik, V.I. (2023). Izmerenie konspirativistskoj mental`nosti: pervichnaya psixometricheskaya proverka diagnosticheskoy metodiki [Measurement of conspirativistic mentality: primary psychometric verification of diagnostic methodology.]. *Rossijskij psixologicheskij zhurnal* [Russian Psychological Journal], 20(1), 218–234. DOI: 10.21702/rpj.2023.1.14
- Pishchik, V. I., Lobacheva, A. O. (2022). Osobennosti religioznosti i very predstaviteley “Informatsionnogo” i “Novogo” pokoleniy [Features of religiosity and faith of representatives of the “Informational” and “New” generations]. *Sotsialnaya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 13(1), 70–86.
- Poon, K-T., Chen, Z., Wong, W-Y. (2020). Beliefs in Conspiracy Theories Following Ostracism. *Pers. Soc. Psychol. Bull.*, 46, 1234–1246. DOI: 10.1177/0146167219898944
- Postnikova, M. I., Miklyayeva, A. V., Sivrikova, N. V., Regush, L. A. (2022). Izmeneniya zhiznestoykosti predstaviteley raznykh pokoleniy rossiyan v nachale XXI veka [Changes in the Hardiness of Generations’ Representatives of Russians at the Beginning of the XXI Century]. *Sotsialnaya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 13(1), 87–103.
- Simmons, W. P., & Parsons, S. (2005). Beliefs in Conspiracy Theories among African Americans: A Comparison of Elites and Masses. *Social Science Quarterly*, 86, 582–598. DOI: 10.1111/j.0038-4941.2005.00319.x
- Sternisko, A., Cichocka, A., & Van Bavel, J. J. (2020). The dark side of social movements: social identity, non-conformity, and the lure of conspiracy theories. *Curr. Opin. Psychol.*, 35, 1–6. DOI: 10.1016/j.copsyc.2020.02.007
- Subbotsky, E. V. (2000). Phenomenalistic Perception and Rational Understanding in the Mind of an Individual: The Fight Foe Dominance. In K. Rosengren, C. Johnson, P. Harris (Eds) *Imagining the Impossible: The Development of Magical, Scientific and Religious Thinking in Children*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: 10.1017/CBO9780511571381
- Sutton, R. M., & Douglas, K. M. (2020). Conspiracy Theories and the Conspiracy Mindset: Implications for Political Ideology. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 118–122. DOI: 10.1016/j.cobeha.2020.02.015
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., & Furnham, A. (2010). Unanswered Questions: A Preliminary Investigation of Personality and Individual Difference Predictors of 9/11 Conspiracist Beliefs. *Applied Cognitive Psychology*, 24(6), 749–761. DOI: 10.1002/acp.1583
- Swami, V., Coles, R., Stieger, S., Pietschnig, J., Furnham, A., Rehim, S., & Voracek, M. (2011). Conspiracist Ideation in Britain and Austria: Evidence of a Monological Belief System and Associations between Individual Psychological Differences and Real-world and Fictitious Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*, 102, 443–463. DOI: 10.1111/J.2044-8295.2010.02004.X
- Swami, V., Furnham, A., Smyth, N., Weis, L., Lay, A., & Clow, A. (2016). Putting the Stress on conspiracy Theories: Examining Associations between Psychological Stress, Anxiety, and Be-

- lief in Conspiracy Theories. *Personality and Individual Differences*, 99, 72–76. DOI: 10.1016/j.paid.2016.04.084
- Thresher-Andrews, C. (2013). An Introduction into the World of Conspiracy. *The British Psychological Society*, 88, 5.
- Twenge, J., Campbell, W. K. (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press.
- van der Linden, S., Panagopoulos, C., Azevedo, F., and Jost, J. T. (2021). The Paranoid Style in American Politics Revisited: An Ideological Asymmetry in Conspiratorial Thinking. *Polit. Psychol.*, 42, 23–51. DOI: 10.1111/pops.12681
- van Prooijen, J.W., Ligthart, J., Rosema, S., & Xu, Y. (2022). The Entertainment Value of Conspiracy Theories. *British Journal of Psychology*, 113(1), 25–48. DOI: 10.1111/bjop.12522
- van Prooijen, J-W. (2017). Why Education Predicts Decreased Belief in Conspiracy Theories. *Appl. Cognit. Psychol.*, 31, 50–58. DOI: 10.1002/acp.3301
- Ward, C., & Voas, D. (2011). The Emergence of Spirituality. *Journal of Contemporary Religion*, 26(1), 103–121. DOI: 10.1080/13537903.2011.539846
- Wood, M. J., & Douglas, K. M. (2015). Online Communication as a Window to Conspiracist Worldviews. *Frontiers in Psychology*, 6, 836. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00836
- Yablokov, I. A. (2013). Teorii zagovora v sovremennykh politicheskikh ideologiyakh Rossii i SShA: naskolko marginalen yazyk konspirologii? [Conspiracy Theories in Contemporary Political Ideologies of Russia and The United States: How Marginal is The Language of Conspiracy?]. *Politicheskaya nauka* [Political Science], 4, 175–191.
- Yasko, B. A., Omelchenko, N. V., Babikova, E. S. (2022). Aktivizatsiya emotsionalno-tsennostnoy i regulatornoy sfer lichnosti v usloviyakh sistemnogo zhiznennogo krizisa [Activation of the Emotional-value and Regulatory Spheres of Personality in the Conditions of a Systemic Life Crisis]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsialnykh nauk* [South Russian Journal of Social Sciences], 23(1), 96–113.
- Zajenkowski, M., Górniak, J., Wojnarowski, K., Sobol, M., Jonason, P. K. (2022). I Need some Answers, Now!: Present Time Perspective is Associated with Holding Conspiracy Beliefs. *Personality and Individual Differences*, 196, 111723, DOI: 10.1016/j.paid.2022.111723
- Zhizhek, S., Milbank, D. (2020). *Monstruoznost Khrista* [The Monstrosity of Christ]. Publisher: Ripol-Classic.
- Zinovyev, A. A. (2014). *Russkaya tragediya (gibel utopii)* [Russian Tragedy (the Death of Utopia)]. Moskva: Izdatel'stvo Algoritm.

Received 02.12.2022

Accepted 25.12.2022

For citation: Pishchik V.I. The Construct of The Conspiratist Mentality: A Theoretical Model. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 27-44.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ФАКТОРЫ НАДЕЖНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ЛЕТНОГО ТРУДА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ¹

А. А. Алдашева, О. В. Рунец

Алдашева Айгуль Абдулхаевна

Эл. почта: aigulmama@mail.ru. ORCID 0000-0003-3768-9887

Рунец Оксана Владимировна

Эл. почта: orunez@gmail.com. ORCID 0000-0003-4650-7205

Институт психологии РАН, Ярославская ул., 13, корп. 1, Москва, 129366, Россия

Аннотация. В статье обосновывается актуальность проблемы профессиональной безопасности. Выделяются индивидуально-личностные качества для обеспечения надёжности специалиста. Проводится анализ основных требований деятельности специалистов летного труда. На основании теоретического анализа обосновывается цель исследования — выделение факторов надёжности специалистов летного труда в условиях неопределённости. В исследовании приняли участие 83 летных специалиста, средний возраст $m = 36,9 \pm 7,82$ года. Для достижения цели применялись: полуструктурированное интервью, направленное на изучение отношения к профессиональной ситуации неопределённости, и личностные опросники. Для обработки результатов применялись контент-анализ, статистическая обработка (частотный, сравнительный, корреляционный анализы) с использованием статистического пакета. По результатам исследования на основании контент-анализа было выделено три типа отношения к неопределённости. Описаны индивидуально-личностные профили выделенных типов. Полученные результаты позволили сделать следующие выводы. Психологический профиль специалистов, для которых неопределённость ситуации эмоционально окрашена, позволяет рассматривать данный тип реагирования как состояние эмоциональной напряжённости, способствующее развитию риска снижения работоспособности, и ставит проблему надёжности. Респонденты, выделяющие качество информации как критерий неопределённости, ориентированы на свое понимание развития событий и самостоятельное принятие решения, что может способствовать проявлению рискованного поведения в ситуации, требующей следования алгоритмам деятельности, снижая надёжность. Специалисты, связывающие неопределённость со знаниями, умениями, навыками и опытом, используют алгоритмы деятельности при принятии решений, характеризуются в профессиональной деятельности тремя основными стратегиями поведения: на себя, на другого и на дело, обеспечивающие безотказное и безошибочное выполнение работы, что повышает надёжность в условиях неопределённости.

Ключевые слова: надёжность, неопределённость, безопасность, специалисты летного труда, доверие.

Введение

При рассмотрении вопросов безопасности уделим внимание проблеме особенности среды (физической, информационной, социальной) или собственно процесса деятельности субъекта — труда в различных условиях: внутренних, включающих оценку её интенсивности, экстенсивности или экстремальности, или внешних — экологических, технических, социальных, экономических и др. При обращении к проблеме безопасности наиболее часто говорят о человеческом факторе. В связи с этим, с нашей точки зрения, важны следующие вопросы, каким образом профессионал обеспечивает собственную безопасность, какие стратегии совладания с внешними условиями он предпочитает, в чём проявляется его надёжность в тру-

¹ Исследование выполнено в рамках проекта № 0138-2022-0010 «Регуляция профессионального взаимодействия в условиях организационных и технологических вызовов» при финансовой поддержке в рамках Государственного задания Министерства науки и высшего образования РФ.

де. Теоретический анализ исследований безопасности позволяет говорить о вкладе индивидуально-личностных качеств в обеспечение надёжности субъекта труда. Так, в литературе выделяются проблемы, связанные с изучением индивидуально-личностных качеств и сохранением работоспособности, надежности (Бодров, Орлов, 1998; Бучельников, Гришков, Мальчинский, Медяникова, Некрасов, 2018; Зеленова, Лекалов, Лим, Костенко, 2018; Лукинова, Щербакова, 2019; Busemeyer, et al, 2019; Kroemer, Kroemer-Elbert, 2020; Stanton, Salmon, Rafferty, Walker, 2017).

В современных условиях наиболее актуальной проблемой труда профессионала выступает изучение профессий экстремального типа, деятельность которых связана с принятием решений и социальной ответственностью за результат. К таким типам профессий следует отнести специалистов летного труда.

Основным требованием профессиональной деятельности является надежность летчика – процессуальная способность человека безотказно и безошибочно выполнять работу на протяжении длительного периода времени в условиях возможного усложнения обстановки (Небылицын, 1964). Как показали исследования, индивидуально-личностные особенности обеспечивают устойчивость функционального состояния и надежность специалиста экстремальных типов профессий (Благинин, Синельников, Смольянинова, 2017). В работе О. Н. Толстой, С. Л. Хвостовой показано, что поведенческая регуляция и функциональное состояние не взаимосвязаны, полученный результат можно трактовать как следствие этапности профессионального отбора и тренажерной подготовки, направленные на предоставление современных высококлассных специалистов, соответствующих требованиям профессии (Толстова, Хвостова, 2018). Отсутствие перечисленных связей обеспечивают надежность профессионала в ситуации неопределенности и сложности профессиональной деятельности.

Обзор литературы

Теоретический анализ исследований (Карпов, 2014; Корнилова, 2003; Павлова, Сергиенко, 2016; Skagerlund, Forsblad, Slovic, Västfjäll, 2020), посвященных психологическим особенностям восприятия неопределенности и сложности, показал, что принятие решений в профессиональной деятельности во многом обусловлено индивидуально-личностными качествами, такими как толерантность, самостоятельность, когнитивно-стилевые особенности и др. Авторами работ отмечено, что перечисленные характеристики являются ресурсами, позволяющими адекватно и быстро реагировать на происходящие изменения во внешней среде и активно преобразовывать внутреннюю среду согласно предложенным условиям.

Неопределенность в профессиональной деятельности, согласно Е. А. Лустинной, «...проблемная ситуация без строго заданного способа решения с недетерминированным результатом...» (Лустина, 1981, с. 122), задающая субъекту необходимость принятия ответственности за свои решения и выбор стратегии совладания, что связано с компетентностью субъекта. Под компетентностью подразумевается не просто обладание знаниями, умениями, навыками, но и потенциальная готовность субъекта решать профессиональные задачи (Зеленова, Лекалов, Лим, Костенко, 2018; Bascetta, Ferretti, 2019; Kim, Peternel, Lorenzini, Babič, Ajoudani, 2021), опосредованная личностным отношением к делу (Карпов, 2014; Ясько, 2005; Orlove, Shwom, Markowitz, Cheong, 2020).

Основными дискриминаторами при описании типов совладания могут выступать как объективно, так и субъективно неопределенные и сложные ситуации. К объективно неопределенным и сложным можно отнести ситуации, вызванные природными, социальными, организационными или иными внешними причинами. К субъективным ситуациям относятся индивидуально личностные, обуславливающие переживания неопределенности и сложности. Поскольку результат профессиональной деятельности опосредован особенностями психических процессов и состояний, возникает необходимость рассмотреть индивидуальное восприятие неопределенности и сложности летными специалистами в процессе принятия решений в совокупности с психологическими механизмами, такими как доверие себе, доверие другому и способы совладания с проблемными ситуациями (Алдашева, 2016).

Вопросам принятия решений в условиях неопределенности посвящено достаточное количество научных работ, среди которых можно отметить работы Г. Райфа (Райфа, 1977), Р. Беллмана и Л. Заде (Беллман, Заде, 1976). Методы оптимального и рационального индивидуального выбора, в том числе в условиях неопределенности и сложности внешней среды, рассматриваются в работе А. Б. Петровского (Петровский, 2019). О. И. Ларичев, описывая модели принятия многокритериальных решений, указывает, что принятие решений в профессиональной деятельности во многом определяется психологическими особенностями субъекта труда (Ларичев, 2002). Так, принятие решений в условиях неопределенности профессиональной деятельности предполагает проявление инициативы, которая выступает предиктором уверенности в себе (Толстова, Хвостова, 2018). В психологии принятия решений в условиях неопределенности и сложности рассмотрены в работах Д. Канемана, П. Словика, А. Тверски, Т. В. Корниловой, А. В. Карпова и др. (Канеман, Словик, Тверски, 2005; Карпов, 2014; Корнилова, 2003).

Целью исследования является выделение факторов надежности специалистов летного труда в условиях неопределенности профессиональной деятельности.

Материалы и методы

В исследовании приняли участие 83 летчика, средний возраст $m = 36,9 \pm 7,82$ года, 71% — специалисты высшей категории — первого класса.

В ходе исследования респондентам задавался вопрос: «Что, с вашей точки зрения, является неопределенностью при принятии решения в профессиональной деятельности?». Ответы испытуемых обрабатывались с использованием контент анализа. Анализ проводился с помощью специально разработанного словаря-классификатора, при создании которого были использованы категории, характеризующие соответствие респондента той или иной группе (Алмаев, 2012).

В результате контент анализа были выделены 3 группы.

Первая группа (группа 1) — соотносит неопределенность с переживаниями эмоционального содержания ($n = 22$ человека; средний возраст: $m = 35,5 \pm 5,5$ лет, средний стаж: $m = 13,3 \pm 5,1$ лет, классность: 54% — специалисты высшей категории — первого класса).

Вторая группа (группа 2) — представление о неопределенности связывает с качеством информации ($n = 30$ человек; средний возраст: $m = 36,7 \pm 7,58$ года, средний стаж: $m = 14,5 \pm 7,91$ лет, классность: 70% — специалисты высшей категории — первого класса).

В третьей группе (группа 3) неопределенность раскрывают через нехватку знаний, умений, навыков и опыта работы ($n = 31$ человек; средний возраст: $m = 38,1 \pm 9,36$ лет, средний стаж: $m = 15,9 \pm 9,7$ лет, классность: 84% — специалисты высшей категории — первого класса).

Для изучения индивидуально личностных особенностей применялись следующие методы исследования: «Новый опросник толерантности к неопределенности» (НТН) Т. В. Корниловой; «Методика изучения доверия к себе» (МИДС) Н. Б. Астаниной, апробированная на взрослой выборке; «Тест уверенности» В. Г. Ромека (УВС); «Методика оценки доверия / недоверия личности другим людям» А. Б. Купрейченко.

Статистическая обработка включала описательный анализ, при проведении контент-анализа использовался частотный анализ, корреляционный, сравнительный анализ (U-Манна-Уитни), а также статистический пакет IBM SPSS 22.0.

Результаты исследования

В результате проведенных исследований выявлена зависимость восприятия неопределенности профессионалом летной деятельности от показателя классности.

Так, в первой группе (количество специалистов первого класса 54%), представление о неопределенности в профессиональной ситуации респонденты описывают эмоционально окрашенными переживаниями, используют следующие слова: «неуверенность»; «страх»; «неизвестность»; «угнетающая, напрягающая и нервнующая ситуация» и др.

Во второй группе в своих представлениях специалисты связывают неопределенность с качеством получаемой информации (специалистов первого класса 70%). Контент-анализ ответов позволил выделить следующие характерные высказывания представителей группы: «недостаток информации о чем-либо»; «отсутствие информации о чем-либо»; «неточность и неполнота информации»; «расхождение информации с текущей ситуацией» и др.

В третьей (84% специалистов первого класса) оценка неопределенности ситуации профессионалы связывают с недостатком знаний, умений, навыков и опыта работы, формулируя следующие высказывания «непонимание ситуации»; «незнание или непонимание последствий»; «неумение контролировать ситуацию из-за слабых знаний происходящего вокруг процесса»; «невозможность взять ответственность» и др.

Психологические описания выделенных групп, полученные путем сравнительного анализа, позволяют представить индивидуально психологические особенности респондентов с разным восприятием неопределенности в профессиональной деятельности (см. таблицу).

На основании полученных результатов можно описать психологический профиль выделенных групп.

Так, респонденты, для которых неопределенность вызывает эмоционально значимое переживание (группа 1), при взаимодействии показывают менее уверенное поведение и предпочитают выбор стратегии избегания ситуации принятия решения. Известно, что практика профессиональной подготовки летчиков обеспечивает высококлассными специалистами путем обучения и тренажерной подготовки в училищах (Толстова, Хвостова, 2018). Однако тренажерная подготовка не в состоянии полностью моделировать виды объективной неопределенности,

Индивидуально личностные особенности групп летчиков с разным пониманием неопределённости (фрагмент сравнительного анализа)

Individual personality profiles in groups of airmen / pilots who have different understanding levels of uncertainty (a fragment of comparative analysis)

	Ср. Ранг гр1	Ср. Ранг гр2	U	Z	Ср. Ранг гр1	Ср. Ранг гр3	U	Z
Социальная смелость (УВС)	21,00	30,53	209,00	-2,26*	-	-	-	-
Толерантность к неопределённости (НТН)	-	-	-	-	20,89	31,34	206,50	-2,43*

Примечание: * — $p < 0,05$; U-критерий Манна-Уитни; Z — нормальная аппроксимация статистики Манна-Уитни для больших выборок. Группа 1 (N = 22 человек); группа 2 (N = 30 человек), группа 3 (N = 31 человек), гр. 1, 2, 3. — группа 1, 2, 3.

с которыми сталкивается специалист в реальной деятельности (Пономаренко, 2019). Профессиональный опыт участия в экстремальных ситуациях в карьере летного специалиста отражается в присвоении классности в соответствии с таблицей о рангах (квалификация). Обращает на себя внимание, что лишь половина представителей данной группы является специалистами первого класса.

Респонденты, выделяющие информацию для принятия решения в ситуации неопределённости (группа 2), характеризуются большей открытостью и уверенностью во взаимодействии (см. таблицу). В то же время представители группы, связывающие неопределённость со знаниями, умениями, навыками (группа 3), при принятии решения проявляют большую толерантность к неопределённости и характеризуются направленностью на действие. В данной группе 84% респондентов, имеющих первую категорию классности.

Результаты корреляционного анализа показали наличие двух плеяд в группе специалистов, связывающих неопределённость с эмоциональными переживаниями (группа 1). В первой плеяде системообразующим показателем выступает ценностное отношение к себе как личности, об этом свидетельствуют взаимосвязи «Доверие к себе» (МИДС), «Уверенность в себе» (УВС) ($r = 0,586$; $p < 0,01$) и «Социальная смелость» (УВС) ($r = 0,688$; $p < 0,0001$). Как показали результаты сравнительного анализа, представители данной группы характеризуются менее выраженной уверенностью поведения по сравнению с представителями второй группы. Интерпретация второй плеяды позволяет говорить о наличии связи инициативности в социальных контактах (УВС) с показателем «Д расчёт» ($r = 0,534$; $p < 0,01$). Данная связь свидетельствует, что основанием для доверия другому является рациональное отношение к информации о человеке и ситуации в целом. Это даёт субъективное ощущение контроля ситуации, снижает уязвимость путем выбора стратегии защиты «Я». В целом психологический профиль первой группы характеризуется ориентацией на свои эмоциональные переживания, связанные с эмоционально-ценностным принятием себя. Наличие такой связи может выступать предиктором снижения профессиональной надежности.

Во второй группе выделена корреляционная плеяда, центром которой выступает показатель «Доверие к себе» (МИДС), положительно связанный с «ТН» (НТН)

($r = 0,498$; $p < 0,01$) и отрицательно с «МИТН» (НТН) ($r = -0,583$; $p < 0,001$). Интерпретация полученных взаимосвязей позволяет говорить, что доверяющий себе специалист полагается на себя в принятии решения, характеризуется самостоятельностью и ориентируется на свое видение развития событий.

Взаимосвязи показателей в третьей группе характеризуются наличием двух корреляционных плеяд. Центром первой — выступает положительная взаимосвязь показателя «Социальная смелость» (УВС) с показателями «Доверие к себе» (МИДС) ($r = 0,475$; $p < 0,01$). Данную связь можно интерпретировать следующим образом: представители данной группы в ситуации неопределенности доверяют себе и проявляют уверенность в социальном взаимодействии. Полученные связи находят свое подтверждение во второй плеяде, в положительной взаимосвязи показателей «Интолерантность к неопределенности» (НТН) и «Уверенность в себе» (УВС) ($r = 0,504$; $p < 0,01$). Устойчивые связи свидетельствуют о способности специалистов оценивать социальную ситуацию и себя в ней. Взаимосвязи показателей «ИТН» (НТН) и УС (УВС) с показателями доверия / недоверия личности «Д надежности» ($r = 0,682$; $p < 0,0001$), «Д единство» ($r = 0,687$; $p < 0,0001$), «Д знание» ($r = 0,572$; $p < 0,01$), «Д приязнь» ($r = 0,472$; $p < 0,01$) и «Д расчет» ($r = 0,512$; $p < 0,01$) отражают готовность к взаимодействию с другими. Профессионалы, связывающие неопределенность с ЗУН, важным выделяют уверенное поведение и ориентацию на взаимодействие, при котором доверие к другому строится на знании, принятии, единстве взглядов. Полученные результаты согласуются с представлением В. Г. Ромека о роли триады знаний, умений, навыков как основание уверенного поведения (Ромек, 2007). Таким образом, интерпретация полученных связей позволяет прийти к заключению, что специалисты, ориентированные в ситуации неопределенности на знания, умения, навыки, проявляют уверенное поведение, направленное на взаимодействие с другим и принятие решения в ситуации неопределенности. Полученные результаты позволяют говорить, что представители данной группы в профессиональной деятельности используют три основные стратегии поведения: на себя, на другого и на дело.

Таким образом, результаты исследования позволили выделить три типа восприятия неопределенности специалистами: первый тип связан с переживаниями эмоционального состояния, второй — с качеством информации, третий — с профессиональными знаниями, умениями, навыками и опытом. Психологический профиль летных специалистов, для которых неопределенность ситуации эмоционально окрашена, характеризуется направленностью личности на себя и избеганием принятия решений. Ориентация на эмоциональные переживания увеличивает риск снижения работоспособности в условиях дефицита времени и усложнения внешних условий, что приводит к проблеме надежности специалистов с данным типом восприятия неопределенности в профессиональной деятельности.

Специалисты, выделяющие качество информации как критерий неопределенности, доверяют себе, проявляют активность в поиске информации и социальную смелость в принятии решений. Ориентация на себя, свое видение развития событий характеризуют их как инициативных и самостоятельных. Однако в условиях усложнения обстановки, требующих взаимодействия и следования алгоритмам деятельности, специалисты с данным типом восприятия неопределенности могут проявлять рисковое поведение, тем самым ставя под вопрос надежность и стабильность качества выполнения профессиональной деятельности.

Профессионалы, связывающие неопределенность со знаниями, умениями, навыками и опытом, ориентируются на использование алгоритмов деятельности, оценку социальной ситуации и себя в ней. Они характеризуются в своей деятельности тремя основными стратегиями профессионального поведения: на себя, на другого и на дело. Следует отметить, наличие преобладания в данной группе представителей с высокими показателями профессиональной классности как результата обучения и тренажерной подготовки, обеспечивающие безотказное и безошибочное выполнение работы, повышает надежность специалистов летного труда в условиях неопределенности.

Заключение

Трудовая деятельность специалистов ряда профессий связана с необходимостью принимать решения в неопределенных ситуациях, в условиях дефицита времени, интенсивности потоков информации как внешних, так и внутренних раздражителей (Бодров, Орлов, 1998). Следует отметить, что характерными особенностями таких условий являются неотвратимость момента, скорость принятия решения, и ответственность за результат деятельности, что предъявляет высокие требования к индивидуально личностным характеристикам, в том числе к способности субъекта труда объединять цели, средства, результат, принимать парадоксы, оценивать возможные риски и ресурсы (Quinn, 1988). На основании полученных результатов нами показаны три типа отношения к неопределенности в профессиональной деятельности: первый тип связан с переживаниями эмоционального состояния, второй — с качеством информации, третий — со знаниями, умениями, навыками и опытом. Раскрыты индивидуально личностные особенности представителей каждого типа. Высказано предположение о связи факторов надежности специалиста, связанной с доверием и с отношением к ситуации неопределенности. В. А. Пономаренко отмечает, что эффективность и надежность действий высококлассного специалиста определяются не только внешними обстоятельствами возникновения и течения ситуации, но и содержанием образа-цели деятельности (Пономаренко, 2019), который наполнен, как показали результаты настоящего исследования, личностной направленностью субъекта труда: отношением к делу и к себе, совместностью труда.

Библиографический список

- Алдашева, А. А. (2016). Доверие профессионала к себе в пространстве профессиональной деятельности. *Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке*, 3(51), 65–70.
- Алмаев, Н. А. (2012). *Применение контент-анализа в исследованиях личности*. Москва: Издательство «Институт психологии РАН».
- Беллман, Р., Заде, Л. (1976). Принятие решений в расплывчатых условиях. В И. Ф. Шахнов, Г. С. Поспелов (ред.) *Сборник переводов «Вопросы анализа и процедуры принятия решений»*. (с. 172–215). Москва: Изд-во «МИР».
- Благинин, А. А., Синельников, С. Н., Смольянинова, С. В. (2017). Особенности оценки функционального состояния у операторов с учетом индивидуальных психологических характеристик. *Физиология человека*, 43(1), 11–17.
- Бодров, В. А., Орлов, В. Я. (1998). *Психология и надежность: человек в системах управления техникой*. Москва: Издательство «Институт психологии РАН».

- Бучельников, О. Ю., Гришков, А. А., Мальчинский, Ф. В., Медяникова, Л. М., Некрасов, С. Д. (2018). Моделирование системы отбора летчиков-инструкторов. *Южно-российский журнал социальных наук*, 19(4), 147–163.
- Зеленова, М. Е., Лекалов, А. А., Лим, В. С., Костенко, Е. В. (2018). Профессионализм, личностные особенности и психологическое здоровье летчиков. В А. Н. Занковский, А. Л. Журавлев (ред.) *Современное состояние и перспективы развития психологии труда и организационной психологии* (с. 509–528). Москва: Издательство «Институт психологии РАН».
- Канеман, Д., Словик, П., Тверски, А. (2005). *Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения*. Харьков: Издательство Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр».
- Карпов, А. В. (2014). *Психология принятия решений в профессиональной деятельности*. Ярославль: Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова.
- Корнилова, Т. В. (2003). *Психология риска и принятия решений*. Москва: Аспект пресс.
- Ларичев, О. И. (2002). *Теория и методы принятия решений*. Москва: Логос.
- Лукинова М. Г., Щербакова Е. А. (2019). Профессионально важные качества курсантов третьего года обучения: структура личностных качеств. *Южно-российский журнал социальных наук*, 20(1), 152–164.
- Лустина, Е. А. (1981). Преодоление ситуации неопределенности в процессах мышления и воображения. *Вопросы психологии*, 5, 122. Режим доступа <http://www.voppsy.ru/issues/1982/825/825122.htm>
- Небылицын, В. Д. (1964). Надежность работы оператора в сложной системе управления. В А. Н. Леонтьев, В. П. Зинченко, Д. Ю. Панова (ред.) *Инженерная психология* (с. 358–367). Москва: МГУ
- Павлова, Н. С., Сергиенко, Е. А. (2016). Субъектная и личностная регуляция поведения как проявление индивидуальности человека. *Психологический журнал*, 37(2), 43–56.
- Петровский, А. Б. (2019). *Групповой вербальный анализ решений*. Москва: Наука.
- Пономаренко, В. А. (2019). *Психология духовности профессионала*. Москва, Саратов: ПЕР СЭ, Ай Пи Эр Медиа.
- Райфа, Г. (1977). *Анализ решений (введение в проблему выбора в условиях неопределенности)*. Москва: Наука.
- Ромек, В. Г. (2007). *Тренинг уверенности в межличностных отношениях*. Санкт-Петербург: Речь.
- Толстова, О. Н. Хвостова, С. Л. (2018). Изучение личностных качеств при прогнозировании профессиональной успешности курсантов летного училища. В Б. Н. Котива (ред.) *Современные противоречия и направления развития авиационной и космической медицины: Материалы научно-практической конференции, посвященной 60-летию кафедры авиационной и космической медицины Военно-медицинской академии имени С. М. Кирова, Санкт-Петербург, 21–22 ноября 2018 года*. (с. 269–274). Санкт-Петербург: Военно-медицинская академия имени С. М. Кирова.
- Ясько, Б. А. (2005). *Психология личности и труда врача: курс лекций*. Ростов-на-Дону: Издательство Феникс.
- Bascetta, L., Ferretti, G. (2019). Ensuring Safety in Hands-on Control through Stability Analysis of the Human-robot Interaction. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 57, 197–212. DOI: 10.1016/j.rcim.2018.12.003
- Busemeyer, J. R., et al. (2019). Cognitive and Neural Bases of Multi-attribute, Multi-alternative, Value-based Decisions. *Trends Cognitive Science*, 23(3). DOI: 10.1016/j.tics.2018.12.003
- Kim, W., Peternel, L., Lorenzini, M., Babič, J., Ajoudani, A. (2021). A Human-Robot Collaboration Framework for Improving Ergonomics During Dexterous Operation of Power Tools. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 68, 102084. DOI: 10.1016/j.rcim.2020.102084.
- Kroemer, K. H. E., Kroemer, H. J., Kroemer-Elbert, K. E. (2020). *Engineering Physiology: Bases of Human Factors Engineering*. Berlin: Springer.

- Orlove, B., Shwom, R., Markowitz, E., Cheong, S.-M. (2020). Climate Decision-Making. *Annual Review of Environment and Resources*, 45(1), 271–303. DOI: 10.1146/annurev-enviro-012320-085130
- Skagerlund, K., Forsblad, M., Slovic, P., Västfjäll, D. (2020). The Affect Heuristic and Risk Perception – Stability Across Elicitation Methods and Individual Cognitive Abilities. *Frontiers in Psychology*, 11, 970. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00970
- Stanton, N. A., Salmon, P. M., Rafferty, L. A., Walker, G. H. (2017). *Human Factors Methods. A Practical Guide for Engineering and Design*. 2nd Edition. NY: Routledge. DOI:10.4324/9781351156325
- Quinn, R. E. (1988). *Beyond Rational Management*. San Francisco: Jossey-Bass.

Статья поступила в редакцию 16.11.2022

Статья принята к публикации 20.12.2022

Для цитирования: Алдашева А. А., Рунец О. В. Факторы надежности специалистов летного труда в условиях неопределенности профессиональной деятельности. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 45-55.

RELIABILITY FACTORS OF FLIGHT SPECIALISTS UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY OF THEIR PROFESSIONAL ACTIVITIES

A. A. Aldasheva, O. V. Runets

Aigul A. Aldasheva

E-mail: aigulmama@mail.ru. ORCID 0000-0003-3768-9887

Oksana V. Runets

E-mail: orunez@gmail.com. ORCID 0000-0003-4650-7205

Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Yaroslavskaia St., 13, bldg. 1, Moscow, 129366, Russia

Acknowledgements. The study was carried out with the financial support of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation within the state task No. 0138–2022–0010 “Regulation of professional interaction in the context of organizational and technological challenges”.

Abstract. Relevance for professional safety is substantiated in this paper. Individual personality characteristics to ensure the reliability of a specialist are highlighted. The analysis of basic operational standards for flight specialists is carried out. On the basis of this theoretical analysis the goal of the research is substantiated: it is the identification of reliability factors of flight specialists in conditions of ambiguity. A total of 83 flight specialists (mean age $m = 36.9 \pm 7.82$ years) participated in the study. To achieve the goal, semi-structured interviews with the question intended to explore the attitude regarding an occupational uncertainty situation, as well as personal questionnaires, were applied. To process the results, the following methods were used: content analysis, statistical processing (frequency, comparative, and correlation analyses) involving a statistical package. As a result, three types of attitude to uncertainty were identified through content analysis. Besides, individual personality profiles of the selected types were described. The results obtained made it possible to draw the following conclusions. A psychological profile of the specialists, for whom situational uncertainty has an emotional impact, makes it possible to regard this type of response as a state of “emotional tension,” which contributes to the risk of reduced performance and poses a problem of reliability. Respondents who emphasize the quality of information as an uncertainty criterion are oriented toward their own perception of events and their independent decision-making, which can encourage high-risk behavior when a situation demands them to follow the algorithms of their activity, thus lowering reliability level. Professionals who associate uncertainty with their knowledge, competencies, skills and experience, use activity algorithms while making decisions, and are characterized in their professional activities by three basic behavior strategies: on oneself, on another person as well as on the case, thus ensuring faultless and error-free work, which improves reliability under uncertainty conditions.

Keywords: reliability, uncertainty, safety, flight specialists, trust.

DOI 10.31429/26190567-23-4-45-55

References

- Aldasheva, A. A. (2016). Doverie professionala k sebe v prostranstve professionalnoy deyatel'nosti [Trust of Skilled Person to Himself in the Area of Professional Activities]. *Sotsialnye i gumanitarnye nauki na Dalnem Vostoke* [Social and Human Sciences in the Far East], 3(51), 65–70.
- Almaev, N. A. (2012). *Primenenie kontent-analiza v issledovaniyakh lichnosti* [Application of Content Analysis in Personality Research]. Moscow. "Institute of Psychology RAS" Publ.
- Bascetta, L., Ferretti, G. (2019). Ensuring Safety in Hands-on Control through Stability Analysis of the Human-robot Interaction. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 57, 197–212. DOI: 10.1016/j.rcim.2018.12.003.
- Bellman, R., Zade, L. (1976). Prinyatie resheniy v rasplyvchatykh usloviyakh [Decision-making under Vague Circumstances]. In I. F. Shahnov, G. S. Pospelov (Eds). *Sbornik perevodov "Voprosy analiza i protsedury prinyatiya resheniy"* [Collection of translations "Problems of Decision Analysis and Procedure"] (pp.172–215). Moskva: Izd-vo "MIR".
- Blagin, A. A., Sinel'nikov, S. N., Smol'ianinova, S. V. (2017). Osobennosti otsenki funktsional'nogo sostoyaniya u operatorov s uchetom individualnykh psikhologicheskikh kharakteristik [Evaluation of the Functional State of Operators with Allowance for Individual Psychological Characteristics]. *Fiziologiya cheloveka* [Human Physiology], 43(1), 11–17.
- Bodrov, V. A., Orlov, V. Ya. (1998). *Psikhologiya i nadezhnost: chelovek v sistemakh upravleniya tekhnikoy* [Psychology and Reliability: Man in Control Systems of Equipment]. Moskva: Izdatel'stvo "Institut psikhologii RAN".
- Buchelnikov, O. Yu., Grishkov, A. A., Malchinskiy, F. V., Medyanikova, L. M., Nekrasov, S. D. (2018). Modelirovanie sistemy otbora letchikov-instruktorov [Modeling the Selection System for Potential Pilots–Instructors]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsialnykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 19(4), 147–163. DOI: 10.31429/26190567-19-4-147-163
- Busemeyer, J. R., et al. (2019). Cognitive and Neural Bases of Multi-attribute, Multi-alternative, Value-based Decisions. *Trends Cognitive Science*, 23(3). DOI: 10.1016/j.tics.2018.12.003
- Kahneman, D., Slovic, P., Tverski, A. (2005). *Prinyatie resheniy v neopredelennosti: Pravila i predubezhdeniya* [Decision Making in Uncertainty: The Rules and the Biases]. Kharkov: Izdatel'stvo Institut prikladnoy psikhologii "Gumanitarnyy Tsentr".
- Karpov, A. V. (2014). *Psikhologiya prinyatiya resheniy v professionalnoy deyatel'nosti* [Psychology of Decision Making in Professional Activity]. Yaroslavl': Yaroslavskiy gosudarstvennyy universitet im. P. G. Demidova.
- Kim, W., Peternel, L., Lorenzini, M., Babič, J., Ajoudani, A. (2021). A Human-Robot Collaboration Framework for Improving Ergonomics During Dexterous Operation of Power Tools. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 68, 102084. DOI: 10.1016/j.rcim.2020.102084.
- Kornilova, T. V. (2003). *Psikhologiya riska i prinyatiya resheniy* [Psychology of Risk and Decision Making]. Moskva: Aspekt press.
- Kroemer, K. H. E., Kroemer, H. J., Kroemer-Elbert, K. E. (2020). *Engineering Physiology: Bases of Human Factors Engineering*. Berlin: Springer.
- Larichev, O. I. (2002). *Teoriya i metody prinyatiya resheniy* [Theory and Methods of Decision Making]. Moskva: Logos.
- Lukina, M. G., Shcherbakova, E. A. (2019). Professionalno vazhnye kachestva kursantov tretego goda obucheniya: struktura lichnostnykh kachestv [Professionally Important Qualities of Cadets of The Third Year Training: Structure of Personal Qualities]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsialnykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 20(1), 152–164.
- Lustina, E. A. (1981). Preodolenie situatsii neopredelennosti v protsessakh myshleniya i vobrazheniya [Overcoming the Situation of Uncertainty in the Processes of Thinking and Imagination]. *Voprosy psikhologii* [Voprosy psikhologii], 5, 122. Retrieved from <http://www.voppsy.ru/issues/1982/825/825122.htm>

- Nebylitsyn, V. D. (1964). Nadezhnost raboty operatora v slozhnoy sisteme upravleniya [Operator Reliability in a Complex System of Control]. In A. N. Leont'ev, V. P. Zinchenko, D. Yu. Panova (Eds) *Inzhenernaya psikhologiya* [Engineering Psychology] (pp. 358–367). Moskva: MGU.
- Orlove, B., Shwom, R., Markowitz, E., Cheong, S.-M. (2020). Climate Decision-Making. *Annual Review of Environment and Resources*, 45(1), 271–303. DOI: 10.1146/annurev-environ-012320-085130
- Pavlova, N. S., Sergienko, E. A. (2016). Subektnaya i lichnostnaya regulyatsiya povedeniya kak proyavlenie individualnosti cheloveka [Subject and Personal Regulation of Behavior as a Manifestation of Man's Individuality]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal], 37(2), 43–56.
- Petrovskiy, A. B. (2019). *Grupповой verbalnyy analiz resheniy* [Group Verbal Decision Analysis]. Moskva: Nauka.
- Ponomarenko, V. A. (2019). *Psikhologiya dukhovnosti professionala* [Psychology of Spirituality of a Professional]. Moskva, Saratov: PER SE, Ay Pi Er Media.
- Quinn, R. E. (1988). *Beyond Rational Management*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Raiffa, H. (1977). *Analiz resheniy (vvedenie v problemu vybora v usloviyakh neopredelennosti)* [Analysis of Decisions (Introduction to the Problem of Choice under Uncertainty)]. Moskva: Nauka.
- Romek, V. G. (2007). *Trening uverenosti v mezlichnostnykh otnosheniyakh* [Confidence Training in Interpersonal Relationships]. Sankt-Peterburg: Rech.
- Skagerlund, K, Forsblad, M, Slovic, P, Västfjäll, D. (2020). The Affect Heuristic and Risk Perception – Stability Across Elicitation Methods and Individual Cognitive Abilities. *Frontiers in Psychology*, 11, 970. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00970
- Stanton, N. A., Salmon, P. M., Rafferty, L. A., Walker, G. H. (2017). *Human Factors Methods. A Practical Guide for Engineering and Design*. 2nd Edition. NY: Routledge. DOI: 10.4324/9781351156325
- Tolstova, O. N., Khvostova, S. L. (2018). Izuchenie lichnostnykh kachestv pri prognozirovanii professionalnoy uspehnosti kursantov letnogo uchilishcha [Study of Personal Qualities in the Prediction of Professional Success among Flight School Cadets]. In B. N. Kotiva (Ed.). *Sovremennye protivorechiya i napravleniya razvitiya aviatsionnoy i kosmicheskoy meditsiny: Materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 60-letiyu kafedry aviatsionnoy i kosmicheskoy meditsiny Voenno-meditsinskoy akademii imeni S. M. Kirova, Sankt-Peterburg, 21–22 noyabrya 2018 goda* [Modern Contradictions and Trends of Aviation and Space Medicine Development: Proceedings of the Scientific and Practical Conference Commemorating the 60th Anniversary of the Department of Aviation and Space Medicine at the Kirov Military Medical Academy, St. Petersburg, November 21–22, 2018] (pp. 269–274). Sankt-Peterburg: Voenno-meditsinskaya akademiya imeni S. M. Kirova.
- Yasko, B. A. (2005). *Psikhologiya lichnosti i truda vracha: kurs lektsiy* [Psychology of Personality and Work of a Doctor: A Course of Lectures]. Rostov-na-Donu: Izdatelstvo Feniks.
- Zelenova, M. E., Lekalov, A. A., Lim, V. S., Kostenko, E. V. (2018). Professionalizm, lichnostnye osobennosti i psikhologicheskoe zdorove letchikov [Professionalism, Personality Traits and Psychological Health of Military Pilots]. In A. N. Zankovsky, A. L. Zhuravlev (Eds.). *Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya psikhologii truda i organizatsionnoy psikhologii* [Modern State and Prospects of Development of Labor Psychology and Organizational Psychology] (pp. 509–528). Moskva: Izdatelstvo Institut psikhologii.

Received 16.11.2022

Accepted 20.12.2022

For citation: Aldasheva A. A., Runets O. V. Reliability Factors of Flight Specialists Under Conditions of Uncertainty of Their Professional Activities. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 45–55.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПОДРОСТКОВ, СКЛОННЫХ К ДЕВИАНТНОМУ ПОВЕДЕНИЮ

Е. В. Харитонова, А. Ю. Хамдамова

Харитонова Евгения Владимировна

Эл. почта: veha_2000@mail.ru. ORCID 0000-0002-8222-2162

Хамдамова Анастасия Юрьевна

Эл. почта: nastya.khamdamova@mail.ru. ORCID 0000-0002-8268-8958

Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская, 149, г. Краснодар, 350040, Россия

Аннотация. В статье представлены результаты эмпирического исследования ценностных ориентаций подростков, склонных к девиантному поведению. Показано, что проблема девиантного поведения изучается в различных научных областях и ей посвящено большое количество теоретических и эмпирических исследований, однако на сегодняшний день она всё ещё относится к категории сложных и неоднозначных. Одним из неизменных ракурсов анализа девиантных подростков является взгляд на проблему формирования отклоняющегося поведения через систему ценностных ориентаций. При этом анализ литературных источников показывает, что несмотря на большое количество исследований по данной теме и необходимость изучения ценностных ориентаций девиантных подростков, ценностная сфера подростков, склонных к девиантному поведению, изучена крайне фрагментарно. Гипотеза проведенного исследования — предположение о наличии особенностей ценностных ориентаций подростков с разным уровнем склонности к девиантному поведению, учет которого позволит выстроить оптимальное психологическое сопровождение подростков, склонных к девиантному поведению. В качестве методик исследования были применены: методика диагностики склонности к отклоняющемуся поведению А.Н.Орла, методика Шварца для изучения ценностей личности. В исследовании приняли участие 50 учеников 9–11-х классов одной из средних общеобразовательных школ г. Черкесска. В процессе эмпирического исследования выборки получено три кластера. Респонденты 1-го кластера имеют самые низкие показатели склонности к девиантному поведению, но высокие показатели по шкале Социальная желательность, а также Конформизм в качестве одной из ведущих ценностей — «Конформисты, стремящиеся сохранить безопасность». Респонденты 2-го кластера наиболее склонны к девиантному поведению — «Девианты, стремящиеся к власти». Их ценностные ориентиры — Власть, Гедонизм и Самостоятельность. Показатели склонности к отклоняющемуся поведению респондентов 3-го кластера находятся в пределах нормы, что позволяет назвать его эталонным. Ведущими ценностями данного кластера являются Гедонизм, Достижения и Самостоятельность — «Гедонисты, стремящиеся к достижениям и безопасности».

Ключевые слова: девиантное поведение, подростки, ценностные ориентации, нормативные ценности, ценности личностного профиля.

Постановка проблемы и актуальность исследования

Проблема девиантного поведения изучается в различных научных областях и ей посвящено большое количество теоретических и эмпирических исследований, однако на сегодняшний день она всё ещё относится к категории сложных и неоднозначных. Она не теряет своей актуальности, ведь с каждым годом мы можем наблюдать тенденцию к увеличению количества детей и подростков, склонных к проявлениям девиантного поведения.

В педагогической науке под понятием «девиантное поведение» рассматривается устойчиво повторяющееся поведение, которое отличается от общепринятых социально-нравственных и правовых норм (Савицкая, 2019; Шаломова, 2019). Данные проявления влекут за собой нарушение стандарта поведения, проблемы

коммуникации девианта с обществом, а также трудности самореализации и самоактуализации личности в обществе, сопровождающиеся ее социальной дезадаптацией (Воробьева, 2021).

В социальных науках термином «девиантное поведение» обозначают поведение, не совпадающее с регламентированными общественными нормами и требующее регулирования со стороны общества, а также организации специального сопровождения (Савин, 2020; Свинцицкая, 2015; Смирнова, 2020). Это социальное явление создаёт опасность для социума и выживания индивида в нём, в его ближайшем окружении, коллективе (Громова, Олифиревич, 2018). У девианта наблюдается нарушение процесса усвоения и воспроизводства социальных норм и ценностей (Зиновьева, 2019; Чепелева, 2016).

Биологический подход рассматривает отклоняющееся и преступное поведение без учёта влияния социума на девианта, а человека всего лишь как биологическое существо. Важно учесть, что данное направление дискредитирует само себя, поскольку результаты исследований часто противоречивы (Ч. Ломброзо, Ч. Горинг, П. Джекобс и Т. Поуледж). На данный момент прямых доказательств специфического влияния биологических фактов на возникновение девиантного поведения не выявлено. В целом биологическое направление пытается выявить индивидуальные причины девиантного поведения, не характеризуя девиантность как социальный феномен.

С точки зрения психологии проявления девиантного поведения обосновываются психологическими отклонениями личности от социально-психологических и моральных норм. Возникновение конфликта между желаниями человека и обществом происходит из-за того, что желания индивида противоречат нормам общества. Чтобы не допустить распада, общество становится между девиантом и его желаниями (Змановская, 2004; Клейберг, 2018; Кошман, 2017; Мандрыгина, 2020).

В рамках психологического подхода рассматривают различные типологии девиантного поведения. В основном исследователи (в том числе Ю. А. Клейберг) выделяют три основные группы поведенческих девиаций: негативные (аморальные действия), позитивные (талант, одарённость) и социально нейтральные (чужачество) (Клейберг, 2018).

Девиантное поведение — система действий, отклоняющихся от общепризнанной или подразумеваемой нормы психического здоровья, права, культуры и нравственности. К основным формам девиантного поведения относятся правонарушаемость, преступность, пьянство, наркомания, проституция, суицид. Многочисленные формы отклоняющегося поведения свидетельствуют о состоянии конфликта между личностными и общественными интересами. Человек пытается абстрагироваться от общества с его нормами и законами, что сразу делает его девиантом. Однако характер девиантного поведения не всегда негативен. В таком виде может проявляться стремление личности к самореализации, внедрение инноваций в привычную жизнь, наличие революционных взглядов, которые окажут положительное воздействие на развитие общества.

Р. Мертон представил универсальную классификацию поведенческих реакций. Её мы и будем использовать в нашей работе. Он считал, что поведенческие девиации могут быть расценены как симптом конфликта между определенными культурными устремлениями и социально организованными средствами их удовлетворения. Он выделил пять типов поведенческих реакций, которые основаны на отношении индивида к принятым социумом целям и методам их реализации: конформизм,

инновация, ритуализм, ретритизм, мятеж (Дюркгейм, Мертон, 2013; Garfield, 1987). Из пяти перечисленных поведенческих реакций только первая (конформизм) не является девиантным поведением, а все другие — его разновидности (Зиновьева, 2019). Ц. П. Короленко и Т. А. Донских выделяют следующие формы деструктивного поведения: суицидное, конформистское, нарциссическое, фанатическое и аутическое (Короленко, Донских, 1990). Эти формы отклоняющегося поведения отвечают таким критериям девиантности, как ухудшение качества жизни, снижение критичности к своему поведению, когнитивные искажения (восприятия и понимания мира), снижение самооценки и эмоциональные нарушения. Также они с высокой вероятностью приводят к состоянию социальной дезадаптации личности вплоть до полной ее изоляции.

Одним из неизменных ракурсов анализа девиантных подростков является взгляд на проблему формирования отклоняющегося поведения через систему ценностных ориентаций (Филатова, Клепач, 2017; Николаенко, Сабирзянова, 2014; Ощепков, 2012). В частности, А. А. Ощепковым было показано, что девиантные подростки склонны ориентироваться на свободу от социальных ограничений; подростки, находящиеся в социальной среде, предполагающей появление девиаций, — на социальные (внешние) ценности (Ощепков, 2012). Т. А. Фетисовой и Ю. В. Клепач было показано, что подростки «группы риска» ориентируются на стремление к материальному достатку, независимость, принадлежность к группе, непримиримость к недостаткам других и своих, ориентация на себя. В том числе ими была предпринята попытка внедрения психолого-педагогических программ по профилактике девиантного поведения с опорой на формирующее воздействие на ценностную сферу девиантных подростков (Фетисова и др., 2017)

В целом анализ литературных источников показывает, что несмотря на большое количество исследований подростков с девиантным поведением и обоснование необходимости изучения ценностных ориентаций девиантных подростков, ценностная сфера подростков, склонных к девиантному поведению, изучена крайне фрагментарно. Также необходимо учитывать то, что общество динамично развивается и исследования прошлого двадцатилетия уже не настолько актуальны, особенно на фоне выраженных кризисных изменений последних лет. Все вышеизложенное обуславливает актуальность нашего исследования.

Организация и методы эмпирического исследования

Цель нашего исследования состояла в изучении ценностных ориентаций подростков, склонных к девиантному поведению.

Гипотезой проведенного исследования выступило предположение о наличии особенностей ценностных ориентаций подростков с разным уровнем склонности к девиантному поведению, учет которого позволит выстроить оптимальное психологическое сопровождение подростков, склонных к девиантному поведению.

В качестве методик исследования были применены: методика диагностики склонности к отклоняющемуся поведению А. Н. Орла, (Клейберг, 2018), методика Ш. Шварца для изучения ценностей личности (Карандашев, 2004).

Методы и организация исследования

Параметры склонности к отклоняющемуся поведению выявлялись с применением опросника А. Н. Орла, предназначенного для измерения готовности (склонности)

к реализации различных форм отклоняющегося поведения. Включает в себя содержательные (направленные на измерение социальных и личностных установок на девиантное поведение, а также стоящих за ними поведенческими проявлениями) и служебную (направленную на измерение установки испытуемого давать о себе социально одобряемую информацию, а также оценивающую достоверность результатов) шкалы (Клейберг, 2018).

Для оценки значимости разных типов ценностей был взят «Опросник Шварца по изучению ценностей личности», состоящий из двух частей: «Обзор ценностей» — для оценки нормативных идеалов, ценностей личности на уровне убеждений, «Профиль личности» — для фиксации ценностей на уровне поведения, индивидуальных приоритетов, проявляющихся в социальном поведении личности. Обе части опросника измеряют значимость десяти групп ценностей, организованных в две биполярные оси измерения: открытость изменениям (самостоятельность и стимуляция) в противоположность консерватизму (безопасность, конформность, традиции), а самовозвышение (власть, достижения) в противоположность самоотрансцендентности (универсализм, доброта). Еще одна группа ценностей «Гедонизм» включает, по мнению автора, и открытость к изменениям, и самовозвышение (Schwartz, 1994). В том числе мы провели анализ выраженности ценностей на уровне поведения идеала Я и вычислили разницу между выраженностью ценностей на уровне реального и идеального поведения.

В качестве методов математической обработки были использованы описательная статистика, проверка на неоднородность дисперсии с помощью критерия Ливиня (Levene's Test), параметрический метод сравнения двух независимых выборок с использованием t-критерия Стьюдента, кластерный анализ (иерархическая кластеризация, метод К-средних). Использован пакет статистических программ SPSS 21.0.

Организация работы: в исследовании приняли участие 50 учеников 9–11-х классов (33 юноши и 17 девушек 14–17 лет). Исследование проводилось на базе одной из средних общеобразовательных школ г. Черкесска.

Представление результатов эмпирического исследования

По итогам кластерного анализа в выборке было получено 3 кластера:

— кластер № 1 — второй по распространенности (15 человек, 30% от общей выборки), из них 11 юношей (33% из исследуемых юношей) и 4 девушки (24% из исследуемых девушек);

— кластер № 2 — третий по распространенности (11 человек, 22% от общей выборки), из них 7 юношей (21% из исследуемых юношей) и 4 девушки (24% из исследуемых девушек);

— кластер № 3 — наиболее распространенный (24 человека, 48% от общей выборки), из них 15 юношей (45% из исследуемых юношей) и 9 девушек (52% из исследуемых девушек).

В целом особенности склонности к девиантному поведению респондентов 1-го кластера можно представить следующим образом. При высоких показателях социальной желательности, волевого контроля и низких показателях склонности к преодолению норм и правил, к аддиктивному и делинквентному поведению респонденты демонстрируют склонность давать только социально желаемые ответы, следовать стереотипам и общепринятым нормам поведения. Они характеризуются низкой предрасположенностью к уходу от реальности посредством изменения

своего психического состояния и иллюзорно-компенсаторного способа решения личностных проблем. Их отличает жёсткий самоконтроль поведенческих и эмоциональных реакций, чувственных влечений и отсутствие склонности к реализации делинквентного поведения.

Для респондентов 2-го кластера характерны низкие показатели социальной желательности и волевого контроля эмоциональных реакций, высокие значения склонности к аддиктивному поведению, к агрессии, насилию и делинквентному поведению. Респонденты не склонны давать только социально желаемые ответы и не отличаются жестким самоконтролем поведенческих эмоциональных реакций и чувственных влечений. Для них характерна выраженная психологическая потребность в аддиктивных состояниях на фоне выраженности агрессивных тенденций рассмотрения насилия как средства для решения проблем и высокой готовности к реализации делинквентного поведения.

Для респондентов 3-го кластера характерны средние показатели большинства параметров на фоне низких значений склонности к преодолению норм и правил. Такие респонденты склонны следовать стереотипам и общепринятым нормам поведения.

Таким образом, после анализа полученных результатов по методике А. Н. Орла видно, что респонденты 2-го кластера имеют наибольшее число повышенных значений параметров отклоняющегося поведения. Показатели 1-го и 3-го кластеров находятся в пределах нормы, однако у респондентов 1-го кластера наблюдается высокая установка на социальную желательность.

Кластер 1

Анализ ценностной сферы показал, что на уровне нормативных идеалов для респондентов 1-го кластера значимы конформность (ценность консерватизма, 5,45 балла), безопасность (ценность консерватизма, 5,21 балла), доброта (ценность самотрансцендентности, 4,96 балла). Самые низкие показатели выявлены по стимуляции (ценность открытости изменениям, 3,24 балла) и власти (ценность самовозвышения, 3,75 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что на уровне нормативных идеалов самыми важными для себя респонденты 1-го кластера выделяют безопасность семьи (безопасность близких, 6,60 балла), вежливость (предупредительность, хорошие манеры, 6,27 балла), право на уединение (право на личное пространство, 6,13 балла) и истинную дружбу (близкие друзья, 6,13 балла).

В качестве главных руководящих принципов жизни респонденты указали: здоровье (отсутствие физических или душевных болезней, 6,00 балла), ум (логичный, мыслящий, 5,93 балла), успех (достижение цели, 5,73 балла).

В своем поведении респонденты ориентируются на безопасность (ценность консерватизма, 2,45 балла), гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 2,36 балла), доброту (ценность самотрансцендентности, 2,34 балла) при отвержении традиций (ценность консерватизма, 1,14 балла) и власти (ценность самовозвышения, 1,14 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что в своем поведении респонденты 1-го кластера ориентируются на содействие установлению мира между всеми группами людей на земле (2,87 балла), уважение к своим родителям и людям старшего возраста, послушание (2,87 балла), жизнь в безопасном окружении (2,73 балла) и независимость, полагание на себя (2,73 балла).

В характеристике идеала Я респонденты ориентируются на самостоятельность (ценность открытости изменениям, 2,89 балла), безопасность (ценность консерватизма, 2,61 балла), универсализм (ценность самотрансцендентности, 2,47 балла) при отвержении власти (ценности самовозвышения, 1,90 балла).

В идеале Я респондентов 1-го кластера превалируют такие ценности, как независимость, полагание на себя (3,40 балла), жизнь в безопасном окружении (3,07 балла), важность делания много разных дел в жизни и стремление к новизне (3,07 балла). При этом выявлено лишь одно большое расхождение (1,00 балл) между ценностями реального и идеального поведения. В реальном поведении важность успеха в жизни и произведения впечатления на других людей — 1,27 балла, а в идеале Я — 2,27 балла.

Кластер 2

На уровне нормативных идеалов для респондентов 2-го кластера значимы гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 5,33 балла), самостоятельность (ценность открытости изменениям, 4,87 балла) и безопасность (ценность консерватизма, 4,62 балла) на фоне низких значений традиций (ценность консерватизма, 3,13 балла), доброты (ценности самотрансцендентности, 3,69 балла) и конформности (ценность консерватизма, 3,80 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что на уровне нормативных идеалов самыми важными для себя респонденты 2-го кластера выделяют самоуважение (вера в собственную ценность, 5,91 балла), безопасность семьи (безопасность близких, 5,64 балла), свободу (свободу мыслей и действий, 5,55 балла) и право на уединение (право на личное пространство, 5,55 балла).

В качестве главных руководящих принципов жизни респонденты указали: наслаждение жизнью (наслаждение едой, отношениями, развлечениями и др., 5,64 балла), здоровье (отсутствие физических и душевных болезней, 5,55 балла) и потворствование своим желаниям (занятия тем, что доставляет удовольствие, 5,45 балла).

В своем поведении респонденты 2-го кластера ориентируются на стимуляцию (ценность открытости изменениям, 2,42 балла), гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 2,42 балла) и самостоятельность (ценность открытости изменениям, 2,25 балла) на фоне низкой значимости конформности (ценность консерватизма, 1,52 балла) и доброты (ценность самотрансцендентности, 1,55 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что в своем поведении респонденты 2-го кластера ориентируются на любознательность и попытки понять разные вещи (2,91 балла), (наполненность жизни яркими впечатлениями, 2,82 балла), (получение удовольствия от жизни, 2,73 балла).

В характеристике идеала Я респонденты ориентируются на самостоятельность (ценность открытости изменениям, 2,95 балла), гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 2,87 балла) и власть (ценность самовозвышения, 2,81 балла) на фоне низкой значимости традиций (ценность консерватизма, 1,53 балла) и конформности (ценности консерватизма, 1,79 балла).

В идеале Я респондентов 2-го кластера превалируют такие ценности, как самостоятельность решений о том, что делать, свобода в планировании и выборе своей

деятельности (3,64 балла) и получение удовольствия от жизни (3,64 балла) и независимость, полагание на себя (3,36 балла). При этом выявлено восемь больших расхождений между значимыми ценностями реального и идеального поведения:

— в реальном поведении независимость, полагание на себя — 1,64 балла, в идеале Я — 3,36 балла (расхождение в 1,72 балла);

— в реальном поведении преданность своим друзьям, посвящение себя своим близким — 0,91 балла, в идеале Я — 2,36 балла (расхождение в 1,45 балла);

— в реальном поведении важность быть главным и указывать другим, что делать — 0,91 балла, в идеале Я — 2,82 балла (расхождение в 1,91 балла);

— в реальном поведении приспособление к природе, быть частью ее, вера, что люди не должны изменять природу — 0,64 балла, в идеале Я — 1,91 балла (расхождение в 1,27 балла);

— в реальном поведении самостоятельность в принятии решений, свобода в планировании и выборе своей деятельности — 2,45 балла, в идеале Я — 3,64 балла (расхождение в 1,19 балла);

— в реальном поведении продвижение вперед в жизни, стремление делать всё лучше, чем другие — 1,73 балла, в идеале Я 2,82 балла (расхождение в 1,09 балла);

— в реальном поведении желание быть тем, кто принимает решения, лидерство — 1,82 балла, а в идеале Я — 2,82 балла (расхождение в 1,00 балл).

Кластер 3

На уровне нормативных идеалов для респондентов 3-го кластера значимы гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 4,90 балла), безопасность (ценность консерватизма, 4,88 балла) и достижения (ценность самовозвышения, 4,59 балла) на фоне низкой значимости традиций (ценность консерватизма, 3,42 балла) и власти (ценности самовозвышения, 3,91 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что на уровне нормативных идеалов самыми важными для себя респонденты 3-го кластера выделяют безопасность семьи (безопасность близких, 6,13 балла), мир во всем мире (свобода от войн и конфликтов, 6,00 балла) и удовольствие (удовлетворение желаний, 5,50 балла).

В качестве главных руководящих принципов жизни респонденты указали: ум (логику, мышление, 5,29 балла) и честность (откровенность, искренность, 5,08 балла).

В своем поведении респонденты 3-го кластера ориентируются на гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 2,38 балла), стимуляцию (ценность открытости изменениям, 2,22 балла) и самостоятельность (ценность открытости изменениям, 2,20 балла) на фоне низкой значимости традиций (ценность консерватизма, 1,18 балла) и конформности (ценность консерватизма, 1,43 балла).

Анализ значимости отдельных ценностей показал, что в своем поведении респонденты 3-го кластера ориентируются на любознательность и попытки понять разные вещи, 2,91 балла), наполненность жизни яркими впечатлениями, 2,82 балла), получение удовольствия от жизни, 2,73 балла).

В характеристике идеала Я респонденты ориентируются на самостоятельность (ценность открытости изменениям, 2,98 балла), достижения (ценность самовозвышения, 2,90 балла) и гедонизм (ценность, включающая элементы как открытости изменениям, так и самовозвышения, 2,87 балла) на фоне низкой значимости традиций (ценность консерватизма, 1,64 балла).

В идеале Я респондентов 3-го кластера превалируют такие ценности, как наполненность жизни яркими впечатлениями (3,29 балла), одинаковое обращение с каждым человеком в мире, равные возможности в жизни у всех (3,26 балла), любознательность и попытки понимания разных вещей (3,21 балла). При этом выявлено шесть выраженных расхождений между ценностями реального и идеального поведения:

- в реальном поведении вежливость с другими людьми — 1,13 балла, в идеале Я — 2,42 балла (расхождение в 1,29 балла);
- в реальном поведении любознательность и попытки понимания разных вещей — 2,04 балла, в идеале Я — 3,21 балла (расхождение в 1,17 балла);
- в реальном поведении выслушивание мнения людей, отличающегося от собственного, желание понять других людей даже при несогласии с ними — 1,54 балла, в идеале Я — 2,67 балла (расхождение в 1,13 балла);
- в реальном поведении скромность — 0,83 балла, в идеале Я — 1,88 балла (расхождение в 1,05 балла);
- в реальном поведении преданность своим друзьям, посвящение себя своим близким — 2,04 балла, в идеале Я — 3,04 балла (расхождение в 1,00 балла);
- в реальном поведении чуткость к нуждам других людей — 2,13 балла, в идеале Я — 3,13 балла (расхождение в 1,00 балл).

Таким образом, ведущими ценностями на уровне нормативных идеалов для респондентов 1-го кластера выступают конформность, безопасность и доброта, для респондентов 2-го кластера — гедонизм, самостоятельность и власть, для респондентов 3-го кластера — гедонизм, безопасность и достижения.

В своем поведении респонденты 1-го кластера ориентируются на безопасность, гедонизм и доброту, респонденты 2-го кластера — на стимуляцию, гедонизм и самостоятельность, а респонденты 3-го кластера — на гедонизм, стимуляцию и самостоятельность.

В характеристике идеала Я респонденты 1-го кластера ориентируются на самостоятельность, безопасность и универсализм, респонденты 2-го кластера — на самостоятельность, гедонизм и власть, а респонденты 3-го кластера — на самостоятельность, достижения и гедонизм.

Проанализировав показатели кластеров по двум методикам, мы дали им названия, которые позволяют их кратко описать.

Поскольку респонденты 1-го кластера имеют самые низкие показатели по методике А. Н. Орла, можно было предположить, что он станет эталонным. Однако стоит обратить внимание на высокие показатели по шкале социальной желательности, а также на конформизм как одну из ведущих ценностей данной группы. Конформизм и преданность группе может выступать как залогом формирования аддиктивного поведения, так и при принятии ценностей девиантной группы — делинквентного поведения (Харитонова, Суслина, 2020). Исходя из этого, мы не можем определить этот кластер как эталонный. Этой группе мы дали название «Конформисты, стремящиеся сохранить безопасность».

Учитывая высокие показатели в идеале Я ценности самостоятельности, а также ориентированность в своих убеждениях на безопасность семьи и вежливость, а в поведении — на содействие в установление мира и уважение к родителям, можно предположить, что превалирующая значимость ценности независимости в идеале Я может свидетельствовать о временном затишье перед бурей.

Повышенные показатели социальной желательности и конформность лишь на время могут сдерживать проявление активности данной группы. В случае смены системы координат и ориентирования на новую эталонную группу подростки 1-го кластера могут обнаружиться ярчайшие проявления подросткового кризиса. С нашей точки зрения, наличие в этой группе самых низких показателей по расхождению между реальными и идеальным поведением больше свидетельствует о желании выставить себя в выгодном свете, чем об отсутствии внутриличностного конфликта.

Респонденты 2-го кластера, согласно результатам по методике А. Н. Орла, наиболее склонны к девиантному поведению. Их ценностными ориентирами являются власть, гедонизм и самостоятельность. Данному кластеру мы дали название «Девианты, стремящиеся к власти».

Превалирование в характеристике идеала Я значимости самостоятельности, гедонизма и власти, а также наличие восьми значительных расхождений между значимыми ценностями реального и идеального поведения (в том числе в выраженности независимости, преданности своим друзьям, важности быть главным) могут свидетельствовать о выраженном внутриличностном конфликте и потенциальной зависимости поведенческих реакций этой группы подростков от значимой группы сверстников в попытке отстоять свою независимость и в стремлении доказать свою состоятельность.

Показатели респондентов 3-го кластера по методике А. Н. Орла выше, чем у «Конформистов», однако всё равно находятся в пределах нормы, что позволяет назвать этот кластер эталонным. Ведущими ценностями данного кластера являются гедонизм, достижения и самостоятельность. Данному кластеру мы дали название «Гедонисты, стремящиеся к достижениям и безопасности».

В идеале Я превалируют ценности самостоятельности и достижения. Несмотря на то, что у этой группы так же, как и респондентов 2-го кластера, выявлено довольно большое количество (шесть) выраженных расхождений между ценностями реального и идеального поведения, сами характеристики ценностей, по которым выявлены значительные расхождения (вежливость, любознательность, выслушивание мнения людей, скромность, чуткость к нуждам других людей), свидетельствуют о возможности рассмотрения этой группы как эталонной.

Самостоятельность и гедонизм являются общими ценностными ориентирами респондентов эталонного и девиантного кластеров. К тому же в рассматриваемых кластерах респонденты отвергают ценность конформизма. Такие же результаты при своем исследовании получила В. А. Федотова. Она назвала их характерными для представителей нового поколения в целом (Федотова, 2017).

Выводы

Полученные в процессе исследования результаты позволяют утверждать, что выдвинутое нами предположение нашло свое подтверждение. Выборка подростков сложно дифференцирована по параметрам склонности к девиантному поведению и по ценностным ориентациям. В выборке получено три кластера.

Респонденты 1-го кластера имеют самые низкие показатели склонности к девиантному поведению, но высокие показатели по шкале социальной желательности, а также конформизм в качестве одной из ведущих ценностей — «Конформисты, стремящиеся сохранить безопасность».

Респонденты 2-го кластера наиболее склонны к девиантному поведению — «Девианты, стремящиеся к власти». Их ценностными ориентирами являются власть, гедонизм и самостоятельность.

Показатели склонности к отклоняющемуся поведению респондентов 3-го кластера находятся в пределах нормы, что позволяет назвать этот кластер эталонным. Ведущими ценностями данного кластера являются гедонизм, достижения и самостоятельность — «Гедонисты, стремящиеся к достижениям и безопасности».

Для девиантной группы лидирующим ценностным ориентиром является власть. Для эталонной группы данная ценность отвергается. Респонденты девиантной группы также отрицают такие ценности, как доброта и универсализм, что говорит об их ориентации прежде всего на себя, собственные интересы и ценности, даже если их воплощение создаёт дискомфорт или приносит вред окружающим. Это один из важных моментов, который следует учитывать при организации психологического сопровождения подростков, склонных к девиантному поведению. Отметим, что не следует исключать власть полностью из ценностных ориентиров девиантов, а лишь нужно преуменьшить её значимость в представлениях данной группы и показать возможности получения высокого социального статуса социально приемлемыми способами. Также при составлении рекомендаций следует делать упор на работу в команде, разделение её интересов и стремление не только к собственным целям, но и к коллективным.

Использование подобных программ при работе с подростками, склонными к девиантному поведению, поможет скорректировать их поведение, будет способствовать социализации и гармоничному развитию их личности. Полученные нами результаты свидетельствуют о важности детального исследования особенностей ценностной сферы подростков.

Теоретическая и практическая значимость. Выявленные особенности позволяют расширить имеющиеся представления об особенностях ценностной сферы подростков, склонных к девиантному поведению. На наш взгляд, анализ не только базовых мотивационных типов ценностей, но и конкретных ценностей, наполняющих каждый из этих типов, позволяет не только дать более полную характеристику ценностной сферы подростков с разным уровнем склонности к девиантному поведению, но и выстроить оптимальное психологическое сопровождение подростков, склонных к девиантному поведению.

Библиографический список

- Воробьева, К. А. (2021). Социально-психологические проблемы подростков «группы риска» и пути их разрешения в реальном и виртуальном пространстве. *Актуальные проблемы психологического знания*, 3(56), 69–78. DOI: 10.51944/2073–8544_2021_3_69
- Громова, И. А., Олифинович, Н. И. (2018). Особенности родительской семьи у зависимых от психоактивных веществ. *Южно-российский журнал социальных наук*, 19(2), 132–141.
- Дюркгейм, Э., Мертон, Р. (2013) *Теория аномии*. Москва: Просвещение.
- Зиновьева, Л. В. (2019). *Структура ролевых диспозиций подростков, склонных к девиантному поведению*. (Кандидатская диссертация). Ярославль.
- Змановская, Е. В. (2008). *Девиантология (Психология отклоняющегося поведения)*. Москва: Академия.
- Карандашев, В. Н. (2004). *Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство*. Санкт-Петербург: Речь.

- Клейберг, Ю. А. (2022). *Психология девиантного поведения: учебник и практикум для вузов*. Москва: Издательство Юрайт.
- Короленко, Ц. П., Донских, Т. А. (1990). *Семь путей к катастрофе: деструктивное поведение в современном мире*. Новосибирск: Наука.
- Кошман, Н. В. (2017). Профилактика девиантного поведения подростков и молодежи в процессе организации социального воспитания в учреждении дополнительного образования. *Вестник педагогических инноваций*, 3(47), 32–39.
- Мандрыгина, Е. А. (2020). Исследование особенностей смысложизненных ориентаций у подростков с девиантным поведением. *Психология и педагогика служебной деятельности*, 3, 109–111. DOI 10.24411/2658-638X-2020-10085
- Николаенко, Я. Н., Сабирзянова, А. Ф. (2014). Структура ценностных ориентаций подростков с девиантным и делинквентным поведением. *Научное мнение*, 9, 103–109.
- Ощепков, А. А. (2012). *Особенности ценностных ориентаций и социальных установок подростков, склонных к девиантному поведению* (Кандидатская диссертация). Казань.
- Савин, А. А. (2020). К проблеме девиантного поведения несовершеннолетних преступников. *Modern Science*, 12(1). 336–339.
- Савицкая, Н. В. (2019). Основные направления социально-педагогической профилактики девиантного поведения детей и подростков. *Социальные отношения*, 2(29). 83–90.
- Свинцицкая, Т. А. Профилактика девиантного поведения подростков в социальной работе. *Молодой ученый*, 11(91). 1224–1226.
- Слюсарев, Ю. В. (1992). *Психологическое сопровождение как фактор активизации саморазвития личности* (Кандидатская диссертация). Санкт-Петербург.
- Смирнова, Р. В., Палаткина, Г. В., Тарасова, И. В., Подлипалин, А. А. (2020). Сущностные характеристики девиантных субкультур подростков: социально-культурные, социально-экономические, социально-педагогические, социально-психологические. *Мир науки. Педагогика и психология*, 6. Режим доступа <https://mir-nauki.com/PDF/120PDMN620.pdf>.
- Федотова, В. А. (2017). Ценности россиян в контексте возрастных различий. *Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология*, 1. 78–86. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-1-78-86.
- Фетисова, Т. А., Клепач, Ю. В. (2017). Формирование ценностных ориентаций у подростков «группы риска». В *О некоторых вопросах и проблемах психологии и педагогики: сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции* (с. 95–97). Красноярск: Инновационный центр развития образования и науки.
- Харитонова, Е. В., Суслина, Е. В. (2020). Личностные особенности склонности подростков к деструктивным видам активности. *Южно-российский журнал социальных наук*, 21(3), 97–111. DOI: 10.31429/26190567-21-3-97-111
- Шаломова, Е. В. (2019). Развитие духовно-нравственных ценностей подростков как фактор профилактики их аддиктивного поведения. *Вестник Владимирского государственного университета им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых*, 38(57). 137–143.
- Чепелева, Л. М., Дружинина, Э. Л. (2016). Влияние информационных технологий и кибермоббинга на суицидальные тенденции в подростковой среде. *Человек. Сообщество. Управление*, 17(2), 55–69.
- Garfield, E. (1987). The Anomie-Deviant Behavior Connection: The Theories of Durkheim, Merton, and Srole. *Essays of an Information Scientist*, 10(39), 272–281.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19–45. DOI:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x

Статья поступила в редакцию 16.11.2022
Статья принята к публикации 25.12.2022

Для цитирования: Харитоновна Е. В., Хамдамова А. Ю. Ценностные ориентации подростков, склонных к девиантному поведению. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 56-69.

VALUE ORIENTATIONS OF TEENAGERS WITH A PROPENSITY FOR DEVIANT BEHAVIOR

E. V. Kharitonova, A. Yu. Khamdamova

Kharitonova Evgeniya Vladimirovna

E-mail: veba_2000@mail.ru. ORCID 0000-0002-8222-2162.

Khamdamova Anastasia Yurievna

E-mail: nastya.khamdamova@mail.ru. ORCID 0000-0002-8268-8958.

Kuban State University, Stavropol str., 149, Krasnodar, 350040, Russia.

Abstract. The paper presents the findings of an empirical analysis of value orientations of teenagers with a tendency toward deviant behavior. It is shown that the problem of deviant behavior is studied in various scientific areas and a large number of theoretical and experimental researches are devoted to it. Yet, it still belongs to complicated and controversial issues to date. One of the invariable aspects as regards the analysis of deviant teenagers is to view the problem of the formation of deviant behavior through the value orientations system. However, the analysis of literature resources indicates that notwithstanding a large number of surveys of teenagers with deviant behavior and the necessity to study their value orientations, the area of values among teenagers with a tendency toward deviant behavior was studied in an extremely fragmentary way. It was hypothesized that there are specific features of value orientations of teenagers with different levels of propensity toward deviant behavior, the consideration of which will allow build optimal psychological counseling for adolescents prone to deviant behavior. The following methods were used in the research: A. N. Orel's method for diagnosing propensity toward deviant behavior, and S. H. Schwartz's method for the study of personality values. 50 students from grades 9–11 from one of the secondary schools in the town of Cherkessk were involved in this research. In the course of the experimental research, three clusters were obtained. The respondents in Cluster 1 reported the lowest propensity for deviant behavior, but high values on the social desirability scale, while also having conformism as one of the top values. They are “Conformists striving to maintain safety”. The respondents in Cluster 2 are most prone to deviant behavior. They are “Power-seeking deviants”. They have Power, Hedonism, and Independence as their values. The indicators of the propensity for deviant behavior of the respondents in Cluster 3 are well within the normal range, thus allowing us to call it a standard cluster. The guiding values of this Cluster are Hedonism and Achievement and Independence. The respondents are “Hedonists striving for Achievement and Security”.

Keywords: deviant behavior, teenagers, value orientations, standard values, personality profile values.

DOI 10.31429/26190567-23-4-56-69

References

- Chepeleva, L. M., Druzhinina, E. L. (2016). Vliyaniye informatsionnykh tekhnologiy i kibermobbinga na suiitsidal'nyye tendentsii v podrozkovoy srede [Impact of Information Technologies and Kibermobbing on The Suicidal Tendencies in The Teenagers' Social Group]. *Chelovek. Soobshchestvo. Upravleniye* [Human. Community. Management], 17(2), 55–69.
- Durkheim, E., Merton, R. (2013). *Teoriya anomii* [Theory of anomie]. Moskva: Prosveshcheniye.
- Fedotova, V. A. (2017). Values of Russians in The Context of Intergenerational Relations [Tsennosti rossiyan v kontekste vozrastnykh razlichiy]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya* [Bulletin of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology], 1, 78–86. DOI: 10.17072/2078-7898/2017-1-78-86
- Fetisova, T. A., Klepach, Yu. V. (2017). Formirovanie tsennostnykh orienratsiy u podrozkov “gruppy riska” [Formation of Value Orientations in Teenagers from a “Risk Group”]. In *O nekotorykh vo-*

- prosakh i problemakh psikhologii i pedagogiki: sbornik nauchnykh trudov po itogam mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [On Some Issues and Problems of Psychology and Pedagogy: a Collection of Scientific Papers on the Results of the International Scientific and Practical Conference] (pp. 95–97). Krasnoyarsk: Innovatsionnyy tsentr razvitiya obrazovaniya i nauki.
- Garfield, E. (1987). The Anomie-Deviant Behavior Connection: The Theories of Durkheim, Merton, and Srole. *Essays of an Information Scientist*, 10(39), 272–281.
- Gromova, I. A., Olifirovich, N. I. (2018). Osobennosti roditel'skoy sem'i u zavisimyykh ot psikhoaktivnykh veshchestv [Peculiarities of the Drug Addicts's Parental Family]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal social'nykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 19(2), 132–141.
- Karandashev, V. N. (2004). *Metodika Shvartsa dlya izucheniya tsennostey lichnosti: kontseptsiya i metodicheskoe rukovodstvo* [The Schwartz Method for the Study of Personality Values: Concept and Methodological Guide]. Sankt-Peterburg: Rech'.
- Kharitonova, Ye. V., Suslina, Ye. V. (2020). Lichnostnyye osobennosti sklonnosti podrostkov k destruktivnym vidam aktivnosti [Characteristics of Teenagers' Propensity to Destructive Types of Activity]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk* [South Russian Journal of Social Sciences], 21(3), 97–111. DOI: 10.31429/26190567-21-3-97-111
- Kleiberg, Yu. A. (2022). *Psikhologiya deviantnogo povedeniya* [Psychology of Deviant Behavior]. Moskva: Izdatel'stvo Yurayt.
- Korolenko, Ts. P., Donskikh, T. A. (1990). *Sem' putey k katastrofe: destruktivnoe povedenie v sovremennoy mire* [Seven Pathways to a Disaster: Destructive Behavior in the Modern World]. Novosibirsk: Nauka.
- Koshman, N. V. (2017). Profilaktika deviantnogo povedeniya podrostkov i molodezhi v protsesse organizatsii sotsial'nogo vospitaniya v uchrezhdenii dopolnitel'nogo obrazovaniya [Deviant Behavior Prevention of Adolescents and Youth in The Process of Social Education Within the Framework of Supplementary Education Institutions]. *Vestnik pedagogicheskikh innovatsiy* [Journal of Pedagogical Innovations], 3(47), 32–39.
- Mandrygina, E. A. (2020). Issledovaniye osobennostey smyslozhiznennykh oriyentatsiy u podrostkov s deviantnym povedeniyem [Study of The Features of Life-Meaning Orientations in Adolescents with Deviant Behavior]. *Psikhologiya i pedagogika sluzhebnoy deyatel'nosti* [Psychology and Pedagogics in Official Activity], 3, 109–111. DOI 10.24411/2658-638X-2020-10085
- Nikolaenko, Ya. N., Sabirzyanova, A. F. (2014). Struktura tsennostnykh oriyentatsiy podrostkov s deviantnym i delinkventnym povedeniyem [The Structure of Value Orientations of Adolescents with Deviant and Delinquent Behaviour]. *Nauchnoye mneniye* [Scientific Opinion], 9, 103–109.
- Oshchepkov, A. A. (2012). *Osobennosti tsennostnykh oriyentatsiy i sotsial'nykh ustanovok podrostkov, sklonnykh k deviantnomu povedeniyu* [Features of Value Orientations and Social Attitudes of Adolescents Prone to Deviant Behavior] (Candidate Dissertation). Kazan.
- Savin, A. A. (2020). K probleme deviantnogo povedeniya nesovershennoletnih prestupnikov [Traits of Value Orientations and Social Attitudes of Teenagers with a Propensity for Deviant Behavior]. *Modern Science* [Modern Science], 12(1), 336–339.
- Savitskaya, N. V. (2019). Osnovnyye napravleniya sotsial'no-pedagogicheskoy profilaktiki deviantnogo povedeniya detey i podrostkov [The Main Directions of Socio-Pedagogical Prevention of Deviant Behavior of Children and Adolescents]. *Social'nye otnosheniya* [Social Relations], 2(29), 83–90.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19–45. DOI:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x
- Shalomova, Ye. V. (2019). Razvitiye dukhovno-nravstvennykh tsennostey podrostkov kak faktor profilaktiki ikh addiktivnogo povedeniya [Development of Spiritual and Moral Values of Adolescents as a Factor of Prevention of Their Addictive Behavior]. *Vestnik Vladimirskego gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Vladimir State University], 38(57). 137–143.
- Slyusarev, Yu. V. (1992). *Psikhologicheskoe soprovozhdenie kak faktor aktivizatsii samorazvitiya lichnosti* [Psychological Support as a Factor in Enhancing Personal Self-development]. (Candidate Dissertation). Saint-Petersburg.

- Smirnova, R. V., Palatkina, G. V., Tarasova, I. V., Podlipalin, A. A. (2020). Sushchnostnyye kharakteristiki deviantnykh subkul'tur podrostkov: sotsial'no-kul'turnyye, sotsial'no-ekonomicheskiye, sotsial'no-pedagogicheskiye, sotsial'no-psikhologicheskiye [The Essential Characteristics of The Deviant Subcultures of Adolescents: Socio-Cultural, Socio-Economic, Socio-Pedagogical, Socio-Psychological]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya* [The World of Science. Pedagogy and Psychology], 6. Retrieved from <https://mir-nauki.com/PDF/120PDMN620.pdf>
- Svintsitskaya, T. A. Profilaktika deviantnogo povedeniya podrostkov v sotsial'noy rabote [Prevention of Deviant Behavior of Adolescents in Social Work]. *Molodoy uchenyy* [A Young Scientist], 11(91), 1224–1226.
- Vorobyova, K. A. (2021). Social'no-psihologicheskie problemy podrostkov "gruppy riska" i puti ih razresheniya v real'nom i virtual'nom prostranstve [Socio-Psychological Problems of Adolescents of the "Risk Group" and Ways to Resolve Them in real and Virtual Space]. *Aktual'nye problemy psihologicheskogo znaniya* [Actual Problems of Psychological Knowledge], 3(56), 69–78. DOI: 10.51944/2073-8544_2021_3_69
- Zinovieva, L.V. (2019). *Struktura rolevykh dispozitsiy podrostkov, sklonnykh k deviantnomu povedeniyu* [The Structure of the Role Dispositions of Adolescents Prone to Deviant Behavior] (Candidate Dissertation). Yaroslavl.
- Zmanovskaya, E. V. (2008). *Deviantologiya (Psikhologiya otklonyayushchegosya povedeniya)* [Deviantology (Psychology of Deviant Behavior)]. Moskva: Academia.

Received 16.11.2022.

Accepted 25.12.2022.

For citation: Kharitonova E. V., Khamdamova A. Yu. Value Orientations of Teenagers with a Propensity for Deviant Behavior.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 56-69.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

О. В. Васильева, Н. А. Никитина, А. П. Павлов

Васильева Ольга Владимировна

Эл. почта: 79232816007@ya.ru. ORCID 0000-0002-6898-390X.

Никитина Наталья Александровна

Эл. почта: tatakinakvk86@mail.ru.

Павлов Александр Павлович

Эл. почта: pavloff56@list.ru.

Сибирский федеральный университет, пр. Свободный, 79, Красноярск, 660041, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена анализу информационного потребления молодежи Красноярского края в онлайн-среде. Актуальность исследования определяется необходимостью своевременного сбора эмпирического материала о способах и источниках получения информации населением в интернете. Цель исследования — выявить наиболее актуальные виды практик информационного онлайн-потребления молодежи Красноярского края, а также факторы их выбора. Эмпирический объект исследования: молодежь Красноярского края. Теоретический объект исследования: информационное онлайн-потребление молодежи Красноярского края. Предмет исследования: практики информационного онлайн-потребления молодежи Красноярского края. Методы исследования. Теоретические: анализ литературы, сравнительный анализ. Эмпирический: анкетирование. Методы обработки данных: описательная статистика, расчет критерия Хи-квадрат Пирсона, расчет средних, непараметрический статистический критерий Манна-Уитни, корреляционный анализ. Новизна работы заключается в получении актуальных знаний об особенностях информационного потребления молодежи Красноярского края в интернете. На примере молодежи Красноярского края определены наиболее популярные среди молодежи источники получения информации в интернете, изучен уровень и факторы доверия молодежи блогерам; охарактеризованы различия репертуаров информационного потребления молодежи в зависимости от пола, возраста и рода деятельности. Авторы выявили, что наиболее актуальными форматами потребления контента для молодежи Красноярского края являются прослушивание музыки, изучение новостей, наблюдение за жизнью людей, интернет-серфинг, чтение научно-популярных публикаций, просмотр видео-обзоров. Большинство используют соцсети ВКонтакте, WhatsApp*, YouTube, Instagram*¹ и Telegram. Наибольшим доверием пользуются следующие тематики блогов: досуг и увлечения, мода и красота, питание и спорт, карьера и образование. В большей степени склонны доверять блогерам девушки, несовершеннолетние, учащиеся, жители сельских поселений. Наиболее значимыми факторами доверия молодежи блогерам являются: личность блогера, особенности подачи информации, репутация блогера. Полученную в ходе исследования информацию важно учитывать при трансляции актуальной повестки на молодежную аудиторию. Перспективы исследования состоят в определении уровня влияния контента соцсетей на сознание и поведение молодежи.

Ключевые слова: молодежь, интернет, информация, источники информации, факторы доверия, блогеры, социальные сети, информационное потребление, интернет-потребление.

Введение

Непрерывное развитие и трансформация информационных ресурсов, а также возникновение новых источников получения сведений о различных сферах жизни

¹ Здесь и далее * означает, что компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены.

социума актуализирует необходимость своевременного мониторинга структуры контент-потребления общества. Изучение информационного потребления населения в интернете предполагает выявление наиболее популярных среди пользователей источников получения информации, а также анализ уровня и факторов доверия тем или иным источникам.

На сегодняшний день опубликовано множество научных работ, посвященных выявлению популярности блогеров, изучению факторов доверия различным источникам информации, определению особенностей блогов различных тематик, исследованию специфики практик медиапотребления современного пользователя. Так, И. М. Богдановская, Н. Н. Королева и А. Б. Углова исследуют психологические факторы доверия к популярным блогерам в молодежной среде (Богдановская, Королева, Углова, 2021). Д. Бойд проводит подробнейший анализа жизни современных подростков в социальных сетях: рассматривает вопрос идентичности в сетевых пабликах, проблему достижения приватности в условиях публичного пространства социальной сети, а также феномены зависимости от социальных сетей и поиска собственного публичного круга общения (Бойд, 2020).

Неограниченный выбор ресурсов для получения информации рождает повышение уровня избирательности потребителей в отношении информации, распространение критического мышления и недоверия к различным источникам (в первую очередь это касается новых ресурсов).

Особенностью информационного пространства современного человека является то, что рост количества источников, форм и способов подачи далеко не всегда связан с повышением качества распространяющейся информации. Скорее, напротив, риск снижения качества и достоверности информации увеличивается в условиях роста конкуренции между современными источниками информирования. В этих условиях на первый план зачастую выходит не ценность информации или ее достоверность, а выигрышность и яркость ее подачи. В связи с этим высокую ценность для изучения представляют личности блогеров, подающих тот или иной контент. Принимая во внимание особенности осуществления массовой коммуникации, выявленные еще в середине XX в. П. Лазарсфельдом, мы приходим к выводу о центральной роли личности блогера в цепочке массовых коммуникаций. Так, согласно теории двухступенчатого потока коммуникации Лазарсфельда, на первом этапе информация СМИ воздействует на лидеров мнения, а на втором — происходит осуществление передачи информации от лидеров мнений населению (Брайант, 2004).

Достоверность информации сегодня зачастую уступает ее экспрессивности, вследствие чего активно распространяется непроверенная или заведомо недостоверная, фейковая информация. В особенности такой риск характерен для информационного потребления в молодежной среде, где критическое мышление еще формируется. Так, о негативных эффектах, связанных с распространением недостоверной информации в молодежной среде, говорится в работах современных отечественных и зарубежных авторов — Р. М. Айсиной, А. А. Нестеровой, А. В. Рачипа, Д. М. Брусенцевой, Л. А. Фаткулиной, Н. А. К. Мамедовой, Т. М. Петиновой, А. М. Салихова, И. П. Краснощеченко, Д. Б. Сафаровой, Л. В. Гернего, Е. К. Шишкиной и др. (Айсина, 2019; Рачипа, Брусенцева, Фаткулина, 2019; Мамедова, Петина, 2014; Салихов, Краснощеченко, 2020; Сафарова, Гернего, 2016; Шишкина, 2019).

Регулярное изучение источников информирования современной молодежи, а также факторов доверия этим источникам является способом предупреждения и нивелирования негативного влияния непроверенной или заведомо ложной информации. В максимальной степени подвержены распространению недостоверной информации онлайн-среда (источники информации в интернете). Так, вопросам противодействия распространению фейков и борьбы современного общества с феноменом дезинформации в интернет-среде посвящены работы таких современных отечественных психологов, социологов, журналистов и специалистов по связям с общественностью, как Н. А. Фомичева, И. Голикова, М. О. Зырянова, К. Л. Зуйкина, Д. В. Соколова и др. (Фомичева, 2019; Голикова, 2021; Зырянова, 2020; Зуйкина, Соколова, 2021). Оптимальным способом получения оперативной количественной информации о популярности тех или иных источников для определенной аудитории является социологическое исследование информационного потребления населения.

Изучение источников информирования современной молодежи актуально по той причине, что структура информационного потребления данной социально-демографической группы является во многом уникальной, отличной от структуры информационного потребления старших поколений. Так, С. В. Володенков и соавторы в результате исследования особенностей информационного потребления современной российской молодежи на примере студентов-политологов Финансового университета приходят к выводу о том, что структура информационного потребления современной молодежи демонстрирует устойчивое смещение акцента в информационно-коммуникационной активности с традиционного офлайн-пространства на цифровые онлайн-источники. В качестве следствия такого смещения, по заключению авторов, у молодежи возникает закономерная информационная перегрузка, которая порождает развитие и закрепление устойчивого клипового сознания. Структура клипового сознания молодежи обладает заметными отличиями от структуры традиционной системы информационного потребления старших поколений, в связи с чем целесообразно констатировать наличие разрыва между поколениями (Володенков, Белоконев, Сулова, 2021). Вопросам информационного потребления молодежи и особенностям его формирования посвящены также работы К. М. Кузнецовой, Э. Ф. Смеричевского, Л. В. Волошинской, Д. А. Коржовой, О. А. Максимовой, О. В. Лаукарт-Горбачевой, Г. З. Ефимовой, М. Ю. Семенова, Г. С. Ушкина, Е. В. Зелениной, Т. Ю. Порецкой, В. В. Васильченко (Кузнецова, 2019; Смеричевский, Волошинская, Коржова, 2017; Максимова, Лаукарт-Горбачева, 2019; Ефимова, Семенов, 2020; Ушкин, 2017; Зеленина, Порецкая, 2018; Васильченко, 2015). Авторы сходятся в понимании, что интернет-пространство сегодня является одним из значимых агентов социализации и требует постоянного изучения (Дружба, Каирова, Кошман, 2019; Марокова, Бисина, 2012; Рязанов, 2020; Мороз, 2020).

В декабре 2021 – январе 2022 г. авторами было проведено социологическое исследование, посвященное анализу информационного потребления молодежи Красноярского края в интернете. Цель исследования – выявить наиболее актуальные виды практик информационного онлайн-потребления молодежи Красноярского края, а также факторы их выбора. Эмпирический объект исследования: молодежь Красноярского края. Теоретический объект исследования: информационное онлайн-потребление молодежи Красноярского края. Предмет исследования: практики информационного онлайн-потребления молодежи Красноярского края.

Таблица 1. Представленность половозрастных когорт в генеральной совокупности
Table 1. Age and gender cohort representation in the general population

Возраст	Муж	Жен	Всего
14–17	7%	6%	13%
18–21	7%	7%	14%
22–25	6%	7%	13%
26–30	13%	13%	26%
31–35	17%	17%	34%
Всего	50%	50%	100%

Задачи исследования

1. Определить наиболее популярные форматы получения информации среди молодежи Красноярского края в интернете.
2. Определить наиболее популярные источники получения информации среди молодежи Красноярского края в интернете.
3. Измерить уровень доверия молодежи Красноярского края блогерам по различным тематикам.
4. Выявить факторы доверия молодежи Красноярского края блогерам по различным тематикам.

Методология

Исследование было проведено методом онлайн-анкетирования. Выборка: квотная, репрезентативная по полу, возрастным группам и типу населения (городское и сельское).

Генеральную совокупность исследования составили города Красноярского края, в которых численность молодёжи (лиц в возрасте от 14 до 35 лет) составляет более 15 000 чел., а также муниципальные районы, где численность молодёжи составляет более 10 000 чел. Это города Красноярск, Норильск, Ачинск, Канск, Минусинск и Лесосибирск, а также Емельяновский, Березовский, Богучанский и Курагинский муниципальные районы.

По данным Красноярскстата (<http://krasstat.gks.ru/>), численность населения данных населенных пунктов в возрасте от 14 до 35 лет на 1 января 2021 г. составила 560 420 человек (табл. 1). Численность населения Красноярского края в возрасте от 14 до 35 лет составила 756 771 чел., что составляет более 70% от общей численности молодежи Красноярского края. Количество возрастных когорт в исследовании — 5 (14–17 лет, 18 лет – 21 год, 22–25 лет, 26–30 лет, 31–35 лет). Табл. 1 содержит значения долей половозрастных групп в соответствии с численностью генеральной совокупности. В табл. 2 представлено распределение респондентов по основному роду деятельности (учеба или работа). Данный признак не являлся в настоящем исследовании котируемым, однако использовался для в качестве критерия сравнения подгрупп молодежи.

В исследовании были применены следующие теоретические методы: анализ литературы, сравнительный анализ. Метод сбора информации: анкетирование. Методы обработки данных: описательная статистика, расчет средних, корреля-

Таблица 2. Распределение респондентов по основному роду деятельности («Ваш основной род деятельности в настоящее время»)

Table 2. Respondents by main occupation ("Your main occupation at the moment")

Группа респондентов	Кол-во	%
Учащиеся	506	37%
Работающие	859	63%
Всего	1365	246%

ционный анализ, оценка статистической значимости различий между группами респондентов, выделенными по полу, возрасту и основному роду деятельности (оценка была произведена с помощью расчета и оценки критерия Хи-квадрат Пирсона — для номинальных переменных, и с помощью расчета и оценки критерия Манна–Уитни — для ранговых переменных).

При сравнении молодежи разных независимых подвыборок (выделенных по полу, возрасту, основному роду деятельности и территории проживания) были проанализированы линейные распределения ответов респондентов разных подвыборок, а также определено наличие или отсутствие статистически значимых различий между данными подвыборками. Статистические гипотезы, которые проверялись при сравнении независимых подвыборок между собой, сформулированы следующим образом:

H0: Нет различий в ответах молодежи Красноярского края разных подвыборок (мужского и женского пола / разного возраста / учащихся и работающих / проживающих в городских и сельских поселениях) на тот или иной вопрос анкеты.

H1: Различия есть.

Гипотеза H0 принималась в случае, когда значимость статистического критерия (Хи-квадрат или Манна–Уитни) $p > 0,05$, гипотеза H1 — в случае, когда значимость $p < 0,05$ (Сорокова, 2020).

Далее при описании результатов сравнения подвыборок молодежи Красноярского края мы не будем останавливаться на тех вопросах (подпунктах вопросов), по которым различий не зафиксировано. Опишем лишь те индикаторы, по которым зафиксированы статистически значимые различия.

Основные результаты исследования

Актуальные для молодежи Красноярского края форматы получения информации в интернете

Для определения наиболее актуальных для молодежи способов и источников получения информации в интернете в анкете был предусмотрен полузакрытый вопрос «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами?». Данный вопрос предполагал выбор из неограниченного количества вариантов ответов, а также возможность самостоятельно написать ответ (вариант «другое»).

В ходе исследования было выявлено, что современная молодёжь Красноярского края отдает предпочтение прослушиванию музыки — 63%, чтению новостей —

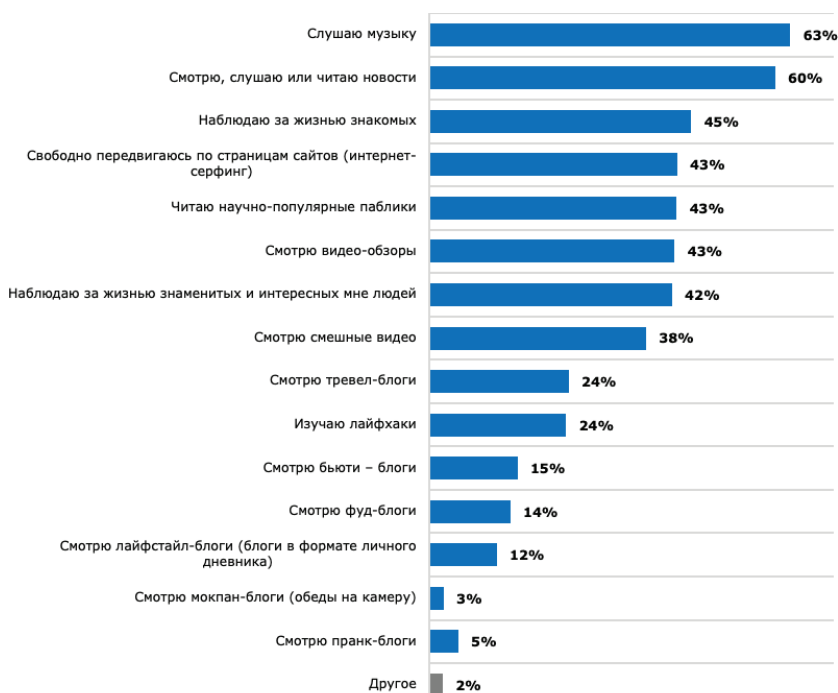


Рис 1. «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами? (возможно несколько вариантов ответа)», рейтинг

Fig. 1. "Today there is a great variety of sources and formats of information on the Internet. What type of information do you personally use most often? (More than one answer is possible)". The rating

60%, наблюдению за жизнью знакомых или знаменитостей — 42–45%, свободно-му передвижению по страницам сайтов, чтению научно-популярных пабликов, просмотру видеообзоров — по 43%, просмотру смешных видео — 38% (рис 1). При этом 2% респондентов (26 чел.) указали кроме представленных в анкете свои варианты: чтение книг и научных статей (5 упоминаний), игры (5 упоминаний), всё понемногу (2 упоминания), а также такие варианты, как «снимаю свои блоги», «смотрю фитнес-блоги», «смотрю обучающие видео», «смотрю арт-блоги», «смотрю мемы», «смотрю гейм-блоги», «смотрю фильмы на YouTube» и пр. (по 1 упоминанию).

Оценка критерия Хи-квадрат Пирсона показала, что между группами респондентов, выделенными по полу, возрасту, основному роду деятельности и территории проживания, существует ряд статистически значимых различий в предпочтениях форматов получения информации в интернете (рис. 2–5, табл. 3).

Молодежь мужского пола чаще слушает музыку (68% против 57% среди молодежи женского пола), смотрит научно-популярные паблики (47% против 39% среди молодежи женского пола), видеообзоры (47% против 38% среди молодежи женского пола) и пранк-блоги (6% против 4% среди молодежи женского пола). Молодежь женского

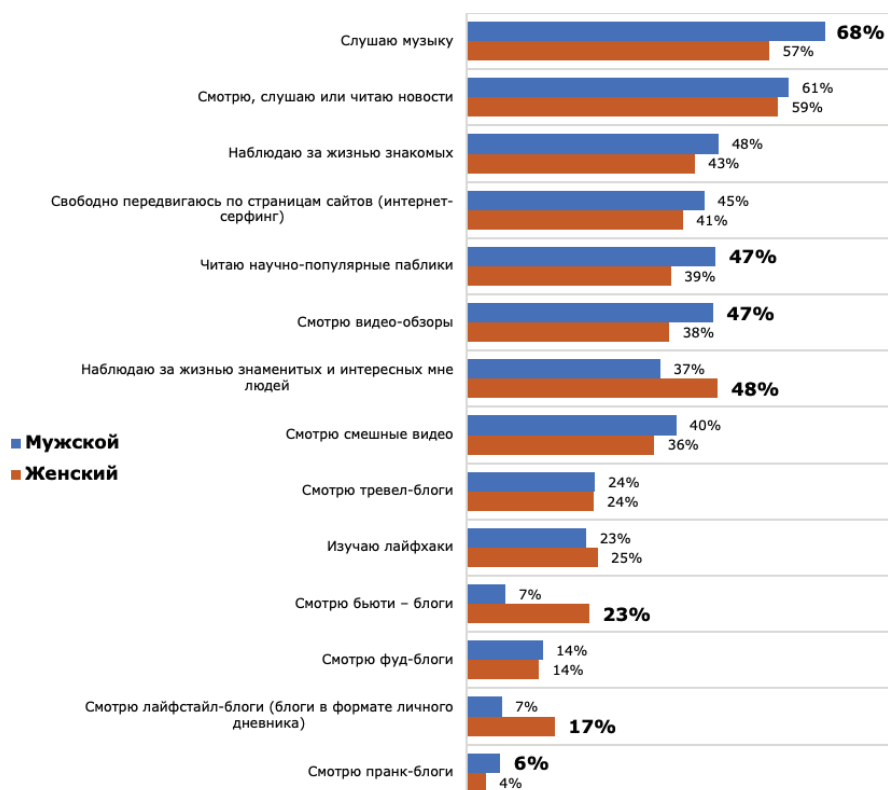


Рис 2. «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами? (возможно несколько вариантов ответа)», сравнение предпочтений молодежи разного пола при потреблении информационного контента

Fig. 2. “Today there is a great variety of sources and formats of information on the Internet. What type of information do you personally use most often? (Several answers are possible)”. Comparison of the preferences of young people of different genders in the consumption of information content

пола чаще наблюдает за жизнью знаменитых и интересных людей (48% против 37% среди молодежи мужского пола), смотрит бьюти-блоги (23% против 7% среди молодежи мужского пола), лайфстайл-блоги (17% против 7% среди молодежи мужского пола).

Чем меньше возраст респондента, тем больше вероятность того, что он в интернете слушает музыку, смотрит лайфстайл-блоги и видеообзоры, наблюдает за жизнью знаменитых и интересных людей, смотрит смешные видео и пранк-блоги. Чем старше респондент, тем больше вероятность того, что он в интернете следит за новостями и смотрит научно-популярные паблики. Молодежи, наблюдающей в интернете за жизнью знакомых, больше всего в возрастной категории от 18 до 21 года (50%). Молодежи, просматривающей в интернете бьюти-блоги, — в возрастной категории от 22 до 25 лет (25%).

Учащаяся молодежь чаще, по сравнению с работающей, слушает в интернете музыку, практикует интернет-серфинг, смотрит видеообзоры, наблюдает за жиз-

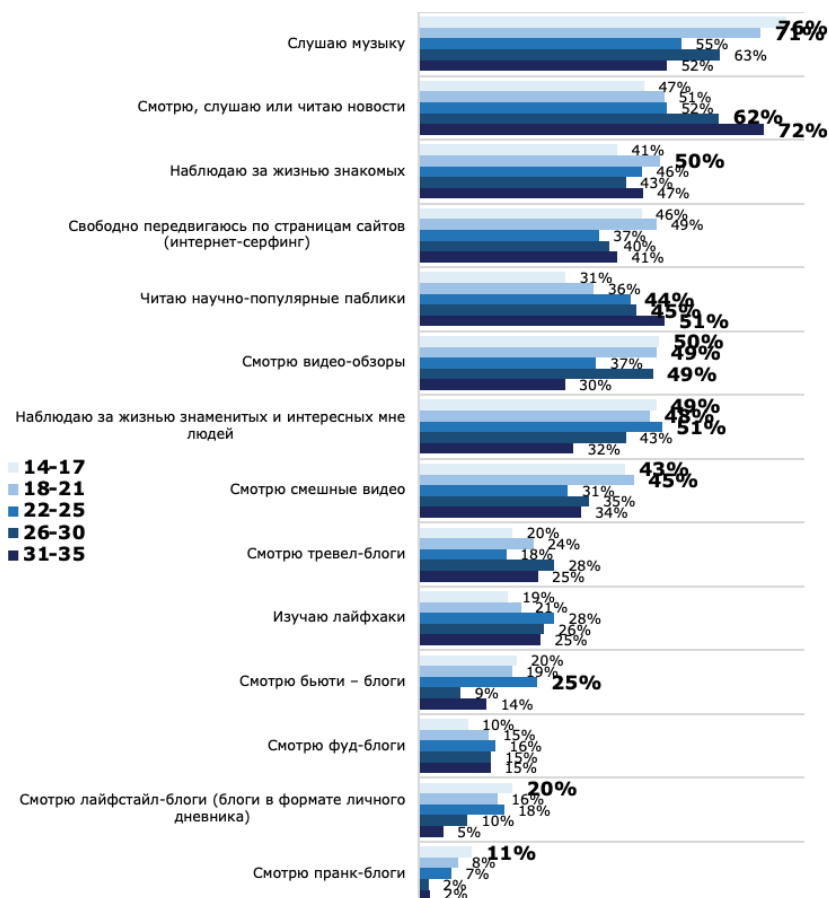


Рис 3. «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами? (возможно несколько вариантов ответа)», сравнение предпочтений молодежи разного возраста при потреблении информационного контента

Fig. 3. "Today there is a great variety of sources and formats of information on the Internet. What type of information do you personally use most often? (Several answers are possible)". Comparison of the preferences of young people of different ages in the consumption of information content

ную знаменитых и интересных людей, смотрит смешные видео, а также бьюти-, лайфстайл- и пранк-блоги. Работающая молодежь чаще, по сравнению с учащейся, следит за новостями, читает научно-популярные паблики, изучает лайфхаки.

Городская молодежь чаще, по сравнению с молодежью сельских поселений, слушает в интернете музыку, читает новости, наблюдает за жизнью знаменитых и интересных людей, смотрит тревел- и бьюти-блоги (рис. 5).

В целом результаты исследования показывают, что предпочтения городской и сельской молодежи в отношении формата материала, получаемого в интернете, различаются слабо, при этом перечень источников и форматов подачи информации в городской среде несколько шире, чем в сельской.

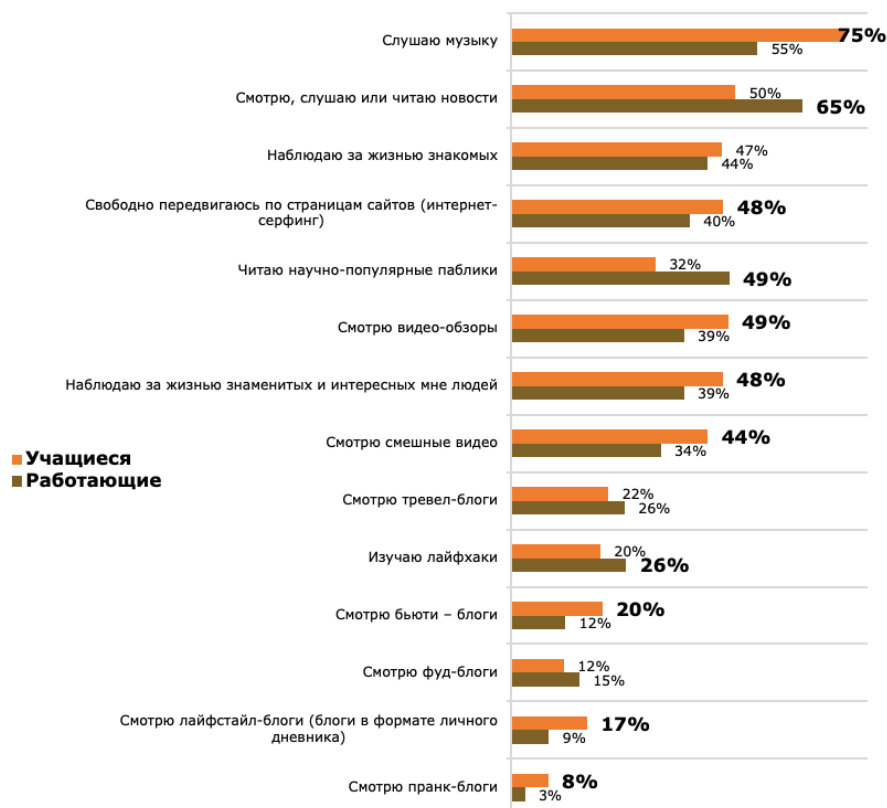


Рис. 4. «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами? (возможно несколько вариантов ответа)», сравнение предпочтений учащейся и работающей молодежи при потреблении информационного контента

Fig. 4. “Today there is a great variety of sources and formats of information on the Internet. What type of information acquisition do you personally use most often? (Several answers are possible)”. Comparison of the preferences of students and working youth in the consumption of information content

Таким образом, наиболее актуальными форматами потребления контента для молодежи Красноярского края в настоящий период являются прослушивание музыки (63%), изучение новостей (60%), наблюдение за жизнью знакомых (45%), интернет-серфинг (43%), чтение научно-популярных пабликов (43%), просмотр видеообзоров (43%) и наблюдение за жизнью известных людей (42%). Между группами молодежи, выделенными по полу, возрасту, основному роду деятельности и типу населенного пункта проживания, установлен ряд статистически значимых различий по степени актуальности тех или иных форматов медиапотребления в интернете. Ниже обозначим, среди каких групп молодежи наиболее востребован каждый из представленных в анкете типов получения информации (типы получения информации представлены в порядке убывания их популярности по всей выборке):

1. Прослушивание музыки: мужской пол, возраст от 14 лет до 21 года, учащиеся, жители городов.

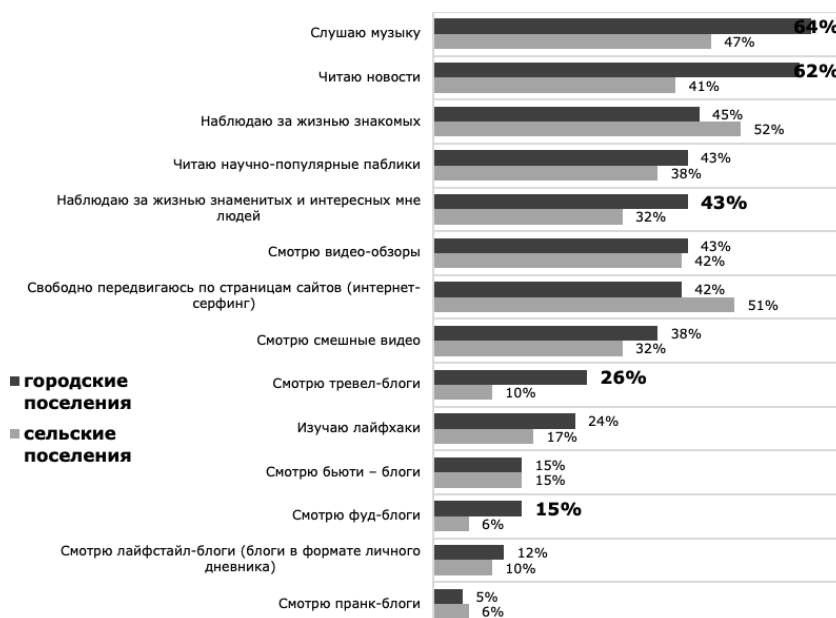


Рис 5. «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами? (возможно несколько вариантов ответа)», сравнение предпочтений молодежи разных территорий края при потреблении информационного контента

Fig.5. “There is a great variety of sources and formats of information on the Internet today. What type of information do you personally use most often? (Several answers are possible)”. Comparison of the preferences of young people in different local areas of the region in the consumption of information content

Таблица 3. Результаты расчета критерия Хи-квадрат Пирсона для сравнения ответов респондентов разных подвыборок на вопрос «Сегодня в интернете имеется большое разнообразие источников и форматов подачи информации. Какой тип получения информации чаще всего используется лично Вами?»

Table 3. Results of calculating the Pearson Chi-Square for comparing the answers of the respondents from different sub-samples to the question “There is a wide variety of sources and formats for presenting information on the Internet today. What type of information do you personally use most often?”

Ответ	Критерий	Ваш пол	Ваш возраст	Основной род деятельности	Тип населенного пункта
1	2	3	4	5	6
Наблюдаю за жизнью знакомых	Хи-квадрат	2,741	4,962	1,363	2,383
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,098a	0,291a	0,243a	0,123a
Наблюдаю за жизнью знаменитых и интересных мне людей	Хи-квадрат	16,651	28,691	9,952	5,936
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,000a,*	0,000a,*	0,002a,*	0,015a,*

Таблица 3. Окончание

Table 3. Ending of table

1	2	3	4	5	6
Смотрю смешные видео	Хи-квадрат	2,559	12,978	14,974	1,989
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,110a	0,011a,*	0,000a,*	0,158a
Смотрю видеообзоры	Хи-квадрат	9,407	42,273	12,618	,005
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,002a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,946a
Слушаю музыку	Хи-квадрат	16,498	51,050	51,168	13,705
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,000a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,000a,*
Изучаю лайфхаки	Хи-квадрат	0,908	6,791	6,001	3,382
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,341a	0,147a	0,014a,*	0,066a
Смотрю, слушаю или читаю новости	Хи-квадрат	0,548	53,031	30,237	20,745
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,459a	0,000a,*	0,000a,*	0,000a,*
Смотрю тревел-блоги	Хи-квадрат	0,012	7,597	2,292	13,653
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,911a	0,108a	0,130a	0,000a,*
Смотрю пранк-блоги	Хи-квадрат	5,511	37,976	17,646	0,114
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,019a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,736a
Смотрю фуд-блоги	Хи-квадрат	0,151	3,395	3,244	6,477
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,698a	0,494a	0,072a	0,011a,*
Смотрю лайф-стайл-блоги (блоги в формате личного дневника)	Хи-квадрат	32,850	40,688	22,391	0,195
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,000a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,659a
Смотрю бьюти-блоги	Хи-квадрат	66,936	25,076	16,829	1,657
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,000a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,198a, c
Читаю научно-популярные паблики	Хи-квадрат	9,866	31,732	35,827	,002
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,002a,*	0,000a,*	0,000a,*	0,965a
Свободно передвигаюсь по страницам сайтов (интернет-серфинг)	Хи-квадрат	2,178	8,628	7,453	1,191
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,140a	0,071a	0,006a,*	0,275a

2. Просмотр новостей: возраст 26–35 лет, работающие, жители городов.
3. Наблюдение за жизнью знакомых: женский пол, возраст от 18 лет до 21 года.
4. Чтение научно-популярных пабликов: мужской пол, возраст 31–35 лет, работающие.
5. Наблюдение за жизнью знаменитых и интересных людей: женский пол, возраст 14–25 лет, учащиеся, жители городов;
6. Просмотр видео-обзоров: мужской пол, возраст 14–21 и 26–30 лет, учащиеся.
7. Интернет-серфинг: учащиеся.
8. Просмотр смешных видео: возраст от 14 лет до 21 года, учащиеся.
9. Просмотр тревел-блогов: жители городов.
10. Изучение лайфхаков: работающие.
11. Просмотр бьюти-блогов: женский пол, возраст 22–25 лет, учащиеся;
12. Просмотр фуд-блогов: жители городов.
13. Просмотр лайфстайл-блогов: женский пол, возраст 14–17 лет, учащиеся.
14. Просмотр пранк-блогов: мужской пол, возраст 14–17 лет, учащиеся.

Актуальные для молодежи Красноярского края источники получения информации в интернете

Рейтинг наиболее популярных социальных сетей среди молодежи Красноярского края в возрасте 14–35 лет выглядит на начало 2022 г. следующим образом:

1. ВКонтakte (89% респондентов используют данную соцсеть; при этом 87% указали, что делают это не реже, чем несколько раз в месяц²).

2. WhatsApp* (87% — используют, 85% — используют не реже, чем несколько раз в месяц).

3. YouTube и Instagram* (84% и 83% соответственно — используют, по 81% — используют не реже, чем несколько раз в месяц).

4. Telegram (80% — используют, 78% — используют не реже, чем несколько раз в месяц).

5. Viber (66% — используют, 61% — используют не реже, чем несколько раз в месяц) (рис 6).

Далее представим результаты сравнения предпочтений групп молодежи (выделенных по полу, возрасту, основному роду деятельности и территории проживания) в отношении социальных сетей. Для этого были сопоставлены доли респондентов, использующих и не использующих ту или иную соцсеть. Для расчета доли использующих в каждой группе были суммированы доли респондентов, выбравших варианты «каждый день», «несколько раз в неделю», «несколько раз в месяц» и «несколько раз в год». Оценка критерия Хи-квадрат Пирсона показала, что между группами молодежи, выделенными по полу, возрасту и основному роду деятельности, существует ряд статистически значимых различий по предпочтениям в отношении соцсетей (рис. 7–10, табл. 4).

Среди молодежи мужского пола значимо больше пользователей Twitch (25% против 12% среди молодежи женского пола) (рис. 7). Среди молодежи женского пола больше пользователей ВКонтakte (90% против 87% среди молодежи мужского пола), WhatsApp* (91% против 82% среди молодежи мужского пола), Instagram* (91% против 74% среди молодежи мужского пола), Viber (72% против 64% среди молодежи мужского пола), TikTok (55% против 47% среди молодежи мужского

² Сумма выборов ответов «каждый день», «несколько раз в неделю» и «несколько раз в месяц».

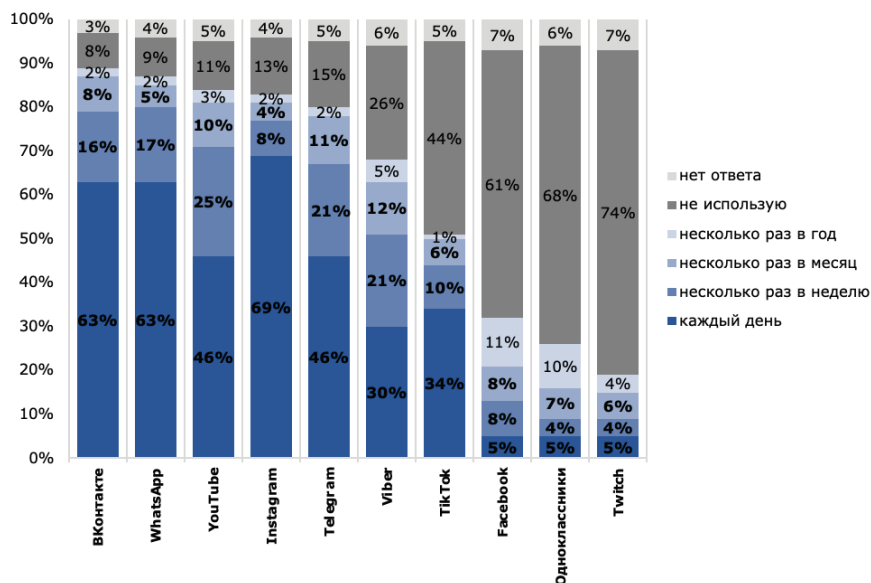


Рис 6. «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете? Как часто?», распределение ответов респондентов от 14 до 35 лет

Fig. 6. "Please indicate, which social networks and platforms and how often do you use?" Distribution of the answers of respondents aged from 14 to 35

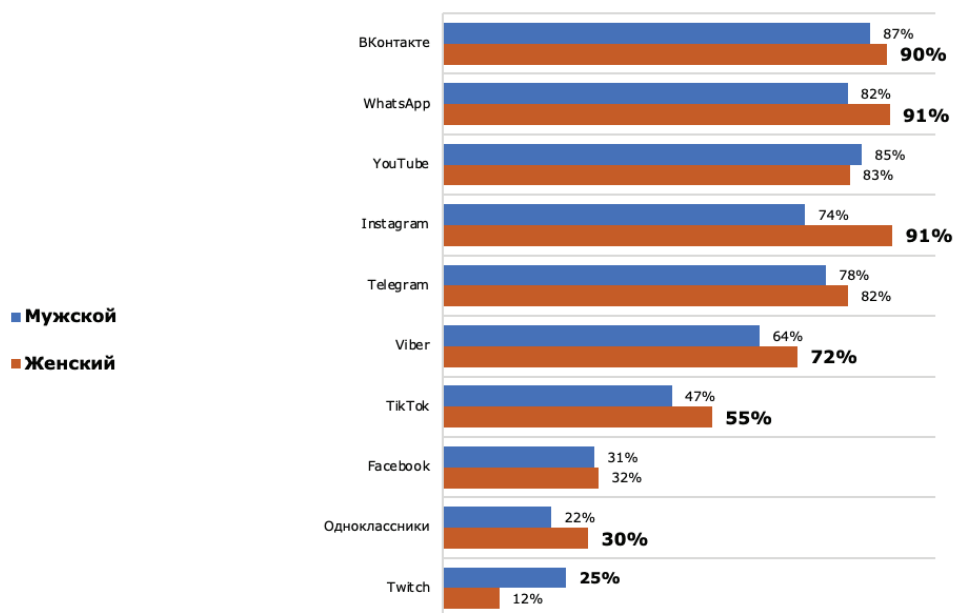


Рис 7. «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете?», сравнение предпочтений молодежи разного пола в отношении используемых соцсетей

Fig.7. "Please indicate, which social networks and platforms do you use?" Comparison between the preferences expressed by young people of different genders with regard to the social networks they use

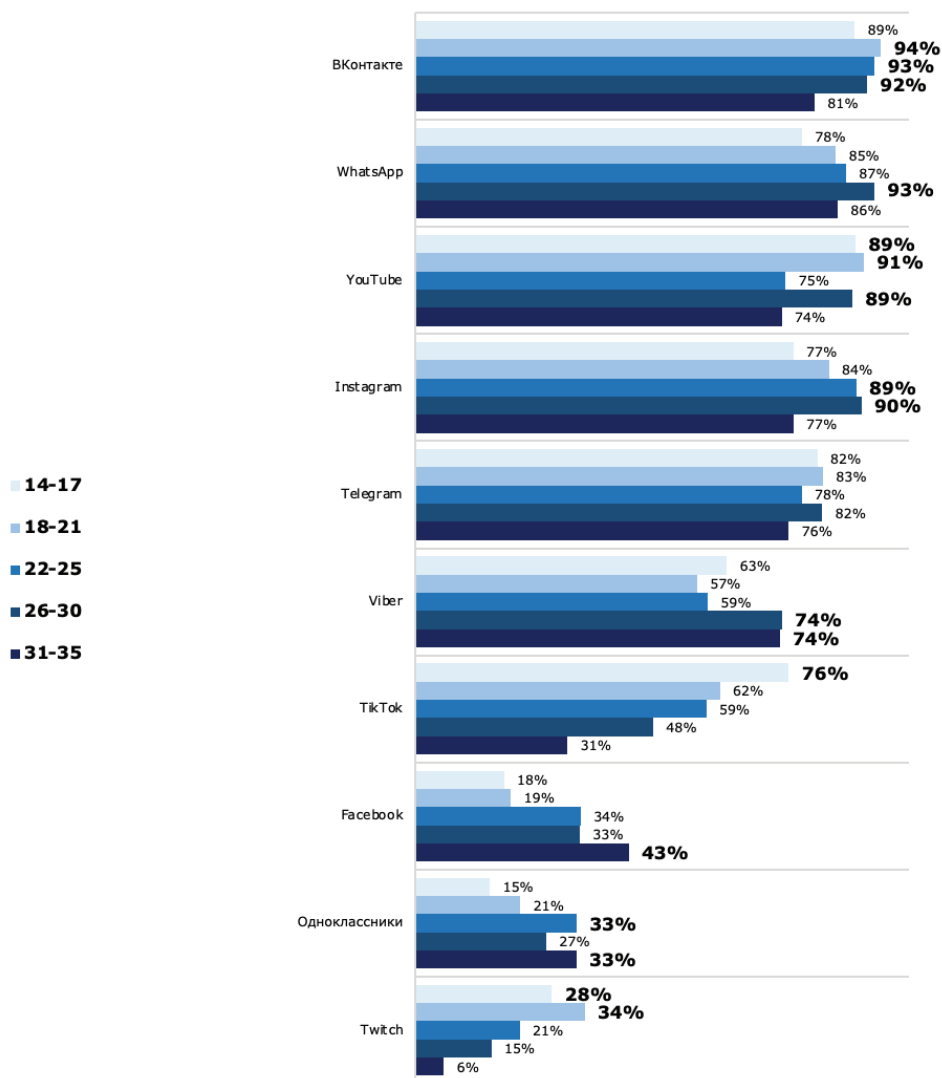


Рис 8. «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете?», сравнение предпочтений молодежи разного возраста в отношении используемых соцсетей

Fig. 8. «Please indicate, which social networks and platforms do you use?» Comparison between preferences expressed by young people of different ages regarding the social networks they use

пола), Одноклассники (30% против 22% среди молодежи мужского пола). Таким образом, полученные результаты позволяют говорить, что набор социальных сетей, используемых молодежной аудиторией женского пола, в целом шире, чем набор социальных сетей, используемых аудиторией мужского пола.

Соцсетью ВКонтакте значимо чаще пользуется молодежь 18–30 лет (92–94%), WhatsApp* — 26–30 лет (93%), YouTube — 14–21 и 26–30 лет (89–91%), Instagram* —

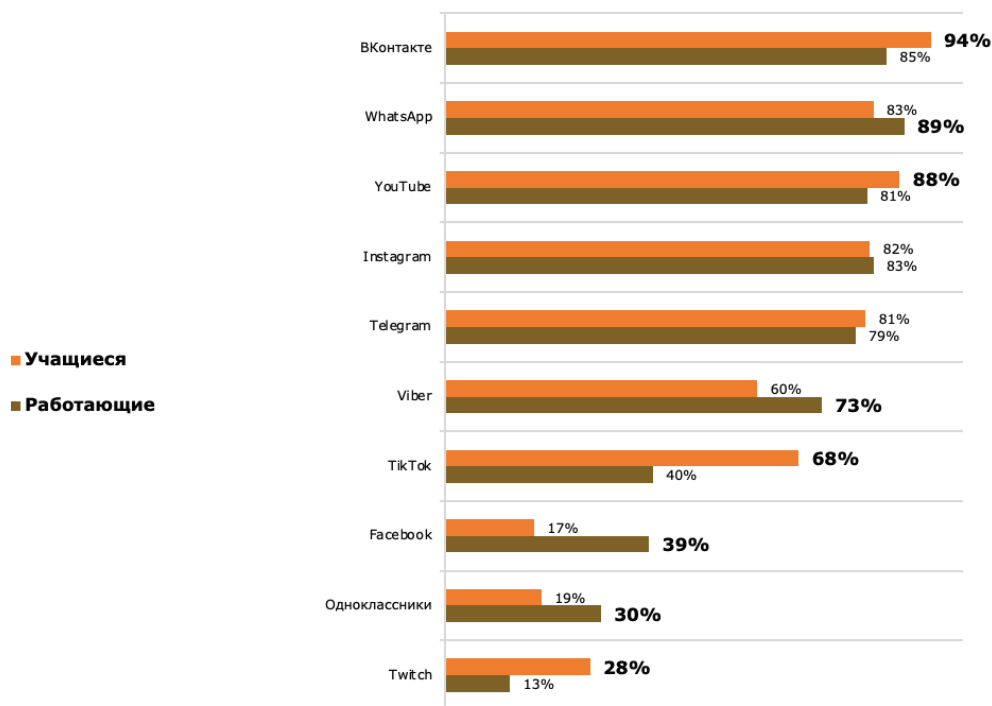


Рис 9. «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете?», сравнение предпочтений учащейся и работающей молодежи в отношении используемых соцсетей

Fig. 9. "Please indicate, which social networks and platforms do you use?" Comparison of the preferences of students and working youth with regard to the social networks they use

22–30 лет (89–91%), Viber — 26–35 лет (74%). TikTok чаще использует молодежь 14–17 лет (76%), при этом чем меньше возраст респондента, тем выше вероятность использования им данной соцсети. Соцсетью Facebook* значимо чаще пользуется молодежь 31–35 лет (43%), при этом чем старше респондент, тем выше вероятность использования им данной соцсети. Соцсеть Одноклассники наиболее популярна среди молодежи в возрасте 22–25 и 31–35 лет (33%), Twitch — среди молодежи в возрасте от 14 лет до 21 года (28–34%).

Обобщая сказанное ранее, следует отметить, что репертуар пользования соцсетями у молодежи разных возрастов во многом различается. Так, WhatsApp*, Viber, Facebook* и Одноклассники более предпочтительны для старших групп молодежи, в то время как TikTok и Twitch более популярны среди подростков. ВКонтакте и Instagram наиболее популярны среди молодежи 18–30 лет. Также характерно, что Telegram используется представителями разных возрастных групп приблизительно в равном объеме.

Учащаяся молодежь значимо чаще пользуется соцсетями ВКонтакте (94% против 85% в подвыборке работающей молодежи), YouTube (88% и 81% соответственно), TikTok (68% и 40% соответственно) и Twitch (28% и 13% соответственно) (рис. 10). Работающая молодежь — WhatsApp* (89% против 83% в подвыборке

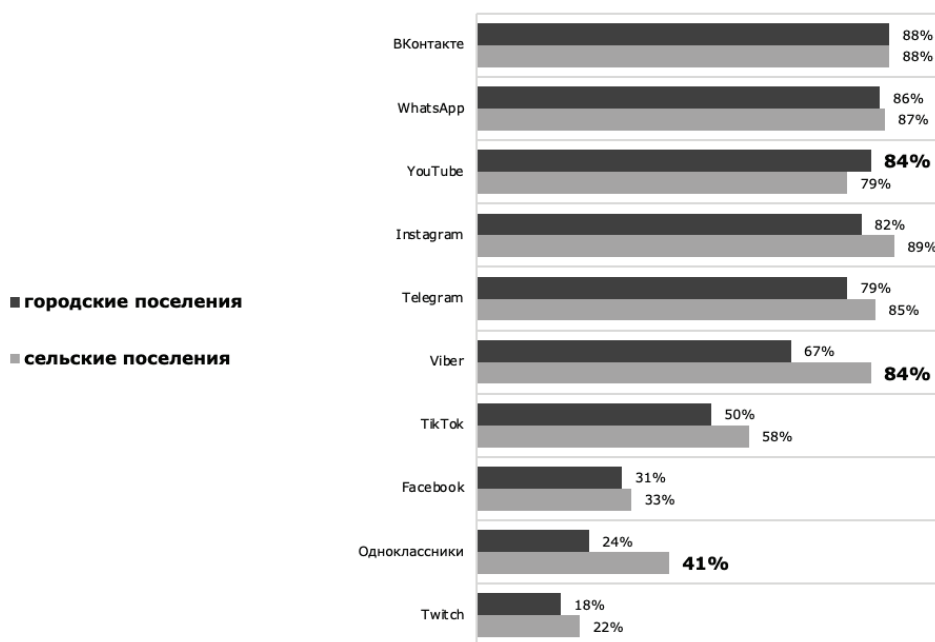


Рис 10. «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете?», сравнение предпочтений сельской и городской молодежи в отношении используемых соцсетей

Fig. 10. "Please indicate, which social networks and platforms do you use?" Comparison of the preferences of rural and urban youth with regard to the social networks they use

учащейся молодежи), Viber (73% и 60% соответственно), Facebook* (39% и 17% соответственно), Одноклассники (30% и 19% соответственно). Соцсети Instagram* и Telegram используются учащейся и работающей молодежью приблизительно в равном объеме. Таким образом, популярность тех или иных соцсетей среди учащейся и работающей молодежи во многом различается: ВКонтакте, YouTube, TikTok и Twitch более предпочтительны для учащейся молодежи в сравнении с работающей, WhatsApp*, Viber, Facebook* и Одноклассники чаще используются работающей молодежью.

Молодежь городских поселений чаще (84%), чем молодежь сельских поселений, использует соцсеть YouTube (79%) (рис. 10). Молодежь сельских поселений — Viber (84% и 67% соответственно) и Одноклассники (41% и 24% соответственно). В остальном популярность соцсетей среди сельской и городской молодежи различается минимально.

Таким образом, наиболее популярные в молодежной среде Красноярского края соцсети на начало 2022 г. — ВКонтакте (используют 89%), WhatsApp* (87%), YouTube (84%) и Instagram* (83%), Telegram (80%), Viber (66%). Установлен ряд статистически значимых различий в актуальности тех или иных форматов медиапотребления в интернете между группами молодежи, выделенными по полу, возрасту, основному роду деятельности и типу населенного пункта проживания. Ниже обозначим,

Таблица 4. Результаты расчета критерия Хи-квадрат Пирсона для сравнения ответов респондентов разных подвыборок на вопрос «Укажите, пожалуйста, какие социальные сети и платформы Вы используете?»

Table 4. Results of calculating the Chi-square Pearson criterion to compare the responses of respondents from different sub-samples to the question "Please indicate, which social networks and platforms do you use?"

Социальная сеть	Критерий	Пол	Возраст	Основной род деятельности	Тип населенного пункта
ВКонтакте	Хи-квадрат	6,817	46,591	25,897	5,780
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,053*	0,000*	0,000*	0,056
Facebook*	Хи-квадрат	3,791	76,637	72,873	4,972
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,150	0,000*	0,000*	0,083
Одноклассники	Хи-квадрат	11,795	52,152	24,050	18,158
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,003*	0,000*	0,000*	0,000*
Viber	Хи-квадрат	11,203	45,602	23,169	15,523
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,004*	0,000*	0,000*	0,000*
Telegram	Хи-квадрат	4,255	14,070	5,111	4,127
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,119	0,080	0,078	0,127
Instagram*	Хи-квадрат	86,504	43,054	0,756	3,640
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,000*	0,000*	0,685	0,162
WhatsApp*	Хи-квадрат	24,256	33,648	11,018	3,765
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,000*	0,000*	0,004*	0,152
Twitch	Хи-квадрат	50,122	118,356	55,155	5,780
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,000*	0,000*	0,000*	0,056
YouTube	Хи-квадрат	5,005	65,818	17,753	8,600
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,082	0,000*	0,000*	0,014*
TikTok	Хи-квадрат	9,100	158,281	113,306	4,025
	ст.св.	2	8	2	2
	Знч.	0,011*	0,000*	0,000*	0,134

среди каких групп молодежи наиболее популярна каждая из соцсетей (соцсети представлены в порядке убывания их популярности по всей выборке):

1. ВКонтакте: женский пол, 18–30 лет, учащиеся.
2. WhatsApp*: женский пол, 26–30 лет, работающие.
3. YouTube: 14–21, 26–30 лет, учащиеся, проживающие в городской местности.
4. Instagram*: женский пол, 22–30 лет.
5. Telegram: все группы.
6. Viber: женский пол, 26–35 лет, работающие, проживающие в сельской местности.
7. TikTok: женский пол, 14–25 лет, учащиеся.
8. Facebook*: молодежь 31–35 лет, работающие.
9. Одноклассники: женский пол, 31–35 лет, работающие.
10. Twitch: мужской пол, от 14 лет до 21 года, учащиеся.

Уровень доверия молодежи Красноярского края блогерам

Уровень доверия молодежи Красноярского края блогерам составляет в среднем 2,9 балла из 5 (соответствует нейтральной оценке). Наибольшее доверие блогерам молодежь выражает по теме выбора досуга и увлечений (средняя оценка 3,4 балла), по вопросам моды и красоты (3,2 балла), питания и спорта (3,1 балла), карьеры и образования (3 балла) (рис. 11). По обозначенным темам оценка доверия блогерам выше среднего. Оценки уровня доверия молодежи блогерам ниже среднего — по вопросам отношений с людьми (2,9 балла), финансов и покупок (2,8 балла), исторических событий (2,7 балла), юридических задач (2,6 балла), медицины (2,6), политических событий (2,4 балла).

В табл. 5 представлены средние значения оценок доверия блогерам по разным тематикам в разных группах респондентов. С целью определения значимости различий между оценками доверия блогерам по тем или иным вопросам в раз-

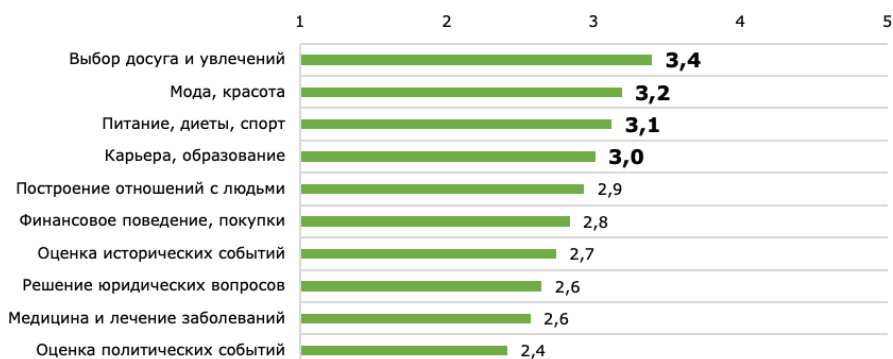


Рис 11. «Если говорить в целом, Вы доверяете или не доверяете блогерам, лидерам мнений или другим авторитетным для Вас лицам в следующих вопросах?» (оценка от 1 до 5 по 5-балльной шкале, где 1 — совершенно не доверяю, 5 — полностью доверяю), средние значения оценок, рейтинг

Fig.11. On the whole, do you trust or distrust bloggers, opinion leaders, or other people of authority on the following issues (rating from 1 to 5 on a 5-point scale, where 1 is “completely distrustful” and 5 is “completely trustworthy”)? Rating averages, rating

Таблица 5. Средние значения оценок доверия блогерам по разным тематикам в разных группах респондентов

Table 5. Average values of blogger credibility ratings on different topics in different groups of respondents

Группа респондента		Оценка политических событий	Оценка исторических событий	Карьера, образование	Выбор досуга и увлечений	Построение отношений с людьми	Медицина и лечение заболеваний	Питание, диеты, спорт	Финансовое поведение, покупки	Мода, красота	Решение юридических вопросов
Пол	Мужской	2,46	2,75	2,96	3,25	2,83	2,53	3,14	2,74	2,92	2,64
	Женский	2,37	2,74	3,06	3,55	3,04	2,60	3,11	2,93	3,46	2,66
Возраст	14–17	2,74	3,11	3,27	3,42	3,13	2,89	3,33	3,10	3,29	2,81
	18–35	2,34	2,67	2,96	3,39	2,89	2,50	3,08	2,78	3,17	2,61
Основной род деятельности	Учащиеся	2,63	3,00	3,20	3,49	3,14	2,76	3,28	3,08	3,32	2,73
	Работающие	2,28	2,59	2,90	3,35	2,81	2,45	3,03	2,69	3,11	2,60
Тип населенного пункта	городские поселения	2,41	2,74	3,01	3,38	2,92	2,57	3,10	2,82	3,17	2,62
	сельские поселения	2,46	2,77	3,05	3,61	3,13	2,58	3,36	3,01	3,37	2,91
Среднее по всей выборке		2,41	2,74	3,01	3,40	2,93	2,57	3,12	2,84	3,19	2,65

ных группах молодежи был применен расчет критерия Манна–Уитни (данный метод был выбран на основании того, что равенство дисперсий по большинству сравниваемых групп не установлено, следовательно, неправомерно применение Т-критерия Стьюдента) (табл. 6).

Таким образом, в наибольшей степени молодежь Красноярского края доверяет блогерам по следующим темам: выбор досуга и увлечений, мода и красота, питание и спорт, карьера и образование. В целом, в значимо большей степени доверяют блогерам следующие категории молодежи: женский пол, несовершеннолетние, учащиеся и жители сельских поселений. Ниже обозначим группы молодежи с наиболее высоким уровнем доверия блогерам по различным тематикам (тематики представлены в порядке убывания средней оценки доверия им по всей выборке):

1. Досуг и увлечения: женский пол, жители сельских поселений.
2. Мода и красота: женский пол.
3. Питание, диеты, спорт: несовершеннолетние, учащиеся, жители сельских поселений.
4. Карьера и образование: несовершеннолетние, учащиеся.

Таблица 6. Результаты расчета критерия Манна–Уитни

Table 6. Mann-Whitney criterion calculation results

Критерий	Оценка политических событий	Оценка исторических событий	Карьера, образование	Выбор досуга и увлечений	Построение отношений с людьми	Медицина и лечение заболеваний	Питание, диеты, спорт	Финансовое поведение, покупки	Мода, красота	Решение юридических вопросов
Группирующая переменная: пол										
Статистика U Манна-Уитни	139931	151780	155062	133161	140025	147594	148664	142807	112106	150722
Статистика W Уилкоксона	256334	270121	362752	340851	345786	355284	265550	354382	317867	357768
Z	-3,09	-0,91	-0,22	-4,02	-2,50	-1,36	-1,30	-2,59	-8,21	-0,51
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,00	0,36	0,83	0,00	0,01	0,17	0,19	0,01	0,00	0,61
Группирующая переменная: Совершеннолетние-несовершеннолетние										
Статистика U Манна-Уитни	31221	30684	30434	40524	34419	32465	33045	33891	37658	33141
Статистика W Уилкоксона	582996	583510	582209	580804	573660	579000	581673	586717	582104	575502
Z	-3,85	-4,05	-4,18	-0,40	-2,53	-3,33	-3,15	-2,90	-1,16	-3,01
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,00	0,00	0,00	0,69	0,01	0,00	0,00	0,00	0,25	0,00
Группирующая переменная: Основной род деятельности										
Статистика U Манна-Уитни	109297	104739	114308	126883	109461	112416	113797	105042	126881	119746
Статистика W Уилкоксона	424912	421149	429923	436961	417966	424071	427825	422248	438536	429037
Z	-4,96	-5,93	-3,95	-0,83	-4,50	-4,17	-3,92	-5,93	-0,87	-2,43
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,00	0,00	0,00	0,41	0,00	0,00	0,00	0,00	0,38	0,02
Группирующая переменная: Тип населенного пункта										
Статистика U Манна-Уитни	59503	60806	59803	51389	52279	59730	53236	56707	54090	52956
Статистика W Уилкоксона	567031	568334	567331	552890	551779	562233	557746	565243	554590	551457
Z	-0,59	-0,34	-0,51	-2,51	-2,14	-0,43	-2,50	-1,49	-2,01	-2,45
Асимпт. знч. (двухсторонняя)	0,55	0,73	0,61	0,01	0,03	0,67	0,01	0,14	0,04	0,01

5. Отношения с людьми: женский пол, несовершеннолетние, учащиеся, жители сельских поселений.
6. Финансы и покупки: женский пол, несовершеннолетние, учащиеся, жители сельских поселений.
7. Оценка исторических событий: несовершеннолетние, учащиеся.
8. Юридические вопросы: несовершеннолетние, учащиеся, жители сельских поселений.
9. Медицина и лечение заболеваний: несовершеннолетние, учащиеся.
10. Оценка политических событий: мужской пол, несовершеннолетние, учащиеся.

Факторы доверия молодежи Красноярского края блогерам

Ключевые факторы доверия молодежи Красноярского края блогерам — это личность самого блогера (80%), особенности подачи информации (60%) и его репутация (51%). Незначительными факторами доверия блогерам оказались, по сообщениям молодежи, внешность (12%), число подписчиков (11%), доход блогера (9%) и его возраст (6–13%) (рис. 12-16, табл. 7).

Относительно различий в актуальности для разных групп молодежи тех или иных факторов доверия блогерам, справедливы следующие выводы. Личность блогера более важна (как фактор доверия ему) для учащейся молодежи. На особенности подачи блогером информации чаще обращают внимание молодежь женского пола, молодежь до 30 лет, учащиеся. Репутация блогера чаще является фактором доверия ему среди молодежи женского пола. В большей степени доверяют блогерам старше себя по возрасту представители мужского пола, не достигшие 21 года, учащиеся. На внешность блогера чаще обращает внимание молодежь 22–25 лет. Количество подписчиков блогера имеет большее значение для молодежи 26–30 лет.



Рис 12. «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица что для Вас имеет первостепенное значение?», рейтинг

Fig. 12. "When choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure for you, what is of primary importance to you?" Rating

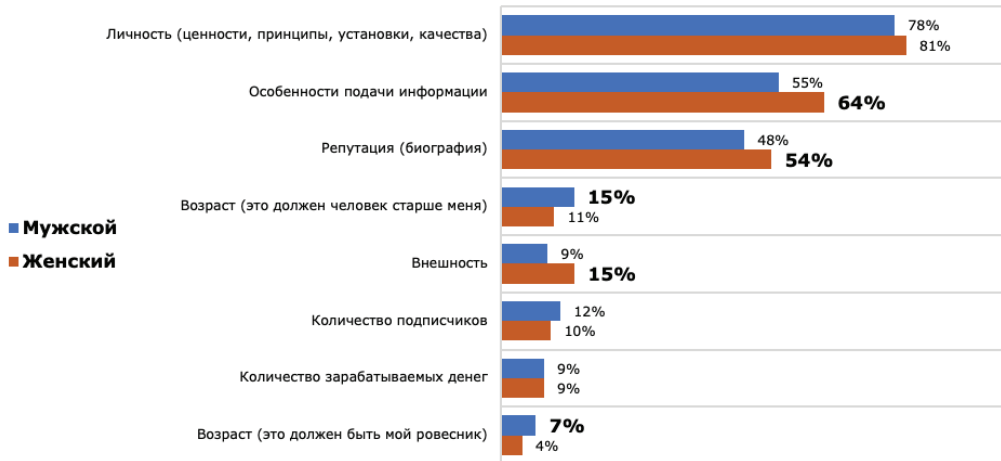


Рис 13. «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица, что для Вас имеет первостепенное значение?», сравнение актуальности факторов доверия блогерам для молодежи разного пола

Fig.13. "In choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure what matters most to you?" A comparison of the relevance of blogger trust factors for youth of different genders

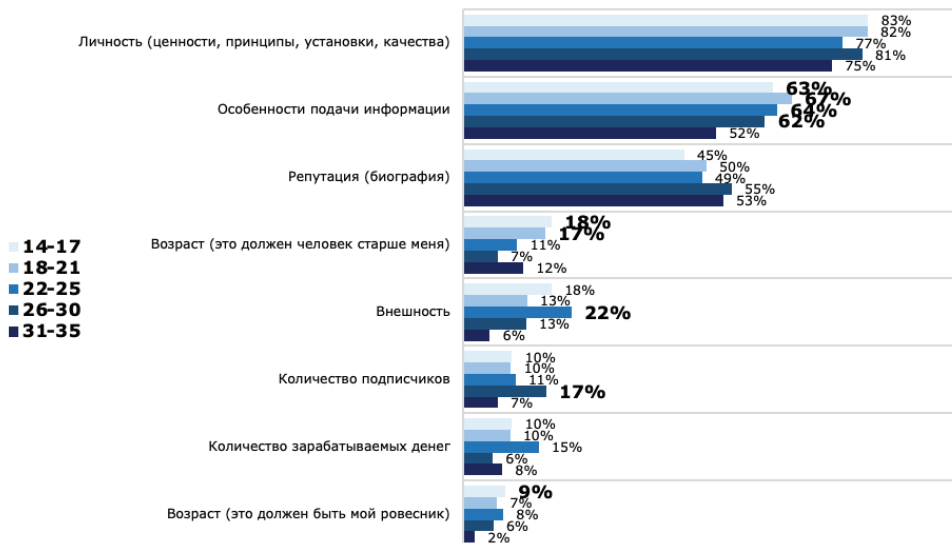


Рис 14. «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица, что для Вас имеет первостепенное значение?», сравнение актуальности факторов доверия блогерам для молодежи разного возраста

Fig. 14. "In choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure what matters most to you?" Comparison of the relevance of blogger trust factors for young people of different ages



Рис 15. «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица что для Вас имеет первостепенное значение?», сравнение актуальности факторов доверия блогерам для учащейся и работающей молодежи

Fig. 15. "In choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure what matters most to you?" Comparison of the relevance of blogger trust factors for students and working youth

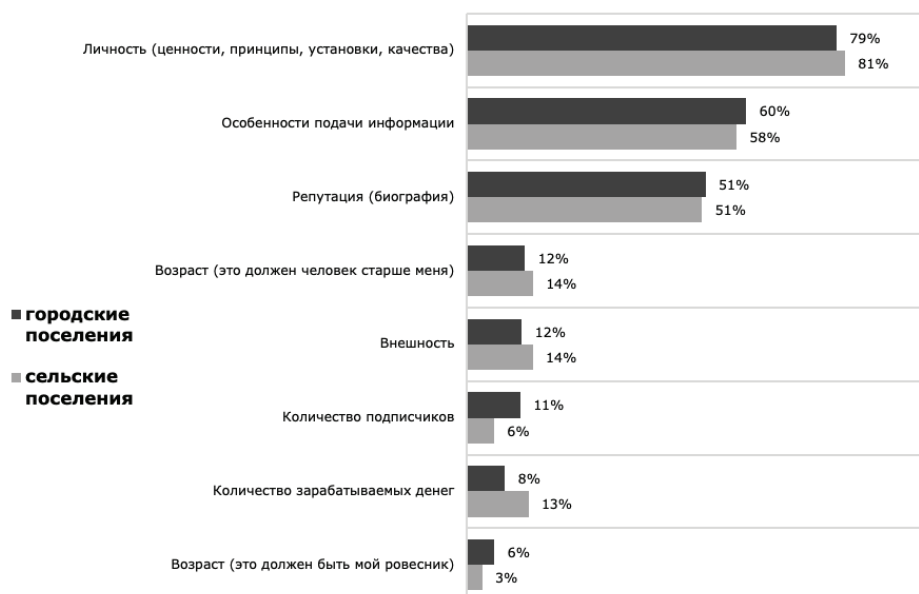


Рис 16. «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица что для Вас имеет первостепенное значение?», сравнение актуальности факторов доверия блогерам для городской и сельской молодежи

Fig. 16. "In choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure what matters most to you?" Comparison of the relevance of blogger trust factors for urban and rural youth

Таблица 7. Результаты расчета критерия Хи-квадрат Пирсона для сравнения ответов респондентов разных подвыборок на вопрос «При выборе блогера, лидера мнений или другого авторитетного для Вас лица что для Вас имеет первостепенное значение?»

Table 7. Results of calculating the Pearson Chi-Square test to compare the answers of respondents from different sub-samples to the question "When choosing a blogger, opinion leader, or other authority figure, what matters most to you?"

Критерий оценки личности блогера	Критерий	Пол	Возраст	Основной род деятельности	Тип населенного пункта
Личность (ценности, принципы, установки, качества)	Хи-квадрат	1,041	8,696	9,027	0,252
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,307	0,069	0,003	0,616
Репутация (биография)	Хи-квадрат	4,126	6,421	0,974	0,035
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,042	0,170	0,324	0,852
Количество подписчиков	Хи-квадрат	1,273	20,383	0,590	3,795
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,259	0,000	0,442	0,051
Количество зарабатываемых денег	Хи-квадрат	0,000	9,313	0,006	3,395
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	1,000	0,054	0,941	0,065
Внешность	Хи-квадрат	9,042	32,780	21,148	0,463
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,003	0,000	0,000	0,496
Особенности подачи информации	Хи-квадрат	11,872	19,510	6,060	0,255
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,001	0,001	0,014	0,613
Возраст (это должен быть мой ровесник)	Хи-квадрат	4,434	14,949	2,895	1,517
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,035	0,005	0,089	0,218
Возраст (это должен человек старше меня)	Хи-квадрат	4,825	20,583	6,581	0,213
	Ст.св.	1	4	1	1
	Знч.	0,028	0,000	0,010	0,644

Таким образом, наиболее значимыми факторами доверия блогерам для молодежи Красноярского края являются: его личность, особенности подачи информации, репутация. Внешность, число подписчиков, доход блогера и его возраст имеют минимальное значение.

Заключение

В ходе исследования удалось выявить, что наиболее актуальными форматами потребления контента для молодежи Красноярского края на начало 2022 г. являются: прослушивание музыки, изучение новостей, наблюдение за жизнью знакомых, а также известных людей, интернет-серфинг, чтение научно-популярных пабликов и просмотр видеообзоров.

Абсолютное большинство молодежи Красноярского края используют соцсети ВКонтакте, WhatsApp*, YouTube, Instagram* и Telegram.

Блогерам молодежь региона доверяет на среднем уровне (средняя оценка доверия — 2,9 балла из 5). При этом относительно высоким доверием пользуются следующие тематики блогов: досуг и увлечения, мода и красота, питание и спорт, карьера и образование. В целом в большей степени склонны доверять блогерам: молодежь женского пола, несовершеннолетние, учащиеся и жители сельских поселений.

Наиболее значимыми факторами доверия молодежи блогерам являются: личность блогера, особенности подачи информации, репутация блогера. Внешность, число подписчиков, доход блогера и его возраст имеют минимальное значение.

Полученную в ходе исследования информацию важно учитывать при трансляции актуальной повестки на молодежную аудиторию. Дальнейшие перспективы настоящего исследования связаны с определением уровня влияния контента, потребляемого в интернете, на сознание и поведение молодежи. Предполагается, что проведение серии глубинных интервью с представителями молодежи региона позволит дать ответ на вопрос о том, в каком соотношении реальные события и интернет оказывают влияние на сознание и действия молодежи. Кроме того, предполагается выявление отдельных личностей, вызывающих доверие молодежи, а также факторы такого доверия.

Библиографический список

- Айсина, Р. М., Нестерова, А. А. (2019). Киберсоциализация молодежи в информационно-коммуникационном пространстве современного мира: эффекты и риски. *Социальная психология и общество*, 10(4), 42–57.
- Богдановская, И. М., Королева, Н. Н., Углова, А. Б. (2021). Психологические факторы доверия к популярным видеоблогерам у современной молодежи. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 3, 451–467.
- Бойд, Д. (2020). *Все сложно. Жизнь подростков в социальных сетях*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Брайант, Д. (2004). *Основы воздействия СМИ*. Москва: Издательский дом «Вильямс».
- Васильченко, В. В. (2015). Формирование протестного политического сознания молодежи посредством интернет-коммуникаций. *Вестник Московского государственного областного университета*, 3, 17.
- Володенков С. В., Белоконов С. Ю., Сулова А. А. (2021). Особенности структуры информационного потребления современной российской молодежи: на материалах исследования среди студентов-политологов Финансового университета. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 1, 31–46. DOI: 10.22363/2313-1438-2021-23-1-31-46
- Голикова, И. (2021). Негативное влияние на молодежь цифровой антикультуры в период фейков, постправды на примере сети тик ток. В *Сборник научных статей 2-й Междуна-*

- родной научной конференции перспективных разработок молодых ученых «Школа молодых новаторов» (с. 361–367).
- Дружба, О. В., Каирова, И. А., Кошман, М. В. (2020). Социальные сети как пространство интернет-социализации молодежи. *Kant*, 1(34), 143–151.
- Ефимова Г.З., Семенов М.Ю. (2020). Цифровой детокс молодежи (на примере использования социальных сетей). *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология*, 3, 572–581.
- Зеленина, Е. В., Порецкая, Т. Ю. (2018). Медиакультура молодежных интернет-сообществ. *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*, 2, 204–211.
- Зуйкина, К. Л., Соколова, Д. В. (2021). Особенности идентификации фейковых новостей молодежной аудиторией. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, 71, 310–326.
- Зырянова, М. О. (2020). Способы противодействия распространению фейковой информации. *Общество: социология, психология, педагогика*, 6, 80–83.
- Кузнецова, К. М. (2019). Причины популярности YOUTUBE с точки зрения знаний о поколениях. *Социальные и гуманитарные науки: теория и практика*, 1(3), 434–446.
- Касамара, В. А., Сорокина, А. А., Шилина, А. Н. (2021). YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников. *Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки*, 3, 7–21.
- Максимова, О. А., Лаукарт-Горбачева, О. В. (2018). Информационно-сетевые ресурсы в повседневных практиках цифрового поколения: структура и особенности потребления. *Вестник экономики, права и социологии*, 2, 179–182.
- Мамедова, Н. А. К., Петинова, Т. М. (2014). СМИ и молодежь: информация или манипуляция? *Поколение будущего: Взгляд молодых ученых-2014* (с. 309–312). Курск: Университетская книга.
- Марокова, М. В., Бисинова, З. Е. (2012). Роль социальных сетей в социализации молодежи. *Система ценностей современного общества*, 22, 258–263.
- Мороз, Н. А. (2020). Социальные сети как часть жизненного мира современного студенчества (на примере фокус-группового исследования). *Общество: социология, психология, педагогика*, 2, 64–70.
- Рачипа, А. В., Брусенцева, Д. М., Фаткулина, Л. А. (2019). Интернет-технологии как средство управления процессом медиасоциализации молодежи. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, 2, 230–234.
- Рязанов, Д. А. (2020). Интернет-сообщество как феномен современной сетевой культуры (на примере КВН-сообщества в социальной сети ВКонтакте). *Коммуникология*, 2, 146–154.
- Салихов, А. М., Краснощеченко, И. П. (2020). Манипуляция сознанием: как снизить риски экстремистских влияний на молодежь? *Прикладная юридическая психология*, 2, 15–23.
- Сафарова, Д. Б., Гернего, Л. В. (2016). Манипуляция сознанием молодежи с помощью СМИ. В *V Забайкальские рождественские образовательные чтения» Традиция и новации: культура, общество, личность» (региональный этап Международных Рождественских образовательных чтений)*. (с. 132–134).
- Смеричевский, Э. Ф., Волошинская, Л. В., Коржова, Д. А. (2017). Особенности информационного потребления и мотивационных тенденций современной молодежи. *Вестник Донецкого педагогического института*, 3, 181–188.
- Сорокова, М. Г. (2020). *Математические методы в психолого-педагогических исследованиях*. М.: Неолит.
- Ушкин, С. Г. (2017). Кофейни, джентльменские клубы и социальные сети, или где сегодня формируется общественное мнение. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 6(142), 52–62.
- Фомичева, Н. А. (2019). Способы борьбы молодежи с дезинформацией. *Физическое развитие студентов в современном мире*, 271–273.

Шишкина, Е. К. (2019). Влияние коммуникативных эффектов новых медиа на современную молодежь. В *МНСК-2019. Социология* (с. 43–44). Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет.

Статья поступила в редакцию 04.08.2022

Статья принята к публикации 20.12.2022

Для цитирования: Васильева О. В., Никитина Н. А., Павлов А. П. Социологический анализ информационного потребления молодежи Красноярского края. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 70–99.

SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF INFORMATION CONSUMPTION BY YOUNG PEOPLE IN KRASNOYARSK REGION

O. V. Vasilyeva, N. A. Nikitina, A. P. Pavlov

Olga V. Vasilyeva

E-mail: 79232816007@ya.ru. ORCID 0000-0002-6898-390X

Natalia A. Nikitina

SFU Law School E-mail: tatakinakvk86@mail.ru

Alexander P. Pavlov

E-mail: pavloff56@list.ru

Siberian Federal University, 79 Svobodny Ave., Krasnoyarsk, 660041, Russian Federation

Abstract. In the article, we analyze online information consumption by the young people of Krasnoyarsk region. The relevance of the study is determined by the need of the timely accumulation of empirical material on the ways and sources of information obtained by the population on the Internet. The aim of the study is to identify the most relevant types of online information consumption practices of young people in Krasnoyarsk region, as well as the factors of their choice. Research methods. Theoretical: Literature analysis, comparative analysis. Empirical: questionnaire survey. Data processing methods: descriptive statistics, calculation of Pearson Chi-square, calculation of averages, nonparametric Mann-Whitney statistical test, correlation analysis. The novelty of the work lies in obtaining relevant knowledge about the peculiarities of information consumption of young people in Krasnoyarsk region on the Internet. Using the example of young people in Krasnoyarsk region we have identified the most popular information sources on the Internet, and studied the level and factors of young people's trust in bloggers; differences in the information consumption repertoires of young people according to gender, age, and occupation have been also characterized. The authors found out that the most relevant formats of content consumption for young people in Krasnoyarsk region are listening to music, studying the news, monitoring people's lives, surfing the Internet, reading popular science publishers, and watching video reviews. The majority of young people use VKontakte, WhatsApp*, YouTube, Instagram* and Telegram social networks. The most trusted blog topics are: leisure and hobbies, fashion and beauty, nutrition and sports, career and education. Female youth, minors, students and residents of rural settlements are more inclined to trust bloggers. The most significant factors in young people's trust in bloggers are: a blogger's personality, the particularities of presenting information, and a blogger's reputation. It is important to consider the information gathered in the research when transmitting the current agenda to youth audiences. The prospects for the research are to identify how much the content of social networks affects the minds and behavior of youth.

Keywords: youth, Internet, information, information sources, trust factors, bloggers, social networks, information consumption, Internet consumption.

DOI 10.31429/26190567-23-4-70-99

References

Aysina, R. M., Nesterova, A. A. (2019). Kibersocializatsiya molodezhi v informacionno-kommunikatsionnom prostranstve sovremennogo mira: efekty i riski [Cyber Socialization of

- Youth in The Information and Communication Space of The Modern World: Effects and Risks]. *Social'naya psihologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 10(4), 42–57. DOI: 10.17759/sps.2019100404
- Bogdanovskaya, I. M., Koroleva, N. N., Uglova, A. B. (2021). Psihologicheskie faktory doveriya k populyarnym videoblogeram u sovremennoy molodezhi [Psychological Factors of Trust in Popular Video Bloggers among Modern Youth]. *Psihologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of the Higher School of Economics], 18(3), 451–467.
- Boyd, D. (2020). *Vsyo slozhno. Zhizn' podrostkov v sotsial'nykh setyakh* [It's Complicated. Teenagers' Life in Social Networks]. M.: Izd. dom Vysshey shkoly ekonomiki.
- Bryant, D., Thompson S. (2004). *Osnovy vozdeystviya SMI* [Fundamentals of Media Impact]. Moscow: Publishing House "Williams".
- Druzhba, O. V., Kairova, I. A., Koshman, M. V. (2020). Sotsial'nyye seti kak prostranstvo internet-sotsializatsii molodezhi [Social Networks as a Space of Internet Socialization of Youth]. *Kant [Kant]*, 1(34), 143–151.
- Efimova, G. Z., & Semenov, M. Yu. (2020). Tsifrovoy detoks molodezhi (na primere ispol'zovaniya sotsial'nykh setey) [Digital Detox of The Youth (on The Example of Social Networks)]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sociologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology], 20(3), 572–581. DOI: 10.22363/2313-2272-2020-20-3-572-581
- Fomicheva, N. A. (2019). Sposoby bor'by molodezhi s dezinformatsiyey [Ways in which Young People Can Combat Disinformation]. In *Fizicheskoye razvitiye studentov v sovremennom mire* [Physical Development of Students in the Modern World: Materials of the International Scientific and Practical Conference] (pp. 271–273). SPb.: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet promyshlennykh tekhnologiy i dizajna.
- Golikova, I. (2021). Negativnoye vliyanie na molodezh' tsifrovoy antikul'tury v period feykov, postpravdy na primere seti tik tok [Negative Influence of Digital Anti-culture on the Young People in the Age of Fakes and Post-truths as Exemplified by the Tic-Tok Network]. In *Shkola molodykh novatorov* [School of Young Innovators] (pp. 361–367). Kursk: Yugo-zapadnyy universitet.
- Kasamara, V. A., Sorokina, A. A., Shilina, A. N. (2021). YouTube-blogery kak agenty politicheskoy sotsializatsii rossiyskikh shkol'nikov [Youtube Bloggers as Agents of Political Socialization of Russian Pupils]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12: Politicheskije nauki* [Bulletin of the Moscow University. Series 12: Political Sciences], 3, 7–21.
- Kuznecova, K. M. (2019). Prichiny populyarnosti YOUTUBE s tochki zreniya znaniy o pokoleniyakh [Reasons for Youtube Popularity from A General Knowledge Point]. *Social'nye i gumanitarnye nauki: teoriya i praktika* [Social and Humanitarian Sciences: Theory and Practice], 1(3), 434–446.
- Maksimova, O. A., Laukart-Gorbacheva, O. V. (2018). Informatsionno-setevyye resursy v povsednevnykh praktikakh tsifrovogo pokoleniya: struktura i osobennosti potrebleniya [Information and Network Resources in Everyday Practice of Digital Generation: Structure and Consumption Features]. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii* [Bulletin of Economics, Law and Sociology], 2, 179–182.
- Mamedova, N. A. K., Petinova, T. M. (2014). SMI i molodezh': informatsiya ili manipulyatsiya? [Media and Youth: Information or Manipulation?]. *Pokolenie budushchego: Vzglyad molodykh uchenykh-2014* [The Generation of the Future: The View of Young Scientists-2014] (309–312). Kursk: ZAO "Universitetskaya kniga".
- Marokova, M. V., Bisinova, Z. E. (2012). Rol' sotsial'nykh setey v sotsializatsii molodezhi [The Role of Social Networks in the Socialization of Youth]. *Sistema tsennostey sovremennogo obshchestva* [The Value System of Modern Society], 22, 258–263.
- Moroz, N. A. (2020). Sotsial'nyye seti kak chast' zhiznennogo mira sovremennogo studenchestva (na primere fokus-grupпового issledovaniya) [Social Media as a Part of The Lifeworld of Today's Students (Based on The Focus Group Interview)]. *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika* [Society: Sociology, Psychology, Pedagogy], 2, 64–70.

- Rachipa, A. V., Brusenceva, D. M., Fatkulina, L. A. (2019). Internet-tekhnologii kak sredstvo upravleniya protsessom mediasotsializatsii molodezhi [Internet Technologies as a Means of Managing The Media Socialization Process of Young People]. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski* [State and Municipal Administration. Scientific Notes], 2, 230–234. DOI: 10.22394/2079-1690-2019-1-2-230-234
- Ryazanov, D. A. (2020). Internet-soobshchestvo kak fenomen sovremennoy setevoy kul'tury (na primere KVN-soobshchestva v sotsial'noy seti VKontakte) [Internet Community as a Phenomenon of Modern Network Culture (on the Example of KVN Community in the Social Network VKontakte)]. *Kommunikologiya* [Communicology], 8(2), 146–154. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-2-146-155
- Safarova, D. B., & Gernego, L. V. (2016). Manipulyatsiya soznaniyem molodezhi s pomoshch'yu SMI [Manipulation with the Consciousness of Young People through Media]. In *V Zabaykal'skiye rozhdestvenskiye obrazovatel'nyye chteniya "Traditsiya i novatsii: kul'tura, obshchestvo, lichnost'" (regional'nyy etap Mezhdunarodnykh Rozhdestvenskikh obrazovatel'nykh chteniy)* [Trans-Baikal Christmas Educational Readings "Tradition and Innovation: Culture, Society, Person" (Regional Stage of the International Christmas Educational Readings)] (pp. 132–134). Chita: Zabajkal'skiy gosudarstvennyy universitet.
- Salihov, A. M., Krasnoshchchenko, I. P. (2020). Manipulyatsiya soznaniem: kak snizit' riski ekstremistskikh vliyaniy na molodezh'? [Manipulation of Consciousness: How to Reduce the Risks of Extremist Influences on Young People?]. *Prikladnaya yuridicheskaya psikhologiya* [Applied legal psychology], 2, 15–23. DOI: 10.33463/2072-8336.2020.2(51).015-023
- Shishkina, E. K. (2019). Vliyaniye kommunikativnykh effektov novykh media na sovremennuyu molodezh' [The Impact of the Communicative Effects of New Media on Today's Youth]. *MNSK-2019. Sociologiya: Materialy 57-y Mezhdunarodnoy studencheskoy konferentsii* [Proceedings of the 57th International Students' Scientific Conference. Sociology] (pp. 43–44). Novosibirsk: Novosibirskiy natsional'nyy issledovatel'skiy gosudarstvennyy universitet.
- Smerichevskiy, E. F., Voloshinskaya, L. V., Korzhova, D. A. (2017). Osobennosti informatsionnogo potrebleniya i motivatsionnykh tendentsiy sovremennoy molodezhi [Features of Information Consumption and Motivational Trends of Modern Youth]. *Vestnik Doneckogo pedagogicheskogo instituta* [Bulletin of the Donetsk Pedagogical Institute], 3, 181–188.
- Sorokova, M. G. (2020). *Matematicheskiye metody v psikhologo-pedagogicheskikh issledovaniyakh* [Mathematical Methods in Psychological and Pedagogical Research]. Moskva: Neolit.
- Ushkin, S. G. (2017). Kofeyni, dzhentl'menskiye kluby i sotsial'nyye seti, ili gde segodnya formiruyetsya obshchestvennoye mneniye [Coffee Shops, Gentlemen's Clubs and Social Networks, or Where Public Opinion Is Shaped Today]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny* [Monitoring Public Opinion: Economic and Social Changes], 6(142), 52–62. DOI: 10.14515/monitoring.2017.6.03
- Vasil'chenko, V. V. (2015). Formirovanie protestnogo politicheskogo soznaniya molodyozhi posredstvom internet-kommunikacij [The Formation of Young People's Protest Political Consciousness Through Internet Communications]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta* [Bulletin of Moscow Region State University], 3, 17. DOI: 10.18384/2224-0209-2015-3-979
- Volodenkov, S. V., Belokonev, S. Yu., & Suslova, A. A. (2021). Osobennosti struktury informatsionnogo potrebleniya sovremennoy rossiyskoy molodezhi: na materialah issledovaniya sredi studentov-politologov Finansovogo universiteta [How Russian Youth Consume Information: Case Study of The Political Science Students of The Financial University]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Political Science], 23(1), 31–46. DOI: 10.22363/2313-1438-2021-23-1-31-46
- Zelenina, E. V., Poreckaya, T. Yu. (2018). Mediakul'tura molodezhnykh internet-soobshchestv [Media Culture of Youth Internet Communities]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva* [Bulletin of the V. N. Tatishchev Volga State University], 2(2), 204–211.

Zuykina, K. L., Sokolova, D. V. (2021). Osobennosti identifikatsii feykovykh novostey molodezhnoy auditoriyey [Features of Identification of Fake News by the Youth Audience]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya* [Bulletin of Tomsk State University. Philology], 71, 310–326. DOI: 10.17223/19986645/71/19

Zyryanova, M. O. (2020). Sposoby protivodejstviya rasprostraneniyu fejkovoj informacii [Ways to Combat the Spread of “Fake Information”]. *Obshchestvo: sociologiya, psihologiya, pedagogika* [Society: Sociology, Psychology, Pedagogy], 6, 80–83.

Received 04.08.2022

Accepted 20.12.2022

For citation: Vasilyeva O. V., Nikitina N. A., Pavlov A. P. Sociological Analysis of Information Consumption by Young People in Krasnoyarsk Region.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 70-99.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ДОСТУПНОСТЬ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЛИЧНЫХ СЕТЯХ

Р. А. Заякина

Заякина Раиса Александровна

Эл. почта: raiza varygina@mail.ru. ORCID 0000-0002-2400-9136

Новосибирский государственный университет экономики и управления, ул. Каменская, 56, г. Новосибирск, 630099, Россия

Аннотация. Целью статьи является выявление личных характеристик, увеличивающих доступность социального капитала в сетях отношений между людьми. Индивидуальные человеческие качества рассматриваются как основные причины, направляющие потоки социального капитала в определенное русло. Методологическим фундаментом работы выступает социально-философский анализ. Выход на социально-философский уровень рефлексии позволяет обобщить накопленные в разных научных областях данные и выработать наддисциплинарный взгляд на исследуемый феномен. В силу необходимости исследование опирается на теорию социального капитала, базовые посылы анализа социальных сетей и реляционной социологии, фокусируя внимание на чертах личности, входящих в психологическую модель, известную как Большая пятерка. Причины, зависящие от личности сетевого актора и направляющие к нему потоки социального капитала, объединены в три группы: эмоциональные, практические, информационные. Эмоциональные причины основаны на стремлении человека выстраивать комфортные, позитивно окрашенные межличностные взаимодействия. Практические причины основаны на стремлении получать прямые выгоды. Информационные причины основаны на когнитивных потребностях и естественном желании людей делиться информацией. Пять черт личности: экстраверсия, доброжелательность, добросовестность, эмоциональная стабильность и открытость опыту анализируются в контексте каждой группы причин. Выявляются корреляции между развитостью основных черт личности и возможностями человека принимать и наполнять социальный капитал сети. Предложенная систематизация индивидуальных особенностей актора, выстраивающего личную сеть, может стать методологической линзой при разработке системы прогностических параметров: 1) доступности социального капитала отдельным людям; 2) динамики обменов социальным капиталом и направления его потоков в различных сетевых сегментах.

Ключевые слова: социальный капитал, социальная сеть, черты личности, Большая пятерка, сетевая активность, сетевые контакты, сетевая репутация.

Теория социального капитала, интенсивно развивающаяся более сорока лет, все еще дискуссионна, подвержена критике и контекстуальным интерпретациям, что порождает свободу толкований и, как следствие, неоднозначность теоретического наполнения. Так, рассуждая на предложенную тему, автору всегда приходится уточнять, в каком виде у него представлена теория социального капитала. Ответом может быть не только социологический или экономический, но и институционально-нормативный, социоправовой, социально-политический, психосоциальный, конфликтологический, наконец, аксиологический или телеологический смысловые контексты. А разное видение, как известно, порождает разные убеждения.

Это, конечно, затрудняет исследовательский диалог, особенно между относительно обособленными областями научного знания. Так как сам социальный капитал давно стал междисциплинарным концептом, такое недопонимание ощутимо тормозит развитие теории (Аксомак, 2011). При этом ситуация «дышащего смысла» открывает необъятные горизонты для применительной практики, позволяя получать новые данные от самой возможности рассматривать различные феномены сквозь предельно широкую теоретико-методологическую линзу. Более того, она приводит

к появлению свежих ответвлений от магистрального теоретического русла, многие из которых обещают плодотворность.

Развитие теории социального капитала в сетевом дискурсе

Впервые появившийся в тексте 1916 г., принадлежащем Л. Дж. Ханифану (Borgatti, 1998, p. 46), теоретический конструкт «социальный капитал» хрестоматийно концептуализируется только в известной работе П. Бурдьё 1983 г. (Бурдьё, 2002, с. 65). Своевременность оформления конструкта и его востребованность именно в конце XX столетия подтверждаются возникновением ряда базовых текстов различных по стилю научного мышления социальных исследователей. Все они — Дж. Коулман (Коулман, 2001), Р. Д. Патнэм (Патнэм, 1996; Putman, 2000), Н. Лин (Lin, 1999), Ф. Фукуяма (Фукуяма, 2004) — по праву считаются сегодня корифеями темы, хотя явно или имплицитно, отсылка к социальному капиталу прослеживается в социологических, политико-философских и экономических размышлениях на протяжении всей середины XX в., подготавливая почву для дальнейшего расцвета теории.

Со второй половины XX в. происходит сближение, а позже и диффузия социального капитала с набирающим силу сетевым подходом (Заякина, 2021). Как и в случае с концептом социального капитала, концепт социальной сети строится на приоритете отношений между акторами. Именно отношения (сетевые связи) порождают особую эмерджентность, позволяющую мыслить сеть как цельный объект, поэтому неудивительно, что сетевой способ изучения социального мироустройства влетает теорию социального капитала в собственную теоретико-методологическую канву. Немного позже уже сама сетевая организация общественной жизни рассматривается как естественная среда возникновения, развития и приращения социального капитала.

Как и в случае с работами, использующими социальный капитал в других областях знания и/или привлекающими несетевую инструментарию, здесь предельно важна общая теоретическая композиция, окружение центральных понятий, содержательная декорация, в рамках которой разворачивается исследование. На передний план может выходить либо структура связей внутри сети, либо их смысловая нагрузка. Исходя из первого контекста, социальный капитал преподносится как некий продукт, порожденный отношениями акторов, вовлеченных в сети. И тогда весь комплекс значимых ресурсов, встроенных в сетевую структуру, рассматривается как объективация социальных позиций участников этих отношений. Наиболее показательным такое понимание в работах, ставших классикой теории социального капитала (Коулман, 2001; Lin, 1999).

Исходя из второго контекста, социальный капитал понимается как свободный ресурсный поток, протекающий сквозь структуру сети. Обогащаясь за счет особенностей сетевых акторов, питаясь корреляциями, причинностью, глубинными основаниями отношений, он наполняется уникальным содержанием. Это содержание дарует доступ к разнообразным социальным бонусам и предпочтениям, наделяет значимостью отдельных личностей или упрощает решение сложных задач для объединенных потоками людей (Frank, Muller, Mueller, 2013). Так или иначе, коренящийся в отношениях социальный капитал представляет ценность, сулит выгоды, и, как любой капитал, работает на простом механизме: вкладывать, чтобы получать пользу, отдачу. Поэтому на первый план выходит базовая готовность делать одолжение, оказывать услугу, основанная как на общесетевых, так

и на индивидуальных симпатиях и доверии. Именно эта готовность впоследствии обращается различными приобретениями (Монд, 2022).

Окрепнув в сетевом дискурсе, концепция социального капитала обновляется за счет фундирования не только инструментальных, но и предельных теоретических оснований. В фокус попадают отношения особого качества, основанные на доверии, товариществе, солидарности, сотрудничестве, иными словами, на любых вариациях взаимности. Уточняются и детализируются формы социального капитала, раскрываются механизмы производства и обслуживания коллективного сетевого актива, предлагаются различные способы его измерения. Наконец, на авансцену выходит отдельный рациональный индивид, устанавливающий связи с конкретной целью — получить доступ к капитализированным сетью ресурсам.

Оставаясь феноменом исключительно надличностной природы, социальный капитал как теоретический конструкт медленно разворачивается в сторону способного выбирать и движимого человеческими свойствами актора. Он деятелен, мотивирован, его стремления осмыслены и могут быть поняты (Давыдов, 2016). Конечно, о каком-либо фундаментальном повороте к индивидуальному речи по-прежнему не идет. Так как нет или, по крайней мере, сегодня не найден путь к теоретической центральности человека, пройдя который теория социального капитала не перестала бы опираться на коллективность как ключевую характеристику своего главного концепта. Однако психосоциальная и собственно психологическая составляющие социального капитала не могут не вызывать определенный, все более растущий интерес, прежде всего, в контексте попыток ответить на специфические для сетевого исследователя вопросы, в разрешении которых без учета индивидуальных человеческих качеств не обойтись. Как люди находят точки доступа к социальному капиталу? Почему выход к разнообразным ресурсным источникам одним дается легко, тогда как другие остаются изолированы от них? Как в личных (эгоцентрических) сетях происходит распределение социального капитала и за счет чего он обогащается? Наконец, почему какие-то личные сети способны стремительно наращивать социальный капитал, а какие-то остаются бедны? Иными словами, каковы основные причины успешности индивидуального сетевого актора с точки зрения его вовлеченности в движущиеся потоки социального капитала и что в конечном счете приводит в движение эти потоки. Прояснение данного вопроса и является целью нашей статьи.

Теоретико-методологические основания исследования

Здесь необходимо обозначить теоретическую позицию автора. Исходим из того, что социальный капитал — это совокупность преимуществ и выгод, прямых и опосредованных эффектов, резервных и задействованных ресурсов, деятельно приобретаемых благодаря социальным связям различной, в том числе сетевой, природы и неотчуждаемых от них. Такой угол зрения максимально сохраняет гомогенные реперные точки теории, преломленные в разных дисциплинах. Его полезность мы неоднократно доказывали предыдущими работами, направленными на раскрытие различных сущностных сторон социального капитала.

Методологическим каркасом исследования выступает социально-философский анализ. Оставаясь на уровне социально-философской рефлексии, опорой исследования считаем основные посылы анализа социальных сетей и реляционной социологии. Также базируемся на анализе результатов, полученных коллегами,

работающими в широком русле социальных и поведенческих наук. В попытках учесть индивидуальность активного сетевого актора привлекаем пятифакторную модель личности Большая пятерка. Имеется в виду используемая в психологии методика выделения основных черт личности, проявляющихся в образе действий: экстраверсии (интроверсии), доброжелательности (враждебности), добросовестности (недобросовестности), эмоциональной стабильности (нейротизма), открытости опыту (заурядности).

Не углубляясь в собственно психологический контекст, такой угол зрения дает возможность учесть склонности человека к определенному поведению, следовательно, приблизиться к пониманию того, почему одни люди успешнее используют сети, нежели другие. Однако, изначально принимая положение о каузальности сетевых процессов как аксиоматическое, намеренно не рассматриваем феномены свободного, явно немотивированного или нелогичного волеизъявления, иными словами, те случаи, когда человек «просто захотел» поступить именно так, а не иначе, соглашаясь при этом, что подобные единичные примеры всегда имеют место, обогащая многообразие социальной жизни.

Привлечение социального капитала в личных сетях: эмоциональные причины

Для удобства понимания механизмов, открывающих доступ к социальному капиталу, выделим основные группы причин, направляющих движение его потоков в личных сетях и зависящих от индивидуальных акторных характеристик. Первую группу назовем *эмоциональными причинами*. В данном аспекте получаемый доступ к ресурсам, чувство удовлетворенности текущей жизнью, более высокий уровень благополучия и другие преимущества напрямую связаны со стремлением человека к конструктивным межличностным взаимодействиям, способным стать источником различных форм эмоциональной поддержки. Такое стремление берет начало в глубинных установках на принятие индивидуальных и коллективных потребностей, желании раскрываться и отдавать, достигать уровня взаимопонимания, способствующего свободному обмену и активизирующего отношения.

Не секрет, что включенность в сети имеет далеко идущие психосоциальные последствия. Установлено, что активное общение с разными людьми уменьшает неуверенность в отношении других, подпитывает чувство взаимного доверия и солидарности, облегчает обмен социальной поддержкой (Pang, 2022, p. 261). Реляционные сетевые характеристики играют значительную роль в увеличении социального капитала человека, а также связаны с его психологическим состоянием и физическим здоровьем. Наблюдая за изменениями в личных сетях, исследователи способны проследить, например, социально-эмоциональную интеграцию личности в новый коллектив, динамику мобилизации свежих возможностей и выгод (Bakker, Hendriks, Korzilius, 2022).

Так, общение с людьми, обладающими несхожими взглядами на жизнь, учит понимать и ценить противоположные мнения. Конечно, часто при отсутствии явно выраженной гомогенности акторов (например, если речь идет о представителях разных социально-экономических слоев) для подобных отношений требуется наличие внешних связующих условий (Labra, Vargas, Céspedes, 2021). Однако такая связь создает благодатную почву для обогащения личной сети, получения новых инструментальных, информационных, духовных ресурсов. Таким образом, разви-

тые коммуникативные навыки способствуют широте круга общения, что влияет на расширение как личных ресурсных активов, так и всего социального капитала сети.

Благоприятный эмоциональный климат особенно важен при вхождении в новую сеть, когда человеку необходимо выстроить внутри нее собственную систему связей. На начальном этапе эта личная сеть будет базироваться на неявных ресурсах, так или иначе связанных с процессами социально-эмоциональной интеграции. При этом ключевое значение приобретает повторяемость, стабильность ранних отношений. Принципиально, чтобы связи с инсайдерами со временем стали прочными и устойчивыми («бондинговыми»), так как это открывает широкие многоуровневые каналы обмена ресурсами, поступающими из общей сети.

С точки зрения мобилизации социального капитала наблюдается прямая зависимость между количественными характеристиками личных связей и абсолютным количеством ресурсов, заявленных как лично мобилизованные. Это относится как к социальному капиталу в целом, так и к различным его измеряемым составляющим в отдельности. По мере увеличения размера новых личных сетей увеличивается и общий объем получаемых от них ресурсов. Однако рост общей сети, в которую встраивается новый участник, не оказывает существенного влияния на увеличение его социального капитала, если не увеличено количество личных связующих каналов (Bakker et al., 2022).

Психологи утверждают, что эмоциональные причины динамики индивидуального социального капитала кроются в трех личностных качествах Большой пятерки: экстраверсии, эмоциональной стабильности и доброжелательности. Именно их развитость влияет на доступ к социальному капиталу, так как определяет коммуникативную сторону личности и, как следствие, количественный и качественный состав личных сетей. Иными словами, отвечают за то, насколько устойчивым будет мост между человеком и миром.

Так, экстраверсия делает человека социально заметным, способным удерживать внимание других людей, а следовательно, вовлеченным в мир отношений. С точки зрения эмоций экстравертам свойственно удержание прочных дружеских связей, что подкрепляется взаимностью и доверием. Эмоциональная стабильность работает на привлекательность человека, такие люди способны тратить больше энергии, жизненных сил и когнитивных ресурсов на других, т.е. буквально вкладываться в отношения. Доброжелательность предполагает гибкие реакции на чужие потребности, открытость и энтузиазм в оказании поддержки, что делает наделенных ей людей предпочтительными сетевыми партнерами. Кроме того, они склонны к продолжительной командной работе и умеют мягко разрешать конфликтные ситуации (Tulin, Lancee, Volker, 2018).

Добросовестность и открытость опыту в контексте эмоциональных причин отходят на задний план, хотя, безусловно, они работают на создание общих комфортных условий доверительного общения и коммуникативного разнообразия.

Привлечение социального капитала в личных сетях: практические причины

Вторую группу причин, влияющих на динамику социального капитала, доступного индивидуальному актору, назовем *практическими*. Этот аспект подчеркивает прямую пользу, утилитарность получаемых преимуществ. Допустим таких, как возможность получить хорошее образование или продвижение по службе, что в конечном

счете конвертируется в денежный доход и существенно улучшает жизненные шансы. Иллюстрацией может служить так называемый блат, т.е. совершение неденежных сделок и доступ к разнообразным ресурсам в обход существующих норм. Обмены «по благу» происходят между людьми, связанными неформальным общением и / или социальными обязательствами (друзьями, родственниками, людьми с особым социальным статусом и т.п.), а также через них посредством активизации полезных связей. И хотя сам феномен, безусловно, деструктивен, можно утверждать, что на определенных этапах развития некоторых обществ блат способен заменять даже формальные рыночные отношения (Cook, 2019).

Практические причины движения социального капитала очевидны и кроются в стремлении обеспечить себе и близким устойчивое социально-экономическое положение, получить ресурсы и преференции, способные существенно улучшить влияние в сообществе, наконец, сообщить людям о собственной стабильности / успешности и вообще сделать жизнь лучше. То есть это все, что способно решить социально-бытовые, рутинные проблемы и соответствовать принятому жизненному стандарту. Таким образом, здесь пружиной, заводящей весь механизм движения социального капитала, выступает свойственное человеческой природе желание благополучия.

Возвращаясь к Большой пятерке личностных черт, отметим, что, как и в случае с эмоциональными причинами, для практических причин очень значима экстраверсия. Она непосредственно связана с механизмом установления контактов, дарующих возможности. Экстраверты находятся в поиске благоприятных социальных ситуаций. Это закономерно приводит их к столкновению с большим количеством людей, следовательно, увеличивает шанс обрести «нужных» знакомых. Причем это отражается как в реальной жизни, так и в активности на просторах виртуального пространства. Бурное социальное взаимодействие сказывается на количестве онлайн-друзей, частоте отметок на фотографиях, открытости в дискуссиях, вовлеченности в сообщества по интересам (Корниенко, Руднова, Горбушина, 2021, с. 46), что, в свою очередь значительно увеличивает шансы сформировать полезные, прежде всего опосредованные, удаленные слабые связи, о результативности которых нельзя забывать.

Важное место занимает также открытость опыту. Люди, отличающиеся этой чертой, предпочитают социальные ситуации, характеризующиеся разнообразием и новизной. Они активны, много перемещаются (значит, их реальные знакомые могут быть географически удалены друг от друга, а их пересечение сведено к минимуму), интеллектуально любознательны. Повышенное разнообразие контактов (именно их несхожесть) является основным бонусом при установлении русла социального капитала и усиления его потока. Кроме того, это увеличивает шансы уклониться от избыточности предложений одного и того же ресурса (дублирования возможностей) из разных источников.

Что касается добросовестности, исследования доказали: она приносит больше пользы при установлении доступа к социальному капиталу через слабые связи и, как правило, людям старшего возраста. Добросовестные люди часто занимают прочные или высокие профессиональные должности, центральные позиции в дружеских диадах или триадах. Хорошо организованные, дисциплинированные, они избегают спонтанности, их действия, как правило, запланированы. Другие склонны воспринимать самоконтроль таких людей как сигнал о надежности, они

вызывают одобрение и доверие. Следовательно, им значительно легче организовать прохождение потока социального капитала через себя, получая по сети требуемую помощь и поддержку (Tulin et al., 2018). В конечном счете именно такие акторы стабилизируют сетевые процессы, упорядочивая обмены, вызванные практическими причинами, придавая им некоторое количественное и качественное постоянство.

Доброжелательность и эмоциональная стабильность представляются в контексте практических причин не столь значимыми, хотя и желательными, задающими отношениям общий благоприятный фон.

Привлечение социального капитала в личных сетях: информационные причины

Третья группа причин — *информационная*. Она основывается на познавательной активности, исходящей из когнитивных потребностей, а также свойстве человека делиться информацией. Люди всегда искали пути повышения осведомленности по интересующим вопросам. В большей или меньшей степени, в зависимости от историко-социального контекста, они получали желаемое через сетевые отношения. Конечно, механизмы и инструменты такого инфообмена в разное время существенно различались, однако информация всегда оставалась ценным, а в некоторых случаях и сакрализированным ресурсом. Без сомнения, культура налаживания инфообменов через сети личных связей породила чрезвычайно плодотворную почву для конструктивных диалогов, формирования круга единомышленников, интеллектуального взаимовлияния и творчества (Коллинз, 2002).

При этом нужно помнить, что именно когнитивные потребности людей, вступающих в общение, играют главную роль в основании информационных причин доступности социального капитала, поскольку значимость приобретает не то, какой информацией обладает человек, а то, обладает ли он информацией, которая востребована другими людьми. Попросту говоря, мы должны быть интересны друг другу, и наша связь прочна, пока поддерживается этот интерес. Речь идет о явлении, метко названном «эффект Шахерезады», т.е. о способности быть важным источником информации для другого человека (Пузыревич, 2016, с. 63).

И, конечно, беспрецедентные масштабы приобрело инфопотребление в современном обществе. Устройства с доступом к поисковым сервисам, чутко улавливающим потребности пользователя и генерирующим массивы самых разнообразных данных, платформы, разработанные для обмена контентом, хранилища, предназначенные для обработки профильной (профессиональной) информации, — все это мы буквально носим в кармане. После того как онлайн-сети проникли в повседневную жизнь человека, смели географические и стратификационные барьеры коммуникаций, доступность и близость колоссальных объемов информации стала обыденным явлением.

Медиатехнологии трансформировали модели информационного взаимодействия, взрастив новую культуру инфообмена. Современные виртуальные сообщества характеризуются прежде всего межличностными отношениями, тогда как свойства их геопространственной структуры совершенно обесценились. Однако эти отношения содержательно обмелели, количество коннектов стало приоритетнее их качества. При этом изменилась и сама среда общения, ставшая не только насквозь информационной, но и максимально визуализированной, упрощенной.

Сегодня, при наличии программного обеспечения и соответствующих технологий обработки больших наборов данных, онлайн-сети целенаправленно изучаются. Например, прослеживаются связи акторов, характер их информационного взаимодействия и сетевые позиции (Bhanodia, Khamparia, Pandey, Prajapat, 2019). Интернет-сеть стала платформой для анализа медиааудитории — от индивидуальных предпочтений пользователей до обобщенной сетевой динамики. Более того, в некоторых случаях, например в США, исследования, направленные на обработку информации, выложенной в сеть, финансируются на правительственном уровне (Скотт, 2013, с. 61).

В русле сетевой парадигмы проведены многочисленные исследования влияния как новых медиа на увеличение и динамические характеристики социального капитала, так и онлайн социального капитала на поведение и психологическое благополучие человека (Aksar, Danaee, Maqsood, Firdaus, 2020). Мы не ставим задачу анализировать полученные в этой области результаты, это отдельная, специальная и очень объемная тема. Здесь лишь приведем обобщающие мысли, исключительно важные в контексте влияния различных аспектов получаемой посредством онлайн-коммуникаций информации и общего фона информированности человека на возможность отдавать и получать социальный капитал.

Существует взгляд, сводимый к тезису о концептуальном и эмпирическом различии двух видов капитала: онлайн и офлайн. Однако даже адепты идеи автономии онлайн- и офлайн-капиталов признают их тотальную взаимосвязанность (Zuniga, Barnidge, Scherman, 2017). Не будучи столь категоричны, остановимся на том, что первый ощутимо расширяет второй за счет предоставления новых способов движения ресурсного потока, чему способствует несколько причин. Рассмотрим их подробнее.

Во-первых, онлайн-сети серьезно трансформировали саму структуру социальной коммуникации, выдвинув на авансцену скрытые (слабые) связи. Сформировался своеобразный феномен онлайн-близости, предполагающий быстрый доступ к малознакомому или не знакомому ранее пользователю, что существенно облегчило обмен и получение информации. Специалисты полагают, что и здесь определяющей успеха выступает экстравертированность. В пользу такого актора работают интенсивность и эффективность усилий по установлению контактов, регулярность использования сетевых ресурсов и способность к успешной самопрезентации. Во всяком случае, это напрямую касается количества виртуальных друзей и демонстрации в сетевом пространстве различных аспектов своей жизни (Eşkisu, Hoşoğlu, Rasmussen, 2017).

Такая черта личности, как открытость опыту раскрывается в прямой связи с экстраверсией. Ее развитость позволяет получать относительно безопасный способ исследования сетевого пространства через новые тематические порталы, формы коммуникации, способы самовыражения и пр. Примечательно, что доброжелательность также сопряжена с экстраверсией, как и она напрямую влияя на активность в сетевом общении. Относительно добросовестности такой связи нет, как нет и прямого влияния на интенсивность взаимодействий от обладания ею (Щебетенко, 2013, с. 80–81).

Во-вторых, появились особые коммуникативные пространства, например, закрытые группы, что не только упростило приватное общение, но и перевело его на другой, полупубличный уровень. Такие площадки позволили довольно

широкому, однако персонально идентифицированному, выбранному по конкретным характеристикам, а порой и знакомому «лицом к лицу» кругу людей получать информацию, представляющую определенную ценность, следовательно, передающуюся не любому. Связанные профессиональными сферами, общими увлечениями или жизненными сценариями люди получили возможность делиться знаниями, опытом и поддержкой без необходимости находиться в непосредственной близости.

Вхождение в такой круг избранных, помимо прочего, требует поддержания своего профиля в соответствии с групповым имиджем. Это, как ни странно, хорошо удается людям, характеризующимся нейротизмом, эмоциональной нестабильностью. Они придирчиво следят за своими постами, фотографиями и общим характером информации на странице. Психологи связывают такое поведение с тревожностью человека за то, как он воспринимается другими, и его зависимостью от социального одобрения. Значительную лепту в оформление личного профиля вносит и нарциссизм, однако он мало влияет на создание располагающего образа, так как изобилует фотографиями типа «selfies». Кроме того, ради положительных отметок («likes») нарциссы добавляют в друзья незнакомцев, не обладающих желательными качествами и не настроенных на обратную связь (Агадуллина, 2015, с. 40).

Итак, демонстрация «парадного образа» и тщательный контроль поведения в виртуальном пространстве способствуют не только сглаживанию эмоциональной неустойчивости людей с высоким уровнем нейротизма, но и наработке желаемой сетевой репутации, расширяя доступ к некоторым ресурсам социального капитала. Усиливает скрупулезность самопрезентации и развитая добросовестность, способствующая качественному отбору личных фотографий, подписок и постов на пользовательской странице (Щебетенко, 2013, с. 81). Однако люди, характеризующиеся этим качеством, не являются активными интернет-пользователями, предпочитая рациональное использование времени и живое, реальное общение (Агадуллина, 2015, с. 40).

В-третьих, широкий поток разнопланового медиаконтента сформировал требования к информационной культуре пользователя. Актуализировались установки «нужно знать, где найти» и «нужно знать, как спросить». То есть вместо собственных знаний стали востребованы навыки поиска («распознавания»), отбора, систематизации полезной информации. Эти навыки сами по себе обогащают социальный капитал, так как их носители способны помогать сети в формировании содержания прокачиваемых информационных потоков.

И, конечно, они хорошо развиты у людей, открытых новому опыту, поскольку эта черта личности предполагает любознательность и расположенность к действиям, что влечет за собой охотное исследование любого контента, привлекающего внимание. Экстраверсия и доброжелательность также заметно влияют на результат поиска, позволяя поддерживать большое количество друзей, охотно отвечающих на информационные запросы и разделяющих культуру свободного информационного обмена (Щебетенко, 2016, с. 42).

В-четвертых, предельно упростив обмен информацией внутри сообщества, Интернет породил особый способ формирования коллективного мнения. Его отличительными чертами являются максимальная открытость дискуссии и стремительность выработки. В остальном он, как и в офлайн-сообществах, основан, с одной стороны, на убеждениях лидеров, с другой — на степени информированности группы. Не

только форумы и социальные сети типа Facebook¹ или ВКонтакте, но и все доступные посредством электронных гаджетов социальные медиа стали глобальными платформами для формирования мнений по различной тематике. Основным механизмом выработки этих коллегиально рожденных взглядов и оценок — обсуждение.

Динамика мнений в интернет-сообществах вызывает пристальный исследовательский интерес и пробуждает искать новые средства изучения путей их проникновения в онлайн-дискурс (Kong, Booth, Bailo, Johns, Rizoiu, 2022). Прежде всего, потому что появление такого способа формирования точек зрения влечет за собой далеко идущие последствия: от вопросов наполнения политического контента (Рябченко, Малышева, Гнедаш, 2019) или корректировки потребительского поведения (Амирова, Запорожец, 2019) до принятия судьбоносных решений относительно собственного или детского здоровья (Орлова, Федулаев, Филатова, Орлова, 2020).

Так как сетевые лидеры (популярные пользователи) имеют особенность быть эго-центрами, стягивающими на себя прочих участников сети, их мнения становятся легкодоступными, а значит и приоритетными. Конечно, на приобретение сетевой популярности влияет множество переменных. Однако ключевыми факторами остаются умение генерировать нужный контент и размер активной аудитории.

Следовательно, для формирования фигуры цифрового лидера мнений необходимы чуткость к происходящему и способность выделять из всего окружающего инфомассива действительно важную, востребованную информацию. Конечно, не обойтись и без сформированного сетевого имиджа, привлекающего внимание и вызывающего устойчивый интерес или доверие (Кузнецова, Зиновьева, 2020). Очевидно, что здесь в приоритете такие личностные качества, как экставерсия и открытость опыту. Относительно влияния на обретение статуса лидера доброжелательности, эмоциональной стабильности и добросовестности данные существенно разнятся.

Способ формирования коллективного мнения через онлайн-сети имеет ощутимые издержки, о которых нельзя умалчивать. Так, при частоте отсылок на мнения сетевых лидеров нередко игнорируются или обесцениваются позиции экспертов по обсуждаемой проблематике, если таковые не являются лидерами. Просто потому, что их высказывания реже читаются / прослушиваются, значит, реже репостятся и обсуждаются. Как следствие, интернет-серферам на эти страницы труднее попасть. Кроме того, учитывая скорость распространения информационного сигнала в онлайн-сетях, очевидно, что они могут стремительно наполняться искаженной информацией, непроверенными, а порой и откровенно лживыми сведениями.

Относительно динамики социального капитала, описываемый феномен воспринимается двояко. С одной стороны человек, вовлеченный в сетевое обсуждение проблемы или новости, имеет возможность участвовать в открытой дискуссии с неопределенным кругом оппонентов, что немислимо офлайн и, без сомнения, полезно. С другой стороны, выработанные таким образом мнения могут существенно отличаться от тех, которые были бы получены в автономном режиме. И, как указано ранее это отличие не всегда в лучшую сторону. Быстро сформированное и быстро переданное, некачественное информационное сообщение разоряет богатство социального капитала, снижает концентрацию его полезности. А скудный, обедненный социальный капитал в перспективе менее востребован.

¹ Компания Meta и соцсети, которыми она владеет, признаны в России экстремистскими и запрещены

Все выделенные здесь информационные особенности социального капитала влияют на способы распределения и пути передачи ресурсов, по сути, подталкивая пользователей распознавать ценность социальных отношений и развивать их. Этому в немалой степени способствуют основные личностные черты, по-разному преломляясь в зависимости от информационного фокуса. Таким образом, накопленный социальный капитал движется, пополняется, приводится в соответствие с насущными потребностями, приращивая потенциал личности.

Выводы и заключительные замечания

Из изложенного ясно, что доступность социального капитала напрямую коррелирует с личными качествами людей, вступающих в сетевые взаимодействия. Возможность считать эмоциональную расположенность, видеть долгосрочные выгоды от одолжений, актов взаимопомощи и социального продвижения друг друга, наконец, способность обмениваться значимой информацией и сообща вырабатывать аргументированные позиции в отношении важных вопросов открывают перед людьми пути обладания совместными благами.

Кроме того, они позволяют органично встраиваться в отлаженные ресурсные обмены и создавать новые сетевые комбинации, значительно обогащая курсирующий социальный капитал. Именно поэтому вопросы, так или иначе связанные с привлечением теории социального капитала, в сетях человеческих отношений должны разрешаться с учетом индивидуальных характеристик вовлеченных в эти отношения акторов.

Совокупность основных черт личности в определенных комбинациях дает человеку выход к большим потокам аккумулированных сетью ресурсов. Таким образом, анализ степени их развития может стать основой системы прогностических параметров, позволяющей, во-первых, предполагать доступность к социальному капиталу конкретных лиц, во-вторых, прогнозировать общую динамику обменов капитализированными ресурсами в том или ином сетевом сегменте.

В заключение подчеркнем, что выделенные группы направляющих движение потоков капитала причин предложены исключительно для удобства осмысления процессов, происходящих с социальным капиталом в сетях отношений индивидов. Их характеристики неотъемлемы от свойств человека коммуницирующего, при построении собственного мира вовлеченного в мир других; человека, своими отношениями, словами и действиями порождающего особую реальность, требующую социального присвоения.

Библиографический список

- Агадуллина, Е. Р. (2015). Пользователи социальных сетей: современные исследования. *Современная зарубежная психология*, 4(3), 36–46. DOI: 10.17759/jmfp.2015040305
- Амирова, Д. Р., Запорожец, О. И. (2019). Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения. *Вестник Евразийской науки*, 2(11). Режим доступа <https://esj.today/PDF/36ECVN219.pdf>
- Бурдые, П. (2002). Формы капитала. *Экономическая социология*, 3(5), 60–74.
- Давыдов, Д. А. (2016). Социальный капитал как общественное благо: проблема концептуализации. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*, 12(3), 20–33. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.302

- Заякина, Р. А. (2021). Социальный и сетевой капиталы: соотношение понятий в сетевом подходе. *Идеи и идеалы*, 13(3–2), 231–251. DOI: 10.17212/2075-0862-2021-13.3.2-231-251
- Коллинз, Р. (2002). *Социология философий: глобальная теория интеллектуального изменения*. Новосибирск: Сибирский хронограф.
- Корниенко, Д. С., Руднова, Н. А., Горбушина, Е. А. (2021). Особенности самопрезентации в социальной сети в связи с чертами большой пятерки и темной триады. *Вестник Удмуртского университета. Философия. Психология. Педагогика*, 31(1), 45–53. DOI: 10.35634/2412–9550-2021-31-1-45-53
- Коулман, Дж. (2001). Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*, 3, 122–139.
- Кузнецова, Е. А., Зиновьева, Е. В. (2020). Психологические аспекты определения и изучения лидеров мнений в цифровой среде. *Мир науки. Педагогика и психология*, 5, Режим доступа <https://mir-nauki.com/PDF/97PSMN520.pdf>
- Монд, Д. (2022). Теория услуги — теория социального капитала. *Наука. Культура. Общество*, 28(3), 68–80. DOI: 10.19181/nko.2022.28.3.5
- Орлова, Н. В., Федулаев, Ю. Н., Филатова, М. Н., Орлова, С. Ю. (2020). Влияние средств массовой информации и социальных сетей на формировании общественного мнения о вакцинации. *Педиатрия. Consilium Medicum*, 4, 17–24. DOI: 10.26442/26586630.2020.4.200531
- Патнэм, Р. (1996). *Чтобы демократия сработала: гражданские традиции в современной Италии*. М.: AdMarginem.
- Пузыревич, Н. Л. (2016). Яков Львович Коломинский. «Путь к себе»: идеи переосмысления психологии. *Диалог*, 4, 58–70.
- Рябченко, Н. А., Малышева, О. П., Гнедаш, А. А. (2019). Управление политическим контентом в социальных сетях в период предвыборной кампании в эпоху постправды. *Политические Исследования*, 2, 92–106. DOI: 10.17976/jpps/2019.02.07
- Скотт, Д. М. (2013). *Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателями*. М.: Альпина Паблишер.
- Фукуяма, Ф. (2004). *Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию*. М.: АСТ; Ермак.
- Щебетенко, С. А. (2013). Большая Пятерка черт личности и активность пользователей в социальной сети «ВКонтакте». *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология*, 6(4), 73–83.
- Щебетенко, С. А. (2016). Установки на черты личности как предиктор активности «друзей» пользователя социальной сети «ВКонтакте». *Национальный психологический журнал*, 4(24), 34–44. DOI: 10.11621/npj.2016.0404
- Akcomak, I. S. (2011). Social Capital of Social Capital Researchers. *Review of Economics and Institutions*, 2(2), article 5. DOI: 10.5202/rei.v2i2.32
- Aksar, I. A., Danaee, M., Maqsood, H., Firdaus, A. (2020). Women’s social media needs and online social capital: Bonding and bridging social capital in Pakistan. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(8), 989–1012. DOI: 10.1080/10911359.2020.1790461
- Bakker, S. R., Hendriks, P. H., Korzilius, H. P. L. M. (2022). Let it go or Let it Grow? — Personal Network Development and the Mobilization of Intra-Organizational Social Capital. *Social Networks*, 68, 179–194. DOI: 10.1016/j.socnet.2021.06.002
- Bhanodia, P. K., Khamparia, A., Pandey, B., Prajapat, Sh. (2019). Online Social Network Analysis. In B. Pandey, A. Khamparia (Eds), *Hidden Link Prediction in Stochastic Social Networks* (50–63). Hershey PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-9096-5.ch003
- Borgatti, S. P. (1998). A SOcNET Discussion on the Origins of the Term Social Capital. *Connections*, 21(2), 37–46.

- Cook, C. (2019). Social Capital and Social Identity: Friendship and Kinship Connections as a Source of Social Capital. In B. C. Thomas, L. J. Murphy (Eds.), *Innovation and Social Capital in Organizational Ecosystems* (pp. 44–60). Hershey PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-7721-8.ch003
- Eşkisü M., Hoşoğlu R., Rasmussen K. (2017). An Investigation of the Relationship between Facebook Usage, Big Five, Self-esteem and Narcissism. *Computers in Human Behavior*, 69, 294–301. DOI: 10.1016/j.chb.2016.12.036
- Frank, K. A., Muller, Ch., Mueller, A. S. (2013). The Embeddedness of Adolescent Friendship Nominations: The Formation of Social Capital in Emergent Network Structures. *American Journal of Sociology*, 119(1), 216–253.
- Kong, Q., Booth, E., Bailo, F., Johns, A., Rizoiu, M.-A. (2022). Slipping to the Extreme: A Mixed Method to Explain How Extreme Opinions Infiltrate Online Discussions. In C. Budak, M. Cha, D. Quercia (Eds.), *Proceedings of the Sixteenth International AAAI Conference on Web and Social Media* (524–535). Palo Alto, California USA: AAAI Press. DOI: 10.1609/icwsm.v16i1.19312
- Labra, P., Vargas, M., Céspedes, C. (2021). The University as a Source of Social Capital in Chile. *Frontiers in Psychology*, 12, 323–338. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.601143
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connection*, 22(1), 28–51.
- Pang, H. (2022). Connecting Mobile Social Media with Psychosocial Well-being: Understanding Relationship between WeChat Involvement, Network Characteristics, Online Capital and Life Satisfaction. *Social Networks*, 68, 256–263. DOI: 10.1016/j.socnet.2021.08.006
- Putman, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Tulin, M., Lancee, B., Volker, B. (2018). Personality and Social Capital. *Social Psychology Quarterly*, 81(4), 295–318. DOI: 10.1177/0190272518804533
- Zuniga, H., Barnidge, M., Scherman, A. (2017). Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effect. *Political Communication*, 34, 44–68. DOI: 10.1080/10584609.2016.1227000

Статья поступила в редакцию 25.11.2022
Статья принята к публикации 20.12.2022

Для цитирования: Заякина Р. А. Доступность социального капитала в личных сетях. Южно-российский журнал социальных наук. 2022. Т. 23. № 4. С. 100–115.

AVAILABILITY OF SOCIAL CAPITAL IN PERSONAL NETWORKS

R. A. Zayakina

Raisa A. Zayakina

E-mail: raisa_varygina@mail.ru. ORCID 0000-0002-2400-9136

Novosibirsk State University of Economics and Management, 56, Kamenskaya str.,
Novosibirsk, 630099, Russia

Abstract. The purpose of the article is to identify personal characteristics that increase the availability of social capital in networks of relationships between people. Individual human qualities are considered the main reasons that guide social capital in a certain direction. The methodological foundation of the work is socio-philosophical analysis. Access to the socio-philosophical level of reflection makes it possible to generalize the data accumulated in various scientific fields and develop a supra-disciplinary view of the phenomenon. By necessity, the study draws on the theory of social capital, the basic assumptions of social network analysis, and relational sociology, focusing on the personality traits included in the psychological model known as the Big Five. The reasons that depend on the personality of the network actor and direct the flows of social capital to him are grouped into three groups: emotional, practical, and informational. Emotional reasons are based on a person's desire to build comfortable, positive interpersonal interactions. Practical reasons are based on the desire to obtain direct benefits. Informational reasons are based on cognitive needs and people's natural desire

to share information. Five personality traits: extraversion, agreeableness, conscientiousness, emotional stability, and openness to experience are analyzed in the context of each group of causes. Correlations are revealed between the development of the main personality traits and the ability of a person to accept and fill the social capital of the network. The proposed systematization of the individual characteristics of an actor building a personal network can become a methodological lens in developing a system of prognostic parameters 1) the availability of social capital to individuals; 2) the dynamics of social capital exchanges and the direction of its flows in various network segments.

Keywords: social capital, social network, personality traits, Big Five, network activity, network contacts, network reputation.

DOI 10.31429/26190567-23-4-100-115

References

- Agadullina, E. R. (2015). Pol'zovateli sotsial'nykh setey: sovremennyye issledovaniya [Social Networks User: Current Research]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya* [Journal of Modern Foreign Psychology], 4(3), 36–46. DOI: 10.17759/jmfp.2015040305
- Akçomak, I. S. (2011). Social Capital of Social Capital Researchers. *Review of Economics and Institutions*, 2(2), article 5. DOI: 10.5202/rei.v2i2.32
- Aksar, I. A., Danaee, M., Maqsood, H., Firdaus, A. (2020). Women's social media needs and online social capital: Bonding and bridging social capital in Pakistan. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(8), 989–1012. DOI: 10.1080/10911359.2020.1790461
- Amirova, D. R., Zaporozhets, O.I. (2019). Sotsial'nyy media-marketing kak effektivnyy instrument prodvizheniya [Social Media Marketing as an Effective Tool Promotion]. *Vestnik Yvraziyskoy nauki* [The Eurasian Scientific Journal], 2(11). Retrieved from <https://esj.today/PDF/36ECVN219.pdf>
- Bakker, S. R., Hendriks, P. H., Korzilius, H. P. L. M. (2022). Let it go or Let it Grow? — Personal Network Development and the Mobilization of Intra-Organizational Social Capital. *Social Networks*, 68, 179–194. DOI: 10.1016/j.socnet.2021.06.002
- Bhanodia, P. K., Khamparia, A., Pandey, B., Prajapat, Sh. (2019). Online Social Network Analysis. In B. Pandey, A. Khamparia (Eds), *Hidden Link Prediction in Stochastic Social Networks* (50–63). Hershey PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-9096-5.ch003
- Borgatti, S. P. (1998). A SOcNET Discussion on the Origins of the Term Social Capital. *Connections*, 21(2), 37–46.
- Bourdieu, P. (2002). Formy kapitala [Forms of Capital]. *Ekonomicheskaya sotsiologiya* [Journal of Economic Sociology], 3(5), 60–74.
- Coleman, J. (2001). Kapital sotsial'nyy i chelovecheskiy [Social Capital in the Creation of Human Capital]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Contemporary World], 3, 122–139.
- Collins, R. (2002). *Sotsiologiya filosofiy: global'naya teoriya intellektual'nogo izmeneniya* [The Sociology of Philosophies: A Global Theory of Intellectual Change]. Novosibirsk: Sibirskiy khronograf.
- Cook, C. (2019). Social Capital and Social Identity: Friendship and Kinship Connections as a Source of Social Capital. In B. C. Thomas, L. J. Murphy (Eds.), *Innovation and Social Capital in Organizational Ecosystems* (pp. 44–60). Hershey PA: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-7721-8.ch003
- Davydov, D. A. (2016). Sotsial'nyy kapital kak obshchestvennoye blago: problema kontseptualizatsii [Social Capital as a Public Good: the Problem of Conceptualization]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya* [Vestnik of St Petersburg University. Sociology], 12(3), 20–33. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.302
- Eşkisü M., Hoşoğlu R., Rasmussen K. (2017). An Investigation of the Relationship between Facebook Usage, Big Five, Self-esteem and Narcissism. *Computers in Human Behavior*, 69, 294–301. DOI: 10.1016/j.chb.2016.12.036

- Frank, K. A., Muller, Ch., Mueller, A. S. (2013). The Embeddedness of Adolescent Friendship Nominations: The Formation of Social Capital in Emergent Network Structures. *American Journal of Sociology*, 119(1), 216–253.
- Fukuyama, F. (2004). *Doveriye: sotsial'nyye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu* [Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity]. Moskva: ACT, Ermak.
- Kong, Q., Booth, E., Bailo, F., Johns, A., Rizoiu, M.-A. (2022). Slipping to the Extreme: A Mixed Method to Explain How Extreme Opinions Infiltrate Online Discussions. In C. Budak, M. Cha, D. Quercia (Eds.), *Proceedings of the Sixteenth International AAAI Conference on Web and Social Media* (524–535). Palo Alto, California USA: AAAI Press. DOI: 10.1609/icwsm.v16i1.19312.
- Kornienko, D. S., Rudnova, N. A., Gorbushina E. A. (2021). Osobennosti samoprezentatsii v sotsial'noy seti v svyazi s chertami bol'shoy pyaterki i temnoy triady [Self-Presentation on Social Network Sites, Big Five and Dark Triad Personality Traits]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika* [Bulletin of Udmurt University. Series Philosophy. Psychology. Pedagogy], 31(1), 45–53. DOI: 10.35634/2412-9550-2021-31-1-45-53
- Kuznetsova, E. A., Zinovyeva, E. V. (2020). Psikhologicheskiye aspekty opredeleniya i izucheniya liderov mneniy v tsifrovoy srede [Psychological Aspects of Identifying and Studying Digital Opinion Leaders]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya* [World of Science. Pedagogy and Psychology], 5. Retrieved from <https://mir-nauki.com/PDF/97PSMNS20.pdf>
- Labra, P., Vargas, M., Céspedes, C. (2021). The University as a Source of Social Capital in Chile. *Frontiers in Psychology*, 12, 323–338. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.601143
- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connection*, 22(1), 28–51.
- Mond, D. (2022). Teoriya uslugi — teoriya sotsial'nogo kapitala [Favor Theory — Theory of Social Capital]. *Nauka. Kul'tura. Obshchestvo* [Science. Culture. Society], 28(3), 68–80. DOI: 10.19181/nko.2022.28.3.5
- Orlova, N. V., Fedulaev, Y. N., Filatova, M. N., Orlova, S. Ju. (2020). Vliyaniye sredstv massovoy informatsii i sotsial'nykh setey na formirovaniye obshchestvennogo mneniya o vaksinatсии [Influence of the Media and Social Media on Public Opinion about Vaccination]. *Pediatriya. Consilium Medicum* [Pediatrics. Consilium Medicum], 4, 17–24. DOI: 10.26442/26586630.2020.4.200531
- Pang, H. (2022). Connecting Mobile Social Media with Psychosocial Well-being: Understanding Relationship between WeChat Involvement, Network Characteristics, Online Capital and Life Satisfaction. *Social Networks*, 68, 256–263. DOI: 10.1016/j.socnet.2021.08.006
- Putman, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. (1996). *Ch doby demokratiya srabotala: grazhdanskiye traditsii v sovremennoy Italii* [Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy]. Moskva: AdMarginem.
- Puzyrevich, N. L. (2016). Yakov L'vovich Kolominskiy. “Put' k sebe”: idei pereosmysleniya psikhologii [Yakov Lvovich Kolominsky. “The Way to Yourself”: Ideas of Rethinking Psychology]. *Dialog* [Dialog], 4, 58–70.
- Ryabchenko, N. A., Malysheva, O. P., Gnedash, A. A. (2019). Upravleniye politicheskim kontentom v sotsial'nykh setyakh v period predvybornoy kampanii v epokhu postpravdy [Presidential Campaign in Post-Truth Era: Innovative Digital Technologies of Political Content Management in Social Network Politics]. *Polis. Politicheskiye Issledovaniya* [Polis. Political Studies], 2, 92–106. DOI: 10.17976/jpps/2019.02.07
- Scott, D. M. (2013). *Novyye pravila marketinga i PR: kak ispol'zovat' sotsial'nyye seti, blogi, podkasty i virusnyy marketing dlya neposredstvennogo kontakta s pokupatelyami* [The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly]. Moskva: Al'pina Publisher.
- Shchebetenko, S. A. (2013). Bol'shaya Pyaterka chert lichnosti i aktivnost' pol'zovateley v sotsial'noy seti “VKontakte” [Big Five and Usage of the “VK” Online Social Network]. *Vestnik YUzhno-*

- Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya* [Bulletin of the South Ural State University. Series: Psychology], 6(4), 73–83.
- Shchebetenko, S. A. (2016). Ustanovki na cherty lichnosti kak prediktor aktivnosti “druzey” pol’zovatelya sotsial’noy seti “Vkontakte” [Online Social Network Users’ Attitudes toward Personality Traits Predict Behaviour of their Friends]. *Natsional’nyy psikhologicheskiy zhurnal* [National Psychological Journal], 4(24), 34–44. DOI: 10.11621/npj.2016.0404
- Tulin, M., Lancee, B., Volker, B. (2018). Personality and Social Capital. *Social Psychology Quarterly*, 81(4), 295–318. DOI: 10.1177/0190272518804533
- Zayakina, R. A. (2021). Sotsial’nyy i setevoy kapitaly: sootnosheniye ponyatiy v setevom podkhode [Social and Network Capital: The Relationship Between Concepts in a Network Approach]. *Idei i idealy* [Ideas and Ideals], 13(3–2), 231–251. DOI: 10.17212/2075-0862-2021-13.3.2-231-251
- Zuniga, H., Barnidge, M., Scherman, A. (2017). Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effect. *Political Communication*, 34, 44–68. DOI: 10.1080/10584609.2016.1227000.

Received 25.11.2022

Accepted 20.12.2022

For citation: Zayakina R. A. Availability of Social Capital in Personal Networks. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 100-115.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

ДЕЙКСИС РОДИНЫ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКЕ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ТЕЛЕКАНАЛЕ «РОССИЯ 1»

Ю. В. Сурсанова

Сурсанова Юлия Валерьевна

Эл. почта: giornata004@gmail.com, ORCID 0000-0001-8481-8018

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
ул. Букирева, 15, г. Пермь, 614068, Россия

Аннотация. Важнейшие слова государственной политики идентичности часто самые маленькие: «мы», «это» и «здесь», т.е. слова лингвистического дейксиса. Дейксис (греч. *Deiktikos* — указание) — это использование языковых выражений и других знаков, которые могут быть проинтерпретированы лишь при помощи обращения к физическим координатам коммуникативного акта — его участникам, его месту и времени. Контекстуальная природа дейктических выражений, включающих личное местоимение «мы», исследуется лингвистами, но совсем недавно привлекла интерес социологов и политологов. Исследователи считают, что дейксис позволяет увидеть, как работает «центр интерпретативной вселенной», потенциал которого кажется не до конца раскрытым. Таким образом, цель исследования, представленного в данной статье, состоит в том, чтобы апробировать дейксис в качестве инструмента анализа репрезентации государственной политики идентичности в СМИ и оценить влияние использования дейксиса Родины на выстраивание государственной политики идентичности на примере работы телеканала «Россия 1». Методологическим основанием исследования является концепт политики идентичности, предложенный одним из ключевых специалистов в области идентитарных исследований, членом-корреспондентом РАН И. С. Семененко. Политика идентичности характеризуется в рамках данного концепта как целенаправленный курс по выстраиванию идентичности политической общности. И. С. Семененко характеризует политику идентичности как в теоретическом измерении, так и в эмпирическом применительно к исторической политике, музейным практикам и др. В качестве хронологических рамок выбран период 2011–2012 гг., который в России характеризуется активным подъемом осмысления и переосмысления российской идентичности. Эмпирическую базу исследования составили 106 сюжетов программы «Вести недели», телеканала «Россия 1» за декабрь 2011 и декабрь 2012 гг. В основу исследования положен фрейм-анализ и теория банального национализма. В качестве эмпирического метода использовался контент-анализ видеоматериалов, выявивший 32 случая использования дейктических выражений в государственной политике идентичности, транслируемой инструментами телеканала «Россия 1». Новизна исследования заключается в апробировании лингвистического инструмента дейксиса применительно к политической теме исследования — государственной политике идентичности на материале новостных сюжетов. Анализ дейксиса позволил предположить параметры пространственной и временной модели российской политической идентичности, показав, как ответ на вопрос «где мы?» с точки зрения времени и пространства влияет на вопрос «кто мы?», а также роль дейксиса в формировании государственной политики идентичности, давший возможность определять ее с позиции центра мира и цивилизационного источника.

Ключевые слова: идентичность, политика идентичности, государственная политика идентичности, дейксис, телеканал «Россия 1».

Введение

За какими словами находится Родина? Важнейшие слова государственной политики идентичности часто самые маленькие: «мы», «это» и «здесь», т.е. слова лингвистического дейксиса. Чаще всего про «мы» говорят в контексте шмиттовского разделения (Шмитт, 2021) Мы–Они. Само понятие идентичности, соглашаются исследователи Ш. А. Алибегилев и В. А. Волков (Алибегилев, Волков, 2016), предполагает различие. Это различие может проявляться как: мы – они; свои – чужие;

друзья – враги. Последняя дихотомия при условии ее публичного проявления, по К. Шмитту (Шмитт, 2021), и является сущностной характеристикой и критерием политического.

В этом смысле политика идентичности — самый политический акт из возможных. Конструирование границ Мы / Они закладывает основы от групповых идентичностей до международного порядка, может стать причиной войн и инструментом развития. Традиционно политика идентичности рассматривалась как инструмент групп в продвижении и придании значения новому типу разделения. Позднее, по мнению И. С. Семененко (Семененко, 2017), стало очевидно, что этот инструмент лежит и в основе таких устоявшихся общностей, как государства.

Современное государство, пишет О. В. Попова (Попова, 2019), обладая колоссальными материальными, организационными, техническими и идеологическими ресурсами, в условиях глобализации и становления информационного общества продолжает оставаться наиболее влиятельным субъектом формирования политической, национальной, гражданской идентичности. О государственном Мы поэтому и принято рассуждать в контексте противопоставления с Они, подчеркивая конструируемую природу общности и осознанную политику идентичности. По мнению, В. В. Бушуева и В. В. Титова (Бушуев, Титов, 2011), политика идентичности — целенаправленная деятельность государства, а также тесно связанных с ним структур (негосударственных организаций, СМИ, социальных медиа) по формированию национально-государственной идентичности как полномасштабного конструкта, целостного образа «мы» во всех его измерениях. Государство не является единственным актором политики идентичности; свои версии предлагают разные социальные сообщества. Однако, считает М. Биллиг (Billig, 1995), именно государства большую часть времени конструируют и воспроизводят себя не столько активной и осознаваемой политикой, сколько неосознаваемым и регулярным присутствием. Присутствие реализуется через несколько инструментов, один из которых — дейксис. Переходя к дейксису как инструменту исследования, определим сам термин. Наиболее развернутое определение предложил Г. А. Кривенко (Кривенко, 2010). Дейксис (греч. *Deiktikos* — указание) — это использование языковых выражений и других знаков, которые могут быть проинтерпретированы лишь при помощи обращения к физическим координатам коммуникативного акта — его участникам, его месту и времени. Соответствующие вербальные средства именуются дейктическими выражениями и элементами. Дейктические элементы могут представлять собой отдельные лексемы, а могут быть связанными аффиксами в составе других слов. Так, русское личное окончание — у (в слове пишу) так же указывает на говорящего, как и местоимение «я».

Методология

В отечественной и зарубежной лингвистике исследование роли персонального дейксиса в институциональном политическом дискурсе, отмечает Л. М. Пахолкова (Пахолкова, 2012), происходит с точки зрения прагматики — области исследований в семиотике и языкознании, в которой изучается функционирование языковых знаков в речи, здесь среди исследователей отсутствует единое мнение о лингвистической природе дейксиса и существуют разные подходы. П. Петерсу в статье «What Does 'We' Mean? National deixis in the media» отмечает (Petersoo, 2017), что контекстуальная природа дейктических выражений, включающих личное место-

имение «мы», исследуется лингвистами, но совсем недавно привлекла интерес социологов и политологов.

Методологическим основанием исследования является также концепт политики идентичности, предложенный одним из ключевых специалистов в области идентитарных исследований, членом-корреспондентом РАН И. С. Семененко. Политика идентичности характеризуется в рамках данного концепта как целенаправленный курс по выстраиванию идентичности политической общности. И. С. Семененко характеризует политику идентичности как в теоретическом измерении, так и в эмпирическом применительно к исторической политике, музейным практикам и др.

Область политического сознания анализируется несколькими исследовательскими традициями, с какими вызовами сталкивается унифицирующая роль государственной политики идентичности позволяет понять теория фреймов. Как отмечают Р. Д. Бенфорд и Д. А. Сноу (Бенфорд, Сноу, 2013), движения и их активисты влияют на мир в общем и целом, не только пытаясь добиться конкретных уступок от целевых групп или разрушить повседневную рутину, но также фреймируя мир, в котором они действуют. Политическая борьба вышла и во многом происходила и в символической плоскости, где телеканалы по-прежнему играют большую роль. Фреймы протестного движения, ориентированные на мобилизацию, сталкиваются с фреймами государственной политики идентичности, ориентированной на сохранение и поддержание статус-кво, в результате чего происходит взаимная актуализация и переосмысление. Так кристаллизуется и государственная политика идентичности, проводимая через инструменты федеральных телеканалов, где «Россия 1» — крупнейший с точки зрения охватов государственный телеканал, стабильно занимающий верхние строчки рейтингов¹, — самый яркий пример.

Вопросу влияния медиа на политическое сознание и конструирование идентичности посвящена работа Н. Коулдри и А. Хепп (Коулдри, Хепп, 2017). Отвечая на вопрос, как конструируется социальный мир, если этот мир обнаруживает вездесущее и настоятельное присутствие медиатехнологий (Ним, 2017), авторы выделили, следуя П. Бергеру и Т. Лукману, что в процессе первичной социализации человек овладевает практическим, рецептурным знанием, позволяющим решать рутинные проблемы в базовом сегменте социального мира. Вторичная социализация предполагает усвоение специфического ролевого знания, необходимого для подключения к институциональным подмирам. Будучи влиятельным агентом социализации и образования, медиа давно и прочно встроены в систему производства и распределения знаний.

Особенная роль здесь отводится такому жанру, как *domestic news*. Местные, внутренние новости вписывают слушателя в национальный субуниверсум. Фреймы государственной политики идентичности, распространяемые таким способом, особенно важны, поскольку их потребление происходит в семье — месте первичной социализации. Формирующаяся воронка втягивает слушателя через ежедневные новости в пространство фреймирования и рефреймирования государственной политики идентичности, помогая встроить те смыслы, которые могли возникнуть вне этой коммуникации, в национальный субуниверсум, влияя в конечном итоге на общую картину мира и поддерживая соответствующие ей практики.

¹ «Россия 1» шестой раз подряд стала самым популярным телеканалом. Режим доступа <https://www.vesti.ru/television/article/2660907>

Находим ли мы примеры «национального множественного числа от первого лица» на российских телеканалах? Телеканал «Россия 1» — один из ключевых инструментов государственной политики идентичности, что ярко проявилось еще в 2011–2012 гг., когда в России на фоне выборов в Государственную думу шестого созыва и предстоящих президентских выборов сформировались альтернативные взгляды на развитие государства и общества. И хотя начавшийся общественный подъем, пишет О. Ю. Малинова (Малинова, 2013), обнаружил вопиющий дефицит предложения на идеологическом рынке, сам факт наличия ядра, сплотившегося вокруг негативной повестки, требовал корректировки прежнего символического курса.

Главными показателями, определяющими контекст конкретного речевого высказывания, являются участники, время, место, социальные характеристики. Даже если эти показатели не маркированы, они играют роль в процессе коммуникации, поскольку все они опосредованно связаны с той или иной точкой отсчета внутри собственной сферы действия.

Дейксис Родины встроен в сам процесс коммуникации, происходящий внутри страны, он задает рамки и пределы интерпретаций, что делает его таким незаметным. В риторике устоявшегося национализма есть топос за пределами аргумента. Аргумент, как правило, помещается внутри места — Родины, и сам процесс аргументации риторически подтверждает этот национальный топос. Нация становится местом, поскольку центр вселенной сокращается до национальных границ. Вопрос ежедневного воспроизводства устоявшихся наций поднимается в книге М. Биллинга «Банальный национализм», где автор предлагает переключить внимание исследователей национализма с его горячих разновидностей на устоявшиеся.

В. Славичева-Петкова в статье «Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism, and the Missing Link between Media Representations and Identities» (Slavtcheva-Petkova, 2014) подвергает сомнению непреложность связи между банальным национализмом в медиа и национальными идентичностями, обращая внимание на тот факт, что дейктическое выражение «мы» в контексте многосоставных обществ и наднациональных общностей может быть воспринято неоднозначно и не всегда относится именно к национально-государственной идентичности, что может мешать конструирующей роли этих слов и выражений.

О. Сиденко (Сиденко, 2019) отмечает, что некоторые исследователи предпочитают разводить понятия «политическая нация» и «гражданская нация» (Паин, Мукомель), подчеркивая, что для существования последней необходим высокий уровень гражданского самосознания и активное гражданское общество. А. Верховский считает (Верховский, 2011), что в российском официальном дискурсе политическая нация предстает как антитеза этнонационализму, но без подлинного народовластия. У. Кимлика (Кимлика, 2002), ссылаясь на предписания, касающиеся английского языка (своего рода кровеносной системы социетальной культуры), доказывает, что этнокультурная нейтральность государства — миф даже для США. Ни гражданская нация, ни государство, по его мнению, не могут в этнокультурном плане быть нейтральными, однако им следует быть инклюзивными.

В контексте данного исследования нам видится актуальным термин «политическая (гражданская) нация», предложенный И. С. Семененко (Семененко, 2011), под которым понимается политическая форма поддержания общей идентичности, распространяющая политические права на все дееспособное население и получающая взамен легитимные возможности его мобилизации.

Дейксис как инструмент помещает гражданина в центр интерпретативной вселенной Родины, и он уже с этой точки зрения дает ракурсы всего происходящего. В этом смысле исследование самого дейксиса Родины — то, что помогает понять, чем конкретно эти координаты наполняются в каждом случае: говорим ли мы о гражданской нации или этноцентричной, культурной или цивилизационной. Определение точки отсчета как политической нации на старте исследования нам достаточно, по итогам же можно делать выводы о том, наполняется ли она каким-то специфическим содержанием или нет.

Инструмент дейксиса — помещение гражданина в центр интерпретативной вселенной Родины — один из фреймов банального национализма (нисходящее направление сверху вниз), ведущий к формированию практик ежедневного, низового патриотизма (восходящее снизу вверх направление). Со временем анализ практик низового патриотизма вырос в отдельное направление исследований, получившее развитие как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях.

Ежедневный, низовый патриотизм регулярно анализируется в российских исследованиях. Так, С. М. Соловьев (Соловьев, 2022) в своем анализе символической ресоветизации и низового патриотизма на примере восстановления советских памятников и названий улиц отмечает, что недооценка низового патриотизма как в России, так и за её пределами вызывает политические провалы и научные казусы. В то же время нисходящее направление анализируется в основном в русле государственной политики идентичности. Однако анализ дейксиса как инструмента воспроизводства государственной идентичности ранее не производился, оставаясь в рамках лингвистических исследований.

Потенциал дейксиса в политических исследованиях можно понять, рассматривая, как работает этот инструмент в контексте государственной политики идентичности. Чтобы понять значение дейктического высказывания, слушатели должны интерпретировать его из положения говорящего, помещая говорящего в центр интерпретативной вселенной: «Я» — это говорящий, и слушатели узнают себя как «вас», а «мы» часто являемся слушателем и говорящим, объединяющимися как единое целое. В случае современного политического дискурса дейксис является более сложным. «Мы», как правило, не просто выступающие и слушатели: «мы» могут быть партией, нацией, всеми разумными людьми и различными другими комбинациями (Fowler, 1991, Jonson, 1994; Maitland, Wilson, 1987; Wilson, 1990). Если «мы» относится к аудитории, то аудитория может не присутствовать физически, но должна быть воображена. По мнению Б. Хартли (Hartley, 1992), дейксис родины вызывает национальное «мы» и помещает «нас» в «нашу» родину». Так же как классическая социология подразумевает универсальность обществ, в которых, как считается, все люди живут, теория социальной идентичности и большинство других психологических теорий групповой идентичности предполагают, что группы универсальны. Д. Шоттер (Shotter, 1993) утверждает, что у народов есть традиции спорить о том, кто «мы»: в своем пронизательном понимании он описывает национализм как традицию аргументации. Если в случае со словарем слова указывают что-то конкретное (например, «эта таблица» или «эта комната»), то в случае с миром слово указывает на то, что не может быть воспринято в его совокупности и которое всегда больше, чем просто географическое положение. Возникает национальное множественное число от первого лица.

Н. Уильямс в статье «Deixis; Deixis and indexicals» отмечает (Williams, 2019), что ключевая отличительная черта дейктических выражений относительно других указующих средств — это недостаток специфического лингвистического содержания и их роли в привлечении внимания. Наиболее часто упоминаемая функция дейктических выражений — их экзотичность, где дейктическое выражение указывает на смыслы за пределами самого текста, т.е. подразумевающиеся, но не прописанные словами. Именно это свойство позволяет возникнуть связи между написанным в тексте дейктическим «мы» и подразумеваемой под ним национально-государственной идентичностью. Контекст общенациональных медиа позволяет достроить остальные смыслы, хотя разночтения все же возможны. Отмеченное ранее В. Славичевой-Петковой (Slavtcheva-Petkova, 2014) противоречие дейксиса Родины, связанное с неоднозначностью трактования дейктического выражения «мы» в случае многосоставных обществ, находит развитие в статье «What Does ‘We’ Mean? National deixis in the media» П. Петерсу (Petersoo, 2017), где он предлагает концепт блуждающего «мы», чтобы описать меняющееся указуемое дейктических выражений и показать место феномена в широком контексте исследований национализма. Так или иначе, дейксис — интересный инструмент анализа репрезентации государственной политики идентичности в СМИ, потенциал которого кажется не до конца раскрытым. В данной статье дейксис апробируется в качестве инструмента анализа репрезентации государственной политики идентичности в СМИ и оценивается влияние использования дейксиса Родины на выстраивание государственной политики идентичности на примере работы телеканала «Россия 1».

Эмпирическая база и методы исследования

В постсоветский период телевизионные каналы в России стали не только государственными, но и коммерческими. Государственное телевидение в России представлено полугосударственным акционерным обществом «Первый канал», государственным предприятием «Всероссийская государственная телерадиокомпания», объединяющим каналы «Россия 1» и «Россия К», государственным акционерным обществом «ТВ Центр». Таким образом, телеканал «Россия 1» — государственное унитарное предприятие, обладающее самой внушительной сетью региональных филиалов. По данным Mediascope, телеканал «Россия 1» стабильно удерживает планку самого рейтингового телеканала², при этом самым популярным еженедельным форматом на телеканале является программа «Вести недели»³. Для анализа национального множественного числа от первого лица на телеканале «Россия 1» мы взяли выборку в декабре 2011 и декабре 2012 гг., ставших началом и финалом «протестного года», а также точкой отсчета новой государственной политики идентичности, заложившей основы современного подхода к национально-государственной идентичности Российской Федерации. Эмпирическую базу исследования составили 106 сюжетов программы «Вести недели», телеканала «Россия 1» за декабрь 2011 и декабрь 2012 гг. В основу исследования положены семиотическая интерпретация визуальных изображений визуальной социологии П. Штомпки (Штомпка, 2007), фрейм-анализ и теория банального на-

² «Россия-1» стал первым каналом по популярности в рейтинге за полгода. Режим доступа <https://jrn1st.ru/rossiya-1-stal-pervym-kanalom-po-populyarnosti-v-reytinge-za-polgoda>

³ «Вести недели» назвали самым популярным еженедельным форматом 2022 г. Режим доступа <https://ria.ru/20230104/kiselev-1843087704.html>

ционализма. Теория банального национализма предлагает рассмотреть дейксис Родины как рамку, которая задает способ описания события — фрейм (Гофман, 2004). Дейксис Родины задает «центр интерпретативной вселенной» зрителя, влияя на интерпретацию всех транслируемых событий. В качестве эмпирического метода использовался контент-анализ видео-материалов, выявивший 32 случая использования дейктических выражений в государственной политике идентичности, транслируемой инструментами телеканала «Россия 1». Все сюжеты мы рассмотрели с точки зрения трех составляющих дейксиса Родины: участников, места и времени, что и стало единицами поиска для контент-анализа. Найденные 32 единицы включают 30 дейктических выражений, определяющих участников коммуникативного акта через выражения «мы», «они», «наш» (и словоформ), «экономика», «общество»; 14 дейктических выражений, позволяющих определить физические координаты, границы через выражения «здесь», «там», «тут» и географические названия; 5 дейктических выражений, задающих временной контекст коммуникативного акта через использование дат и названий исторических периодов в отношении к российскому политическому сообществу.

Дополнительным источником для анализа дейксиса Родины стали фокус-группы, проведенные со студентами историко-политологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета, направления подготовки «История», «Международные отношения» и «Политология» в декабре 2022 – январе 2023 гг.⁴ Три фокус-группы по 15–16 человек были разделены по направлениям. Общее количество участников составило 46 студентов. Участникам фокус-групп было предложено познакомиться с несколькими новостными сюжетами за декабрь 2012 г. и попробовать определить себя как зрителя в координатах места, времени и участников — ключевых составляющих дейксиса Родины.

Согласно последним данным Росстата за декабрь 2022 г.⁵, Пермский край — средний регион России по ключевым социально-экономическим показателям: удельному весу городского и сельского населения, возрастному составу, темпам смертности и коэффициентам рождаемости, удельному весу прибыльных, убыточных организаций и др. Это позволяет предположить, что фокус-группы, проведенные в Пермском крае, могут дать выводы, характерные для среднего жителя Российской Федерации.

Координата 1: участники

Национальное множественное число от первого лица не раз встречается в сюжетах телеканала «Россия 1». Так, в сюжете «Утомленные солнцем 2 — телеэпопея» Никита Михалков говорит: «Лишь бы не было войны..., неужели нет ничего того, что может нас объединить, не доходя до той грани, до той точки, когда уже некуда деваться и когда ты должен совершать поступки на грани жизни и смерти»⁶. «Что может нас объединить» — высказывание экзотично, т.е. оно указывает на смыс-

4 Автор статьи выражает благодарность за помощь в организации фокус-групп Г. А. Янковской, доктору исторических наук, доценту, заведующей кафедрой междисциплинарных исторических исследований Пермского государственного национального исследовательского университета.

5 Приложение к сборнику «Регионы России. Социально-экономические показатели». Социально-экономические показатели по субъектам Российской Федерации, 30.12.2022. Режим доступа <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/47652>

6 Сюжет «Утомленные солнцем 2 — телеэпопея» из видеоархива за декабрь 2011 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <https://smotrim.ru/video/1499308>

лы за переделами самого текста. Проинтерпретировать «нас» возможно только учитывая национальную рамку ежедневных новостей.

В сюжете «Роскошная жизнь подорожает» говорится: «В нашей стране после XX века обостренное чувство справедливости, и оно бунтует против таких проявлений этого кичливого, непристойного для XXI века богатства и расслоения... Вся наша потребительская цивилизация стоит на пороге принятия новых, необходимых решений. И смены потребительской цивилизации на самоограничительную»⁷. В этом сюжете зритель сначала помещается в точку отсчета «наша страна», которая затем расширяется до «вся наша потребительская цивилизация», не меняя центра — зрителя, с которым страна и цивилизация связывается через дейктическое «мы».

Дейктическое «мы» может говорить нам и об участниках коммуникационного акта, оставшихся за пределами самого текста, но подразумеваемых самим высказыванием. «Путин предложил налог на роскошь, это сигнал, мы не поощряем богатства напоказ», — говорит диктор, предваряя сюжет «Роскошная жизнь подорожает». Какие участники скрываются за «мы»? «Мы, наверное, с вами... Я — плохой христианин, когда бьют по одной щеке, надо бы подставить другую, я пока к этому морально не готов. И если нас шлепнули — надо ответить, иначе нас всегда будут шлепать, адекватно-неадекватно — это другой вопрос», — говорит Владимир Путин в сюжете «Большая пресс-конференция Президента»⁸. Все это не только дает ответ, мы — православные, мы аскетичные, но прочно соединяет образ Президента с коллективной народной волей. Президент не только ключевой участник национального «мы», через него определяются основные характеристики «нас» как общности.

При этом наполнение этого «мы» может быть задано. Кто же скрывается за указанием «мы» и «наши» на телеканале «Россия 1»? В сюжете «От резиновой квартиры к резиновой стране» можно найти ответ: «Особенно для наших соотечественников, носителей языка и культуры, прямых потомков тех, кто родился в Российской империи и СССР. Хочешь работать в России, пожалуйста, — курсы, изучай русский язык, знакомься с положением конституции, знакомься со статьями уголовного кодекса»⁹.

Еще более конкретно о том, что такое «мы», говорится в сюжете «Медведев приказал готовиться к суровой зиме»: «4 американца и 30 русских оказались в сломанном автобусе в 30-градусный мороз, наши оказались более привычными, отпоили чаем»¹⁰. Из сюжета понятно, кто наши — русские.

Сюжет «Новые вызовы Ставрополя» уточняет и вероисповедание: «Мы потерянные вообще, надо же и нам как-то. У нас мужчины доверили веру женщинам, бабушкам, почему? Очень опасно становится для православных»¹¹.

И несмотря на то что не все российские граждане — русские по национальности или православные по вероисповеданию, эти признаки берутся как общие для

⁷ Сюжет «Роскошная жизнь подорожает» выходит в свет из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <https://www.vesti.ru/article/2003651>

⁸ Сюжет «Большая пресс-конференция президента: Путин ответил на самые острые вопросы» из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=23.12.2012>

⁹ Сюжет «От резиновой квартиры к резиновой стране» выходит в свет из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=16.12.2012>

¹⁰ Сюжет «Медведев приказал готовиться к суровой зиме» из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=16.12.2012>

¹¹ Сюжет «Новые вызовы Ставрополя» из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=16.12.2012>

национального «мы». Ю. С. Обидина (Обидина, 2021) отмечает православие как главный фактор формирования русской идентичности, а также имеющуюся прочную историческую связь, сложившуюся между «русскостью» как одновременно этнической и национальной принадлежностью. М. Биллиг (Billig, 1995) считал, что именно так работает идентичность идентичностей.

Попытка отразить государствообразующую роль русского народа вылилась в 2017 г. в идею законопроекта «О единстве российской нации и управлении межэтническими отношениями»¹². Законопроект вызвал бурную общественную реакцию, особенно со стороны этнических республик. Проект единой гражданской российской нации не смог на тот момент примирить концепции Русского мира, распространяющегося далеко за пределы Российской Федерации, инициативы казаков о закреплении государствообразующего статуса русского народа и опасения этнических республик о том, что российская нация станет нацией русских. Законопроект был переименован в итоге в закон «Об основах госнацполитики», но поднятые тогда вопросы отражают ключевые расколы, стоящие перед государственным «мы» и сейчас.

В предвыборных статьях В. Путина этого периода местоимение «мы» также упоминается как в широком значении, отмечает О. Ю. Малинова (Малинова, 2012) (власть + граждане, страна), так и в узком (правлящая элита). Спектр соответствующих местоимению «мы» существительных несколько шире: не только «Россия», «народ», «общество», «россияне», но и — правда, только в одном из семи текстов — «нация» и «русский народ». «Русский народ является государствообразующим — по факту существования России», декларирует В. Путин (2012) в статье «Россия: национальный вопрос».

Действительно, еще одно слово, часто подразумевающее нацию, — это слово «общество». «Многие социологи двадцатого века, говоря об “обществе”, больше не имеют в виду (как и их предшественники) “буржуазное общество” или “человеческое общество” за пределами государства, — указывает М. Биллиг, — но все более и более разбавленный идеальный образ национального государства» (Billig, 1995). Ряд критиков ортодоксальной социологии обратили внимание на то, как социологи считают существование «общества» само собой разумеющимся. «Часто оказывается, что “общество”, которое лежит в основе самоопределения социологии, создается в образе национального государства». Он дополняет эту мысль рассуждением, что эти определения предполагают, будто есть такая вещь, как «общество», которое существует в непроблематичном ключе, а «общество», построенное по образу «нашей» нации, будет по-прежнему рассматриваться как обязательно всеобщее.

Пример этому можно найти и в сюжетах «России 1». Так, новостной выпуск «Послание Федеральному Собранию: необычное Послание Президента» завершается констатацией: «Дефицит духовных скреп в обществе: милосердие, сочувствие, сострадание друг другу, поддержка и взаимопомощь»¹³. При этом не уточняется, о каком именно обществе идет речь. Это и не требуется, сам контекст домашних новостей дает понять, что под словом «общество» имеется в виду национальное общество.

¹² Единство нации не выдержало критики. Спорный законопроект подвергли переименованию. Режим доступа <https://www.kommersant.ru/doc/3235995>

¹³ Сюжет «Послание Федеральному Собранию: необычное Послание Президента» выходит в свет из видеархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=16.12.2012>

Схожим образом национальное значение приобретает слово «экономика». Дж. Рей и Дж. Друри (Rae, Drury, 1993) в анализе того, как слово «экономика» используется в газетах, указывают на то, что существует подразумеваемая национальная рамка и подразумеваемое «мы»: экономика — это «наша» экономика. The Sun в своей редакционной статье жаловалась на то, что Европейское сообщество взяло «наши деньги», приводит пример М. Биллиг (Billig, 1995).

Национальная экономика подразумевается и в сюжетах телеканала «Россия 1». Так, выпуск «Дыхание кризиса: раскол Евросоюза» начинается со слов: «В результате кризиса в Европе и событий во внутренней политике российские рынки на этой неделе упали почти на десять процентов. На фоне опасений, что долговые проблемы окончательно разломают Евросоюз, дешевет нефть — наш главный экспортный товар»¹⁴.

Участниками фокус-групп было отмечено, что в сюжетах «России 1» «мы внутреннее» складывается из народа — честных, небогатых, наивных граждан Российской Федерации, которые вместе с Президентом противостоят нерадивым региональным и муниципальным чиновникам, регулярно замечаемым в коррупции и некомпетентности:

– *Мы — это народ, федеральные власти и президент — вождь. Государственная власть, столичная, скажем так, а есть местные [чиновники], которые грабят там и так далее, которые безответственные. Которые не имеют государственного начала. Мы на уровне президента, президент защищает советское наследие. Он хочет защищать народ, которого грабят, а он защищает.*

– *Мы страдаем от них, а есть власть, которая является частью нас, защищает нас от них, от вот этих вот местных [чиновников].*

Во внешнем срезе российское «мы» противостоит зависимому Европейскому союзу, теряющему суверенитет, подверженному внешнему влиянию, имеющему какие-то виды на Украину. В этом контуре еще есть Китай, выступающий как источник того или иного опыта, который можно перенимать или не перенимать. В отличие от всех, у России есть собственный путь и самостоятельная политика.

Координата 2: место

Вторая координата дейксиса — место. Центр интерпретативной вселенной, в которую погружен зритель новостей — это не только определение того, кто мы, но и где мы находимся — физические координаты и границы. М. Биллиг (Биллиг, 1995) приводит три примера дейксиса, создающего родину: нация, погода и внутренние новости. Нация — национальное множественное первое лицо — «мы» — координата № 1, прогноз погоды — это то, что регулярно вписывает нас в границы государственного образования физически, внутренние новости погружают нас в контекст осведомленности, где используется сложный принцип «здесь» и «сейчас». «Сейчас» обычно следует понимать как «сейчас» актуальных новостей, актуальных для жителей дома. В новостях действительно часто используется параллель между языком дома и родины. Р. Фаулер (Fowler, 1991) ссылается на «домоцентризм» прессы, кото-

¹⁴ Сюжет «Дыхание кризиса: раскол Евросоюза» из видеоархива за декабрь 2011 года с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/news?id=30543>

рый является «заботой о странах, обществах и отдельных людях, которых считают подобными себе». Корреспондент The Guardian Мартин Кеттл написал о «старом правиле Флит-стрит о новостном значении историй о смерти и бедствиях — шесть британцев, 60 лягушек, 600 отдаленных пришельцев».

Иллюстрацию этому правилу можно найти в новостных выпусках «Вести недели». Сюжет «Кто подрывает Юг России», где «ваххабиты, радикалы, нападают на муфтия, около 1600 этнических русских покинуло восточные районы Ставропольского края за первые 9 месяцев 2011 года»¹⁵. Что придает значение этому факту? Цифра 1600 или тот факт, что 1600 русских? Покинул ли край за это время кто-то еще? Не имеет значения, так как зритель домашних новостей ассоциирует себя с нацией.

Присутствуют в новостях «России 1» и маркеры географические. Чаще всего источником такой информации становятся сюжеты о военных и безопасности. Так, в репортаже «Реформа российской армии»¹⁶, где рассказывается, что назначенный в пожарном порядке, популярный в народе и армии — С. Шойгу возглавляет Минобороны в самый разгар военной реформы. На ее первом этапе изменена структура вооруженных сил: военных округов теперь не шесть, а четыре (Западный, Восточный, Южный, Центральный). Все это демонстрируется на карте России. В другом сюжете «Каменка»¹⁷ корреспондент вещает с границы России и Финляндии, где Каменская мотострелковая бригада, считавшаяся одной из худших в России из-за неуставных отношений, чрезвычайных происшествий, гибели и бегства солдат, становится лучшей в округе под новым командованием. Кадры патруля границы, танков и марширующих солдат, российских флагов и учений, направленные в сторону границы, маркируют пространство и показывают крепость позиций.

Но зритель «Вестей недели» находится в центре интерпретативной вселенной, границы которой не останавливаются на рубежах Российской Федерации. Глобальность прослеживается как в сюжетах о ГЛОНАСС¹⁸, где карта России показана на фоне земного шара, опоясанного спутниками, так и в сюжетах о сиротах: «наши дети — наша ответственность, государство должно иметь право проследить за судьбой рожденных здесь»¹⁹, — отмечается в сюжете «Преступление без наказания: куда уходит детство».

В репортаже «Седов»²⁰ крупнейшее парусное судно мира, занесенное в книгу рекордов Гиннеса, российский четырехмачтовый барк «Седов» совершает свое кругосветное путешествие, начатое в Петербурге, и уже обошедшее в Южной Америке мыс Горн. За 50-ю юными моряками-курсантами из Мурманска, Астрахани и Нижнего Новгорода в сюжете предлагается следить на карте мира Центра мониторинга судов росрыболовства.

15 Сюжет «Кто подрывает Юг России» из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/>

16 Сюжет «Реформа российской армии» из видеоархива за ноябрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/>

17 Сюжет «Каменка» из видеоархива за ноябрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/>

18 Сюжет «ГЛОНАСС» из видеоархива за ноябрь 2012 года с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=23.12.2012>

19 Сюжет «Преступление без наказания: куда уходит детство» из видеоархива за декабрь 2012 года с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=23.12.2012>

20 Сюжет «Седов» из видеоархива за ноябрь 2012 года с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/>

Если сравнивать эту картину с дейксисом Родины в риторике тогдашнего кандидата в Президенты России — В. Путина, то глобальность и масштаб России находятся в рамках значительно больших, чем нынешние. «Наши проблемы связаны с разрушением СССР, а по сути, исторически — большой России, сложившейся в своей основе еще в XVIII веке» (Путин, 2012). О. Ю. Малинова (Малинова, 2012) отмечает, что Путин и его копирайтеры исходят из того, что европейская практика легитимации политических сообществ на основе идеи нации не подходит для России, а потому для нее они предлагают другой, цивилизационный масштаб. Россия — не этническое государство и не американский «плавильный котел».

Результаты фокус-групп показали, что домашние новости действительно позволяют поставить зрителя в центр интерпретативной вселенной Родины. Во всех трех фокус-группах участниками было отмечено, что в сюжетах телеканала «Россия 1» Россия — центр мира, Санкт-Петербург — мегаполис и культурная столица Европы:

- *Все пространство между Востоком и абстрактным Западом — все наше. Делается акцент на Европейской, Центральной России, Санкт-Петербург. При чем у нас есть Челябинск и таинственный Север, где тяжело и очень болезненно работать. Там тяжело, все трудятся, мучаются, есть Челябинск, который выполняет заказы, но ничего не знает, что творится здесь.*
- *Санкт-Петербург одним из крупнейших мегаполисов Европы называется, а есть Москва, которая есть источник государственной власти.*

Европейский союз и Китай находятся по краям, а Украина входит в Русский мир. Мы освещаем то, что происходит в их стране, с нашего ракурса, не проводя размежевания. У народа Украины в сюжетах «Россия 1» 2012 г. нет лидера, который защищал бы народ, как это показано в сюжетах про российские события. Есть только честный народ, который, так же, как и в России, находится в противостоянии с коррумпированной властью, только в случае России — это уровень власти региональный и муниципальный, в Украине — республиканский.

- *У нас есть власть, противостоящая всяким местным негодям, то у Украины есть бедный, страдающий народ и глупая верховная власть, слившаяся с местными в своей подлости и плохих качествах.*

Сюжеты «Россия 1» создают впечатление, что страна бесконечна по протяженности, что проявляется в разных деталях: самая большая страна по перекачке горячей воды, включающая регионы как центральные, так и северные; людей, разбросанных по огромной территории. Внутри география страны выглядит следующим образом: Санкт-Петербург — культурная столица (не только России, но и Европы), Москва — источник государственной власти, Север — место, где тяжело и болезненно работать, но там живут честные русские люди.

Координата 3: время

Третье измерение дейксиса Родины — время. В сюжетах телеканала «Россия 1» национальное «мы» распространяется далеко во времени. Согласно сюжету «1812: битва версий» московский мещанин Корнюшка Чихирин услышал, что Наполеон хочет идти на Москву: «К нам? Милости просим! Хоть на Святки, хоть на Масленицу:

да и тут, девки жгутами так припопоят, что спина вздуется горой. Ведь солдаты-то твои карлики, да щегольки, ни тулупа, ни рукавиц, ни малахая не наденут. Ну, где им русское житье-бытье вынести? От капусты раздует, от каши перелопачаются, от щей задохнутся»²¹. И если московский мещанин под «нам» мог иметь в виду что-то менее масштабное и протяженное во времени, то в самом сюжете эта цитата использована для того, чтобы объединить национальное «мы» 1812 г. с национальным «мы» сегодняшним.

Добавляет исторический контекст и историческую протяженность в национальное «мы» и Патриарх Кирилл в сюжете «Патриарх призвал всех к диалогу»: «Так важно, чтобы мы, наследники Великой России, прошедшие через страшные испытания XX в., сегодня оказались способными воспринять уроки прошлого. А также, как вести современным людям себя в таких условиях, когда так много сил действует для того, чтобы склонить нас на ту или иную сторону. Нам непременно говорят о том, что если вы пойдете в ту сторону, будете счастливы, в эту сторону — будете несчастливы, но разве не то же самое говорили нам накануне кровавой революции 1917 г., разве не так говорили в течение всего XX века? И ведь поддавались, и миллионы людей шли куда-то вопреки своей воли, только потому что кто-то связывал с этим выбор счастья. Помимо воли, из сердца человеческого исходят злые помыслы, так же как и добрые помыслы, и пока мы не воспитаем человека, способного сопротивляться искушениям, мы никогда не обретем ни политической стабильности, ни мира, ни спокойствия, ни солидарности людей»²².

«Мы», согласно Патриарху Кириллу, — это наследники Великой России, прошедшие «кровавую революцию 1917 г.» и весь XX в. В своей речи Патриарх применил и другое обобщение «мы» — современные люди. Как принадлежность к человечеству в целом, В. Путин также уводит национальную историю России вглубь веков. В предвыборной статье «Россия: национальный вопрос» он связывает «день рождения гражданской нации» в России с событиями XVII в. О. Ю. Малинова (Малинова, 2012) в анализе репрезентации макрополитического сообщества в предвыборной риторике Владимира Путина отмечает по этому поводу, что события XVII в. имели место задолго до того, как соответствующая идея, т.е. представление о «нации» как о гражданстве, впервые оформилась во время Французской революции.

Участники фокус-групп отмечают, что с точки зрения временных координат в сюжетах «Россия 1» сложился континуитет эпох, завязанный вокруг лидера. В. Путин защищает народ от чиновников так же, как когда-то Петр I; поддерживает Бурановских бабушек; охраняет советское наследие; защищает стабильное настоящее и государственный суверенитет.

– Устанавливается такой континуитет эпох, у нас есть, допустим Петр Первый, которого любит Путин, но при этом Путин защищает Бурановских бабушек, которые являются воплощением советского поколения. Но сам он олицетворяет современность, которая не имеет конца.

– Путин бы воспользовался методами Петра Первого, но это несовременно, то есть Россия — это такая европейская современность. Цивилизованная страна.

²¹ Сюжет «1812: битва версий» из видеоархива за декабрь 2012 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/index?edate=02.12.2012>

²² Сюжет «Патриарх призвал всех к диалогу» из видеоархива за декабрь 2011 г. с сайта телеканала «Россия 1». Режим доступа <http://vesti7.ru/archive/news?id=30664>

Любопытно, что участники фокус-группы отметили отсутствие как такового образа будущего и сфокусированность сюжетов на настоящем, которое требуется беречь.

– *Современность — протянутая в вечность по сути. Сейчас — защита и сохранение суверенитета. Вечное решение каких-то бытовых проблем.*

Ежедневный дейксис Родины пересекает идеологические, религиозные, этнические, гендерные и другие различия помимо национальных (Биллинг, 1995). Просыпаясь утром, мы редко задаем себе вопрос, кто мы и в какой стране мы сейчас находимся? Система координат ежедневно поддерживается невидимыми и незаметными нарративами, которые мы считываем вокруг нас, и новости играют в этом немалую роль. Создавая вторую реальность, новостной контекст вписывает нас в мир, показывая какое место мы в нем занимаем и что создает это самое «мы». Традиционно национализм рассматривается на примере вновь становящихся наций и их борьбы за самоопределение. Что же держит вместе нации уже устоявшиеся?

Дейксис как инструмент политики идентичности обращает внимание на неосознаваемую, фоновую составляющую конструирования национальной общности. Топос за пределами аргумента означает, что находящиеся в поле зрения столкновения смыслов оставляют нетронутыми саму точку отсчета, наше положение в системе координат. Эти же координаты могут иметь решающее значение для реальной политики, так как затрагивают такие вопросы, как границы, партнеры и противники, бывшие исторические территории. Центр интерпретативной вселенной задает рамки, в которых в принципе может разворачиваться государственная политика идентичности и борьба интерпретаций. Результаты фокус-групп показали, что домашние новости с успехом способны поместить зрителя в центр интерпретативной вселенной Родины.

Дейктические выражения, безусловно, присутствуют в репортажах «Вести недели» на телеканале «Россия 1». Что позволяет понять анализ новостных текстов? Он позволил определить, какие именно характеристики скрываются за обобщающими «мы», «нами», «у нас». Если коротко, то «мы» на телеканале «Россия 1» — это носители русского языка и культуры, православные, укорененные в истории с Древней Руси и до наших дней. Как же удастся объединить под этими характеристиками многонациональное и многоконфессиональное государство? Работает дейксис, помещающий всех смотрящих в единую систему координат, где есть «наше общество», «наша экономика» и «наша память».

Так кто мы в версии телеканала «Россия 1»? Ветераны Отечественной войны 1812 г., наследники Великой России, прошедшей испытания революциями и войнами и при этом ставшие современными людьми. Мы — народно-коллективная воля, выраженная действиями президента страны, мы — общество, ищущее духовных скреп в милосердии, сочувствии, сострадании и взаимопомощи. Мы — экспортеры нефти и защитники от ваххабитов и радикалов. Мы — честные, небогатые, наивные граждане Российской Федерации, которые вместе с Президентом противостоят нерадивым региональным и муниципальным чиновникам, регулярно замечаемым в коррупции и некомпетентности. Мы — центр мира, столица Европы, бескрайняя страна, имеющая свой самостоятельный путь развития. Все эти смыслы, заложенные в государственной политике идентичности десять лет назад, находят свое

место и развитие в государственной политике идентичности сегодня, что делает интересным анализ борьбы интерпретаций, ставшей их истоком.

Анализ дейксиса позволил предположить параметры пространственной и временной модели российской политической идентичности. Это дает возможность не только ответить на вопрос, кто «мы», но и увидеть те связи, которые обеспечивают идентичность. Центральное положение России между Европой и Азией дает основание говорить о себе как о центре, столице, источнике цивилизации. Бескрайность, отсутствие четких границ показывает расширяющийся характер и саму способность «окультуривать» такие большие пространства. Становится видна и внутренняя структура с центром культурным — Санкт-Петербургом, и центром организационным, властным — Москвой, суровым Севером, где идет непрерывная вахта, закалка и проверка национального характера. Властный центр решает проблемы и в регионах, помогая простому, честному народу совместно со своим лидером бороться с коррупцией и некомпетентностью на местах. Временной срез показал концентрацию на настоящем и его охране, связку с прошлым: имперским и советским наследием через фигуру национального лидера — Владимира Путина, и несформированность на том этапе образа будущего.

То, что ответ на вопрос «где мы?» с точки зрения времени и пространства влияет на вопрос «кто мы?», отлично иллюстрируется дейксисом. Нахождение рядом с Россией с точки зрения пространства и времени символически включает и соседей в общее пространство, влияя на состав участников национального множественного «мы».

Укоренение в сознании рядового жителя России, зрителя телеканала «Россия 1», центрального положения России в мире, ее бесконечных масштабов, иллюстрируемых в каждой детали, даже такой как протяженность труб горячего водоснабжения, позволяет выстраивать государственную политику идентичности с позиции центра мира, цивилизационного источника.

Протяженность во времени национального пространства от Российской империи и Петра Первого до наших дней дает возможность показать неизменную роль государственной власти, заключающуюся в защите граждан от произвола местных чиновников. Особенную роль российского лидера, которая отсутствует в соседних странах, символизируя отсутствие в них государственного начала, что легитимирует и внешнюю политику.

Это базовое понимание дейксиса Родины закладывается уже в 2011–2012 гг. В условиях новых геополитических реалий сюжетная линия об отсутствии государственного начала в соседних странах и необходимости защиты граждан от произвола обретает новое прочтение, но продолжает заложенную еще тогда линию государственной политики идентичности.

Библиографический список

- Алибегиллов, Ш. А., Волков, В. А. (2016). Цивилизационная идентичность как вектор современной государственной политики. *Управленческое консультирование*, 5, 19–24.
- Бушуев, В. В., Титов, В. В. (2011). Национально-государственная идентичность в современном мире и роль исторической политики в ее формировании (теоретико-методологический анализ). *Вестник МГТУ им. М. А. Шолохова. Политология*, 4, 77–93.
- Верховский, А. (2011). Современное дискурсивное противостояние русских националистов и федеральных властей. *Вестник общественного мнения*, 4(110), 5–18.

- Кривенко, Г. А. (2010). Роль дейктических слов в референции автора художественного текста. *Филологические науки. Язык, речь, речевая коммуникация*, 7. Режим доступа https://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Philologia/7_57418.doc.htm
- Малинова, О. Ю. (2013). *Конструирование смыслов: исследование символической политики в современной России*: Монография. Москва: РАН. ИНИОН Центр социальных науч. информ. исслед. Отдел полит. науки.
- Малинова, О. Ю. (2012). Символическое единство нации? Репрезентация макрополитического сообщества в предвыборной риторике Владимира Путина. *Pro et Contra*, 3, 76–93.
- Обидина, Ю. С. (2021). Православие как основа русской идентичности: прошлое и будущее российской цивилизации. В *Восток и Запад в духовной культуре России: диалог и противостояние (от Александра Невского до наших дней)*, сборник статей по материалам всероссийской научной конференции. под ред. А. В. Ворохобова (с. 358–366). Нижний Новгород: Нижегородская духовная семинария Нижегородской Епархии Русской Православной Церкви.
- Пахолкова, Л. М. (2012). Некоторые особенности прагматики персонального дейксиса в институциональном политическом дискурсе (на материале речей руководителей ФРГ, РФ и США при вступлении в должность). *Вестник Череповецкого государственного университета*, 3, 119–122.
- Попова, О. В. (2019). Государственная политика идентичности как теоретический конструкт и реальная практика: опыт экспертных оценок российских исследователей. *Южно-российский журнал социальных наук*, 4, 74–91.
- Путин, В. В. (2012, Январь 16). Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить. *Известия*. Режим доступа <https://iz.ru/news/511884>
- Путин, В. В. (2012, Январь 23). Россия: национальный вопрос. *Независимая газета*. Режим доступа https://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html
- Путин, В. В. (2012, Январь 30). Нам нужна новая экономика. *Ведомости*, 15(3029). Режим доступа https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/01/30/o_nashih_ekonomicheskikh_zadachah
- Путин, В. В. (2012, Февраль 6). Демократия и качество государства. *Коммерсантъ*, 20/П(4805). Режим доступа <https://www.kommersant.ru/doc/1866753>
- Путин, В. В. (2012, Февраль 13). Строительство справедливости. Социальная политика для России. *Комсомольская правда*. Режим доступа <https://www.kp.ru/daily/25833/2807793/>
- Путин, В. В. (2012, Февраль 20). Быть сильным: Гарантии национальной безопасности России. *Российская газета*, 1–2. Режим доступа <https://rg.ru/2012/02/20/putin-armiya.html>
- Путин, В. В. (2012, Февраль 27). Россия и меняющийся мир. *Московские новости*, 225. Режим доступа <https://www.mn.ru/politics/78738>
- Семененко, И. С. (2011). Политическая идентичность в контексте политики идентичности. *ПОЛИТЭКС*, 2, 5–24.
- Семененко, И. С. (ред.) (2011). *Политическая идентичность и политика идентичности, в 2 т., Т. 1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий*. Москва: Российская политическая энциклопедия.
- Семененко, И. С., Малинова, О. Ю. (ред.) (2017). *Символическая политика и идентичность: теоретические и методологические проблемы*. Москва: РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед.; Отд. полит. науки.
- Сиденко, О. (2019). К вопросу о национальном строительстве в постсоветской России в контексте «отложенного» транзита. *Восток Европы*, 5, 145–164.
- Сноу, Д. А., Берк, Р. Э., Водэн, С. К., Бенфорд, Р. Д. (2013). Процессы согласования фрейма, микромобилизация и участие в общественном движении. *Социология власти*, 4, 187–224.
- Соловьёв, С. М. (2022). Символическая ресоветизация и низовой патриотизм. *Россия в глобальной политике*, 5, 121–135.
- Шмитт, К. (2021). *Понятие политического*. Киев: Изд. «КНТ».

- Штомпка, П. (2007). *Визуальная социология. Фотография как метод исследования*. Москва: Логос.
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. London: SAGE Publications.
- Couldry, N., Hepp, A., (2017). *The Mediated Construction of Reality*. UK: Polity Press.
- Elias, N. (1978). *The History of Manners*. Oxford: Basil Blackwell.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news*. London: Routledge.
- Hartley, J. (1992). *Teleology: Studies in Television*. Routledge: London.
- Jonson, D.M. (1994). Who is We?: Constructing Communities in US-Mexico Border Discourse. *Discourse and Society*, 5, 207–232.
- Kymlicka, W. (2002). Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe. In W. Kymlicka & M. Opalski (Eds) *Can Liberal Pluralism be Exported? Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Maitland, K. Wilson, J. (1987). Pronominal Selection and Ideological Conflict. *Journal of Pragmatics*, 11, 495–512.
- Petersoo, P. (2007). What Does ‘We’ Mean? National Deixis in the Media. *Journal of Language and Politics*, 6, 419–436.
- Rae, J., Drury, J. (1993). Reification and Evidence in Rhetoric on Economic Recession: Some Methods Used in the UK Press, Final Quarter 1990. *Discourse and Society*, 4, 357–394.
- Shotter, J. (1993). *The Cultural Politics of Everyday Life*. Milton Keynes: Open University Press.
- Slavtcheva-Petkova, V. (2014). Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism and the Missing Link between Identities and Media Representations. *International Journal of Communication*.
- Williams, N. (2019). *Deixis; Deixis and Indexicals*. Preprint, Universität Potsdam.
- Wilson, J. (1990). *Politically Speaking*. Oxford: Basil Blackwell.

Статья поступила в редакцию 23.11.2022
Статья принята к публикации 20.12.2022

Для цитирования: Сурсанова Ю. В. Дейксис родины в государственной политике идентичности на телеканале «Россия 1». *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 116-135.

THE DEIXIS OF HOMELAND IN STATE IDENTITY POLICY ON TV CHANNEL “RUSSIA 1”

Iu. V. Sursanova

Iuliia V. Sursanova

E-mail: giornata004@gmail.com. ORCID 0000-0001-8481-8018.

Perm State University, 15 Bukireva St., Perm, 614068, Russia

Abstract. The most important words of state identity policy are often the smallest: “we,” “this,” and “here,” i.e., words of the linguistic “deixis”. Deixis (Greek Deiktikos – indication) is the use of linguistic expressions and other signs that can only be interpreted by referring to the physical coordinates of the communicative act – its participants, its place and time. The contextual nature of deictic expressions that include the personal pronoun “we” has been studied by linguists, but only recently has it attracted sociologists and political scientists. Researchers believe that deixis allows one to see how the “center of the interpretive universe” works, whose potential appears not to have been completely disclosed. Thus, the purpose of the research presented in this article is to test deixis as a tool to analyze representations of state identity policy in media and assess the impact of the use of the deixis of Homeland in the construction of state identity policy, through the example of the TV channel “Russia 1”. The methodological basis of the research is the concept of identity policy, as suggested by one of the key experts in the sphere of identity studies, I. S. Semenenko, a Corresponding Member of RAS. Identity policy is defined within this concept as a targeted program for building a political community’s identity. I. S. Semenenko

qualifies identity policy in both theoretical and empirical dimension with reference to historical policy, museum practices, etc. As a chronological framework, the period between 2011 and 2012, characterized in Russia by an active surge of comprehension and reinterpretation of the Russian identity, was chosen. 106 reports for December 2011 and December 2012 on Vesti Nedeli (News of the Week) on Rossiya 1 TV channel served as an empirical base of the research. This research is based on Frame Analysis and the Theory of Banal Nationalism. As an empirical technique, we used content analysis of video materials, which identified 32 cases of the use of deictic expressions of state identity policy, broadcast by the tools of the television channel "Russia 1". The novelty of the research consists in testing the linguistic tool of deixis with regard to a political topic of the study; namely, state identity policy through the medium of news stories. The analysis of deixis made it possible to assume parameters for the spatial and temporal model of Russian political identity, demonstrating the way in which the answer to the question "where are we?" in terms of time and space affects the question "who are we?" It also emphasized the role of deixis in shaping state identity policy, which gave researchers the possibility to define it from the perspective of the center of the world and the source of civilization.

Keywords: identity, identity policy, state identity policy, deixis, "Russia 1" TV channel.

DOI 10.31429/26190567-23-4-116-135

References

- Alibegilov, Sh. A., Volkov, V. A. (2016). Tsivilizatsionnaya identichnost' kak vektor sovremennoy gosudarstvennoy politiki [Civilizational Identity as a Vector of Modern State Policy]. *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye* [Management Consulting], 5, 19–24.
- Billig, M. (1995). *Banal Nationalism*. London: SAGE Publications.
- Bushuev, V.V., Titov, V.V. (2011). atsonal'no-gosudarstvennaya identichnost' v sovremennom mire i rol' istoricheskoy politiki v yeye formirovani (teoretiko-metodologicheskii analiz) [National and State Identity in The Modern World and The Role of Historical Policy in its Formation (Theory-Methodological Analysis)]. *Vestnik MGTU im. M. A. Sholokhova. Politologiya* [Bulletin of MSTU im. M. A. Sholokhov. Political Science], 4, 77–93.
- Couldry, N., Hepp, A., (2017). *The Mediated Construction of Reality*. UK: Polity Press.
- Elias, N. (1978). *The History of Manners*. Oxford: Basil Blackwell.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news*. London: Routledge.
- Hartley, J. (1992). *Teleology: Studies in Television*. Routledge: London.
- Jonson, D.M. (1994). Who is We?: Constructing Communities in US-Mexico Border Discourse. *Discourse and Society*, 5, 207–232.
- Krivenko, G. A. (2010). Rol' deykticheskikh slov v referentsii avtora khudozhestvennogo teksta [The Role of Deictic Words in the Reference of the Author of a Literary Text]. *Filologicheskiye nauki. Yazyk, rech', rechevaya kommunikatsiya* [The Role of Deictic Words in the Author's Reference in a Literary Text], 7. Retrieved from https://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Philologia/7_57418.doc.htm
- Kymlicka, W. (2002). Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe. In W. Kymlicka & M. Opalski (Eds) *Can Liberal Pluralism be Exported? Western Political Theory and Ethnic Relations in Eastern Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Maitland, K. Wilson, J. (1987). Pronominal Selection and Ideological Conflict. *Journal of Pragmatics*, 11, 495–512.
- Malinova, O. Yu. (2012). Simvolicheskoye yedinstvo natsii? Rerezentatsiya makropoliticheskogo soobshchestva v predvybornoy ritorike Vladimira Putina [Symbolic Unity of the Nation? Representation of the Macropolitical Community in Vladimir Putin's Election Rhetoric]. *Pro et Contra* [Pro et Contra], 3, 76–93.
- Malinova, O. Yu. (2013). *Konstruirovaniye smyslov: issledovaniye simvolicheskoy politiki v sovremennoy Rossii* [Designing Meanings: A Study of Symbolic Politics in Contemporary Russia]. Moskva: RAN. INION Tsentr sotsial'nykh nauch. inform. issled. otdel polit. nauki.

- Obidina, Yu. S. (2021) Pravoslaviye kak osnova russkoy identichnosti: proshloye i budushchee rossiyskoy tsivilizatsii In *Vostok i Zapad v dukhovnoy kul'ture Rossii: dialog i protivostoyanie (ot Aleksandra Nevskogo do nashikh dney)*, *sbornik statey po materialam vserossiyskoy nauchnoy konferentsii* [Orthodoxy as the Basis of Russian Identity: The Past and the Future of Russian Civilization. East and West in the Spiritual Culture of Russia: Dialogue and Confrontation (from Alexander Nevsky to the Present Day)] (pp. 358–366). Nizhniy Novgorod: Nizhegorodskaya dukhovnaya seminariya Nizhegorodskoy Yeparkhii Russkoy Pravoslavnoy Tserkvi.
- Pakholkova, L. M. (2012). Nekotorye osobennosti pragmatiki personal'nogo deyxisa v institucional'nom politicheskom diskurse (na materiale rechey rukovoditeley FRG, RF i SSHA pri vstuplenii v dolzhnost') [Some Characteristics of Personal Deixis Pragmatics in Institutional Political Discourse (on the Speeches of German, Russian and American Leaders at their Inauguration)]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Cherepovets State University], 3, 119–122.
- Petersoo, P. (2007). What Does 'We' Mean? National Deixis in the Media. *Journal of Language and Politics*, 6, 419–436.
- Popova, O. V. (2019) Gosudarstvennaya politika identichnosti kak teoreticheskiy konstrukt i real'naya praktika: opyt ekspertnykh otsenok rossiyskikh issledovateley [Identity Policy at National Level as a Theoretical Construct and Real Practice: Expert Assessments Attempt]. *Uzhno-rossiyskiy zhurnal sotsial'nykh nauk* [South-Russian Journal of Social Sciences], 4, 74–91.
- Putin, V. V. (2012, February 13). Stroitel'stvo spravedlivosti. Sotsial'naya politika dlya Rossii [Building Justice. Social Policy for Russia]. *Komsomol'skaya Pravda* [Komsomol'skaya Pravda]. Retrieved from <https://www.kp.ru/daily/25833/2807793/>
- Putin, V. V. (2012, February 20). Byt' sil'nym: Garantii natsional'noy bezopasnosti Rossii [Being Strong: National Security Guarantees]. *Rossiyskaya gazeta* [Rossiyskaya gazeta], 1–2. Retrieved from <https://rg.ru/2012/02/20/putin-armiya.html>
- Putin, V. V. (2012, February 27). Rossiya i menyayushchiysya mir [Russia and the Changing World]. *Moskovskie Novosti* [Moskovskie Novosti], 225. Retrieved from <https://www.mn.ru/politics/78738>
- Putin, V. V. (2012, February 6). Demokratiya i kachestvo gosudarstva [Democracy and the Quality of the State]. *Kommersant* [Kommersant], 20/P(4805). Retrieved from <https://www.kommersant.ru/doc/1866753>
- Putin, V. V. (2012, January 16). Rossiya sosredotachivayetsya — vyzovy, na kotoryye my dolzhny otvetit' [Russia is Focusing – Challenges We Must Meet]. *Izvestiya* [Izvestiya]. Retrieved from <https://iz.ru/news/511884>
- Putin, V. V. (2012, January 23). Rossiya: natsional'nyy vopros [Russia: The National Question]. *Nezavisimaya gazeta* [Nezavisimaya gazeta]. Retrieved from https://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html
- Putin, V. V. (2012, January 30). Nam nuzhna novaya ekonomika [We Need a New Economy]. *Vedomosti* [Vedomosti], 15(3029). Retrieved from https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2012/01/30/o_nashih_ekonomicheskikh_zadachah
- Rae, J., Drury, J. (1993). Reification and Evidence in Rhetoric on Economic Recession: Some Methods Used in the UK Press, Final Quarter 1990. *Discourse and Society*, 4, 357–394.
- Semenenko, I. S. (2011) Politicheskaya identichnost' v kontekste politiki identichnosti [Political Identity and Identity Politics]. *POLITE'KS* [POLITEX], 2, 5–24.
- Semenenko, I. S. (Ed.). (2011). *Politicheskaya identichnost' i politika identichnosti, v 2 t., T.1: Identichnost' kak kategoriya politicheskoy nauki: slovar' terminov i ponyatiy* [Political Identity and Identity Politics, in 2 Volumes, v.1: Identity as a Category of Political Science: a Dictionary of Terms and Concepts]. Moskva: Rossiyskaya politicheskaya entsiklopediya.
- Semenenko, I. S., Malinova, O. Yu. (Eds) (2017). *Simvolicheskaya politika i identichnost': teoreticheskiye i metodologicheskiye problemy* [Symbolic Politics and Identity: Theoretical and Methodological Problems]. Moskva: RAN. INION. Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled.; Otd. polit. nauki.

- Shmitt, K. (2021). *Ponyatie politicheskogo* [The Concept of The Political]. Kiev: Izd. "KNT".
- Shotter, J. (1993). *The Cultural Politics of Everyday Life*. Milton Keynes: Open University Press.
- Shtompka, P. (2007). *Vizual'naya sociologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya* [Visual Sociology. Photography as a Research Method]. Moskva.: Logos.
- Sidenko, O. (2019) K voprosu o natsional'nom stroitel'stve v postsovetskoj Rossii v kontekste "otlozhennogo" tranzita [On the Issue of National Construction in Post-Soviet Russia in the Context of "Delayed" Transit]. *Vostok Evropy`* [East of Europe], 5, 145–164.
- Slavtcheva-Petkova, V. (2014). Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism and the Missing Link between Identities and Media Representations. *International Journal of Communication*.
- Snou, D. A., Berk, R. E., Vode`n, S. K., Benford, R. D. (2013). Protsessy soglasovaniya freyma, mikromobilizatsiya i uchastiye v obshchestvennom dvizhenii [Frame Alignment Processes, Micromobilization and Social Movement Participation]. *Sotsiologiya vlasti* [Sociology of Power], 4, 187–224.
- Solov`ev, S. M. (2022) Simvolicheskaya resovetizatsiya i nizovoi patriotizm [Symbolic re-Sovietization and Grassroots Patriotism]. *Rossiya v global'noy politike* [Russia in Global Politics], 5, 121–135.
- Verkhovskiy, A. (2011). Sovremennoye diskursivnoye protivostoyaniye russkikh natsionalistov i federal'nykh vlastey [Contemporary Discursive Confrontation of Russian Nationalists and Federal Authorities]. *Vestnik obshhestvennogo mneniya* [Bulletin of Public Opinion], 4(110), 5–18.
- Williams, N. (2019). *Deixis; Deixis and Indexicals*. Preprint, Universität Potsdam.
- Wilson, J. (1990). *Politically Speaking*. Oxford: Basil Blackwell.

Received 23.11.2022

Accepted 20.12.2022

For citation: Sursanova Iu. V. The Deixis of Homeland in State Identity Policy on TV Channel "Russia 1". — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 116-135.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

МЕХАНИЗМЫ КОНТРОЛЯ НАД СМИ ПО-АЗИАТСКИ: КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА И ТАДЖИКИСТАНА

Д. М. Салимов

Салимов Диловар Мирзомуддинович

Эл. почта: dilovar.salimov.1988@mail.ru. ORCID 0000-0002-6697-0902.

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова,
наб. Северной Двины, 17, Архангельск, 163002, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются механизмы и институты реализации политического режима цензуры и контроля над СМИ в информационном поле Таджикистана и Узбекистана. Отмечается, что сформированный ими политический режим цензуры и контроля над СМИ значительно уменьшает в них поток информационных атак и тем самым создает медийное пространство, в котором все правила диктуются властями. Функционирование СМИ в рамках этой стратегии — залог устойчивости как внешней, так и внутренней политики национальных государств. Этот аспект рассматривается в сравнительном ключе с учетом анализа публикации СМИ и нормативных актов, касающихся политической жизни обоих государств. Определяются механизмы реализации политического режима цензуры и контроля над различными видами СМИ в зависимости от занимаемой ими позиции по отношению к действующим режимам. Выявляются как правовые, так и внеправовые механизмы политического режима цензуры и контроля над СМИ. Одним из ключевых выводов является то, что политическая динамика Таджикистана и Узбекистана во многом определяется организацией массовых медиапотоков, которые считаются ключевым инструментом в контексте легитимации действия местных властей. Предлагаемые ими методы решения существующих проблем демонстрируют различное сочетание демократических принципов и механизмов императивной координации, толкающих эти государства к стилистике намеренного и ненамеренного авторитаризма. Разработанный ими политический режим цензуры и контроля над СМИ выступает залогом информационной безопасности в условиях политико-идеологического противостояния как между властью и оппозицией в этих государствах, так и геополитическими игроками в регионе. Концептуальной основой исследования также служит научное представление о том, что в национальных государствах важным фактором становится обоснованность политики режимов, чьи устойчивости предлагают наличие механизмов информационного воздействия власти на общество и модели политического позиционирования СМИ, каковым выступает политический режим цензуры и контроля.

Ключевые слова: политический режим, политическая цензура, СМИ, власть, государство, легитимный порядок, персонификации политического режима, авторитарный режим, информационная безопасность.

Введение

Политическая динамика среднеазиатских государств во многом определяется организацией массовых медиапотоков, которые являются ключевым инструментом в контексте легитимации действия национальных государств. Предлагаемые ими методы решения существующих проблем демонстрируют различное сочетание демократических принципов и механизмов императивной координации, толкающих эти государства к стилистике намеренного и ненамеренного авторитаризма. Определенное место в этом пространстве занимают Таджикистан и Узбекистан, предлагающие собственный набор инструментов информационного воздействия государства на общество и модель политического позиционирования СМИ. Разработанный ими политический режим цензуры и контроля над СМИ выступает залогом информационной безопасности,

особенно в условиях политико-идеологического противостояния, как между властью и оппозицией в этих государствах, так и геополитическими игроками в регионе.

В научной сфере стран данный вопрос изучается исключительно в контексте определения их позиционирования по отношению к внешней политике этих государств. В них доминирует тенденция, согласно которой политическая цензура представляет собой не только способ фильтрации журналистского текста или недопущение критических материалов в СМИ, но прежде всего факт отхода от установленного стандарта поведения¹. Она воздействует не только и не столько на совокупность дискуссионных материалов в СМИ, подвергаемых цензуре, но и на все пространство мысли и тем самым обеспечивает введение его в рамки, приемлемые для власти и для стимулирования самоцензуры (Avsar, 2022).

Вопрос о политическом позиционировании СМИ среднеазиатских государств и сформированной по отношению к ним системе цензуры также обсуждается на научных конференциях (Карпов, 2013; Абишева, Шаймергенов, 2017) регионального уровня с участием постсоветских и зарубежных экспертов. Однако в рамках подобных конференций исследуемое явление рассматривается на практическом уровне, а его теоретическая значимость остается без внимания.

Относительно новый подход к функционированию СМИ среднеазиатских государств с учетом анализа их внешней и внутренней политики можно наблюдать в работах западных исследователей (Jansen, 1991; Merrett, 2007; Osman, 2019). Здесь внимание уделено не только развитию СМИ в условиях глобализации, но и формированию системы цензуры, выступающей залогом информационной устойчивости власти. Функционирование СМИ и анализ сформированной по отношению к ним системы цензуры рассматривается как фактор, определяющий особенность политического режима в национальных государствах, их демократический или авторитарный характер, хотя используемые методы и критерии оценивания демонстрируют определенную политическую и идеологическую склонность авторов.

Отправным концептуальным основанием данного исследования является научное представление о том, что в современных политических режимах (включая авторитарные, смешанные и демократические) важным фактором становится обоснованность политики режима, чья устойчивость предлагает наличие механизмов информационного воздействия власти на общество и модели политического позиционирования СМИ. В условиях национальных государств одним из вероятных сценариев данной модели становится высокий уровень персонализации политического режима и отсутствие пространства для публичного оспаривания, что в свою очередь значительно осложняет задачу механизмов обеспечения обоснованности политики местных властей. Данное обстоятельство привело не только к изменению механизмов решения политических вопросов, но и к применению всех благоприятных возможностей решения существующих проблем, примером которых является формирование политического режима цензуры и контроля над СМИ.

¹ Турдубаева, Э. Состояние СМИ и роль социальных сетей в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане (2018). Cabar.asia, Режим доступа <https://school.cabar.asia/ru/books/sostojanie-smi-i-rol-socialnyh-setej-v-kazahstane-kyrgyzstane-tadzhikistane-i-uzbekistane/>

Плюрализм интерпретаций политической цензуры и политического контроля

К одним из важных факторов, определяющих характеристику политического режима, относятся методы и способы осуществления политического контроля над обществом в целом. Политический контроль создает не только формат поведения политических субъектов, но и значительным образом формирует мировоззрение и поведение общества на основе задаваемых идеологических канонов и практических потребностей политического режима.

Особенность данного явления в условиях среднеазиатских стран заключается в том, что оно зачастую выходит за рамки общепринятых правил и публичной политики и охватывает практически всю общественно-политическую сферу. Это связано, с одной стороны, с продолжительностью борьбы за власть значительно угрожающей легитимному и общественному порядку, с другой — с необходимостью сохранить устойчивость политических режимов, базирующихся на «институте личности». По утверждению П. Роллберга и М. Ларуэля, последнее стало важным при разработке системы цензуры и контроля над СМИ в этих государствах (Rollberg, Laruelle, 2015).

Политическая цензура является одной из форм политического контроля, предусматривающего тотальное вмешательство режима, не только в публичную сферу, но и в производство информации. Политическая цензура, пишет Б. Мюллер, как одна из форм политического контроля исключительно ориентирована на тотальный контроль над всем, что попадает в публичную сферу. Ее первичная задача — запрет информации, распространение которой приведет к появлению в обществе недовольных групп (Driscoll, 2012). Эту информацию исследователь К. Янсен называет «политическое знание», которое может сформировать у аудитории противоположное мнение по отношению к режиму (Jansen, 1991).

Политическая цензура, пишут Ф. Кук и К. Хайльманн, характерна для авторитарных режимов, с помощью которой диктаторы управляют недовольной частью общества, лишая ее возможности открытого обсуждения вопросов, касающихся деятельности власти и публичной сферы в целом (Freedma, Kurambayev, 2019). Данную стратегию Х. Мерретт называет «попыткой предотвратить коллективное действие против политического режима» (Merrett, 2007).

Политическая цензура в системе тотального государственного управления признается залогом информационной безопасности и фактором стабильности общества в целом. Главная функция политической цензуры — осуществление контроля в информационном поле государства. Здесь политическая цензура приобретает положительный оттенок, а ее наличие в системе государственного управления становится определяющей (Horton, 2011; Гегель, 1978).

При этом следует подчеркнуть, что в плюралистическом обществе явно просматриваются отрицательные факторы действия этой системы. В качестве негативного влияния отмечается ограничение свободы СМИ, возможности манипулирования общественным сознанием в угоду конъюнктуре, в результате чего возникает недоверие к официальной идеологии со стороны социума. Возникновение политической цензуры в тоталитаризирующих системах тесно связано с формированием государства и необходимостью обеспечить эффективное управление большим и крайне разрозненным населением (Поцелуев, Курбатов, Маник, 2021). Политическая цензура в такой форме, как пишет Т. М. Горяева, «возникла в тот момент,

когда группа людей, обладавшая властью и имуществом, стала навязывать свою волю остальным» (Горяева, 2009).

Тем не менее в обоих случаях очевидным остается тот факт, что задача системы цензуры остается неизменной, она ориентирована на ограничение свободного обмена информацией. Политический режим тоталитарного плана по своей природе связан с определенной идеологией, выступающей ориентиром общественного развития и носителем его стратегии. Поддержание и распространение официальной идеологии и стратегии в государственной системе преимущественно возложено на СМИ. Закрепляя идеологию, мораль, провозглашая свободу слова, свободу идейной борьбы между политическими силами, СМИ обеспечивают информационную стабильность властной системы (Матц, 1992).

Политическая цензура как система надзора и контроля является частью системы управления среднеазиатских государств. В силу того, что правящая элита не всегда может контролировать процессы, происходящие в обществе, роль и функции системы цензуры на себя берет манипуляция массовым сознанием. В условиях Таджикистана и Узбекистана данный процесс можно обозначить понятием «политический режим цензуры и контроля над СМИ». Под этим понятием подразумевается институциональный порядок тотального контроля существующей властью над информационными ресурсами в целях обеспечения ее информационной безопасности и устойчивости ее признания со стороны общества на основе включения в процесс имеющегося медийного ресурса, декларирующего властную политическую идеологию.

Таджикская модель политического режима цензуры и контроля над СМИ

Существующий политический режим цензуры и контроля в Таджикистане значительным образом обеспечивает процесс формирования государственного контроля над информационными ресурсами. Стратегия реализации политического режима цензуры и контроля в основном разрабатывается институтами государственной власти. Разработанная ими стратегия контроля, базирующаяся на правовых и неправовых методах, реализуется как вертикально с учетом применения законов, регулирующих деятельность СМИ, так и горизонтально путем участия в формировании подконтрольных общественных организаций (Салимов, 2023).

В стране прямое (законное) вмешательство в деятельность СМИ отсутствует. В Конституции Республики Таджикистан (РТ) закреплено, что каждому гарантируется свобода слова, печати, право на пользование средствами информации. Пропаганда и агитация, разжигающие социальную, расовую, национальную, религиозную и языковую вражду и неприязнь, запрещены, как и государственная цензура и преследование за критику (ст. 30)². Так, в законе РТ «О периодической печати и других средствах массовой информации»³ закреплено, что печать и другие средства массовой информации пользуются свободой. Каждый гражданин РТ имеет право свободно выражать свои убеждения и придерживаться своих взглядов, сообщать их в любой форме через прессу и другие средства массовой информации.

² Конституция Республики Таджикистана от 6.11.1994 г. № 1. Режим доступа <http://mmk.tj/content/конституция-чумхурии-тоҷикистон>

³ Закон Республики Таджикистан «О периодической печати и других средствах массовой информации» от 19.03.2013 № 961. Режим доступа <http://mmk.tj/content/қонуни-чумхурии-тоҷикистон-дар-бораи-матбуоти-даврий-ва-дигар-воситаҳои-ахбори-омма>

Цензура массовой информации не допускается (ст. 3). Также закон РТ «О доступе к информации» (Закон РТ «О праве на доступ...», 1994) создает правовые условия для реализации права каждого гражданина на свободное осуществление поиска и извлечения информации.

В законодательных документах, касающихся СМИ, не упоминаются названия органов цензуры, однако на практике деятельность СМИ контролируют Министерство культуры РТ, Министерство юстиции РТ и Налоговый комитет при Правительстве Республики Таджикистан. Это проявляется в процедуре получения регистрации и лицензий, периодической проверке документов, повышении налогов, закрытии СМИ в случае нарушения законодательства, защищающего информационную безопасность, государственную тайну.

Все виды СМИ независимо от формы принадлежности находятся под воздействием политического режима цензуры и контроля над СМИ. В зависимости от занимаемой ими позиции механизмы политического режима цензуры и контроля по отношению к различным видам СМИ осуществляются по-разному. Так, функционирование государственных СМИ вполне соответствует требованиям политического режима цензуры и контроля. Данный режим воспринимается ими как идеология правящей элиты, ориентир общественного развития и носитель его стратегии. Они охватывают широкую аудиторию и представляют собой «силу», у которой пока нет равного соперника (Шарифзода, 2009). Речь идет об их политическом статусе ввиду своей принадлежности государству, хотя, как показывает анализ, в плане освещения политически важных вопросов они во многом отстают от независимых СМИ (Шарифзода, 2014). В распоряжении власти находятся самые крупные общереспубликанские СМИ, такие как НИАТ «Ховар», «ТВ Тоҷикистон», «ТВ Чохоннамо», «ТВ Сафина», радиостанции НИАТ «Ховар», «Тоҷикистон», газеты «Республика», «Голос народа», «Трибуна народа» и т.д. Контроль над всеми периодическими изданиями осуществляется издательско-полиграфическим комплексом «Шарки Озод» — исполнительным аппаратом президента РТ, одним из крупнейших полиграфических предприятий в среднеазиатских странах. Контроль над электронными СМИ реализуется Комитетом по телевидению и радио при Правительстве РТ. Закон «О телевидении и радиовещании» не допускает вмешательства государственных органов в деятельность комитета, и, соответственно, государственная цензура и преследования за критику запрещаются (ст. 6). Но в то же время политику в области телевидения и радиовещания определяет только государство⁴.

Политический режим цензуры и контроля в отношении независимых СМИ осуществляется посредством принятия многочисленных законов и законодательных актов, нарушение которых приводит к санкциям по отношению к ним, а иногда к их ликвидации. Позиционирование независимых СМИ зачастую становится причиной разногласий между ними и властью. Причина кроется не только в том, что СМИ стремятся контролировать действия власти, поддерживая интересы социума, но и в том, что они финансируются определенными политическими объединениями, стремящимися заполучить власть на отдельно взятой территории, и действуют в их интересах. В экономическом положении независимых СМИ решающую роль по-прежнему играют два фактора: 1) умение договориться с органами государ-

⁴ Закон Республики Таджикистан «О телевидении и радиовещании» от 14.12.1996 № 382. Режим доступа <http://mmk.tj/content/дар-бораи-телевизион-ва-радиошунавонӣ>

ственной власти и выйти на заключение с ними договора о сотрудничестве (т.е. получить доступ к бюджетному финансированию); 2) обеспечить себе финансовую базу за счет представителей бизнеса (Салимов, 2018).

Политический режим цензуры и контроля в отношении партийно-религиозных СМИ осуществляется по тем же принципам, что и независимых СМИ. Как партийно-религиозные, так и независимые СМИ в силу поддержки иной позиции в отношении политических решений, принимаемых властью, часто оказываются под давлением государственных органов. Религиозные СМИ представлены двумя группами: способствующими политизации ислама и религиозными формированиями, не претендующими на политическое влияние в обществе. К первой группе относится «Спасение» — орган печати ПИВТ⁵ (запрещенная в Таджикистане партия с сентября 2015 г.). Вторая группа религиозных СМИ, появившаяся в постконфликтный период («Прозрачность», «Подлинность»), не является политизированной. Они принадлежали различным медиа-холдингам и религиозным учреждениям и не имели аналогов в контексте освещения традиционного ислама. Одним из важных органов цензуры для религиозных СМИ является Комитет по религии, упорядочению традиций, торжеств и обрядов при Правительстве РТ. Одна из главных задач этого Комитета — осуществление контроля над информационными ресурсами по свободе совести и религиозных объединений. Эту функцию также выполняет Исламский Центр РТ, который одобряет политику власти в области религии. Ярким примером служит скандал вокруг закрытия мечети «Мухаммадия», известной как мечеть семьи Тураджонзода, которой также принадлежал интернет-сайт www.turajon.com. Инициатором данного инцидента стало руководство Исламского Центра РТ.

Политический режим цензуры и контроля по отношению к другим партийным СМИ проявляется не только в их ограничении, но в создании отрицательного образа лидеров политических партий в подконтрольных власти СМИ. Сегодня в стране официально функционируют семь политических партий, шесть из которых представлены в парламенте страны. Среди них доминирующее место занимает НДПТ — правящая партия, которой принадлежит 11 периодических изданий, выходящих по всей стране. Центральное издание партии, газета «Трибуна народа», еженедельно выходит с тиражом 64 тыс., а ее редакционная политика вполне соответствует идеологии политического режима цензуры и контроля.

Учитывая зону распространения, второе место занимает КПТ, чья идеология отражается в таких изданиях, как «Голос труженика», «Утро Памира» и «Коммунист Таджикистана» на русском, таджикском и узбекском языках. В то же время СМИ партий ДПТ, АПТ, СПТ и ПЭРТ в основном проявляют активность только в период выборов. Подобно независимым СМИ, они часто сталкиваются с проблемой получения регистрации. Так, СДПТ выпускала газету «Социал-демократ», однако, несмотря на многократные обращения в Министерство культуры РТ, партия не смогла зарегистрировать свое издание.

Кроме того, вопрос о наличии у политических партий СМИ в сетевой среде по-прежнему остается острым. На сегодняшний день, кроме НДПТ, остальные партии не имеют своего официального сайта в интернете. Из действующих партий

⁵ ПИВТ признана террористической организацией и запрещена на территории Таджикистана и России.

только три зарегистрированы в Facebook⁶. Их официальные страницы в Facebook* были зарегистрированы в начале 2020 г., и имеют ограниченное количество подписчиков. Так, в 2021 г. ни одна из оппозиционных партий не обновляла свою страницу в Facebook. В то же время страница НДПТ в Facebook*, число подписчиков которой достигает 2100 человек, обновляется практически ежедневно⁷.

Механизмы контроля над сетевыми СМИ определяются в зависимости от их позиционирования по отношению к власти. Это касается и традиционных СМИ, присутствующих в интернете, и СМИ, непосредственно функционирующих в сетевой среде. Переход традиционных государственных СМИ («Голос народа», «Республика» «ТВ Точикистон») в сетевую среду не изменил их политических приоритетов, они по-прежнему ориентированы на создание виртуального сетевого пространства, где формируется искусственный контент политической реальности страны. В отличие от них, традиционные независимые СМИ («Фараж», «СССР», «Азия-плюс») в сетевой среде значительно способствовали формированию новой модели взаимоотношений между властью и обществом (Мукимов, 2019; Мукимов, 2016). Аналогичный вывод можно сделать по отношению к СМИ, выходящим только в пространстве интернета («Rushnoi», «Your», «Точка зрения», «Factcheck»).

Следует также подчеркнуть, что глобальный характер сетевых СМИ обуславливает высокий потенциал информационно-коммуникационного проникновения в информационные пространства национальных государств. Это проявляется в том числе и в применении внешними акторами интернет-технологий в целях идеологического воздействия на адресатов отдельно взятой территории. Примером этому служит позиционирование таджикской оппозиции в социальных сетях по отношению к пограничному конфликту между Таджикистаном и Киргизией в апреле-мае 2021 г. и в сентябре 2022 г. Большинство из этих аккаунтов в социальных сетях принадлежали сторонникам тех групп, чьи деятельности были запрещены в стране. Аналогичное позиционирование сетевых СМИ, принадлежащих таджикской оппозиции, можно было наблюдать в период активизации талибов в Афганистане, эмиграции потока афганцев на территорию Таджикистана в августе 2021 г. и во время массовых протестов в г. Хороге (административный центр ГБАО) в ноябре 2021 г. В обоих случаях сетевая активность таджикской оппозиции ориентирована на формирование у адресатов протестных настроений по отношению к действующему режиму и тем самым на нарушение легитимного порядка в стране.

Узбекская модель политического режима цензуры и контроля над СМИ

Формирование политического режима цензуры и контроля над СМИ сопровождается политический курс Узбекистана с момента приобретения страной независимости. Данный период характеризуется появлением новых политических сил, стремившихся создать, с одной стороны, исламское, с другой — светское государство. Политический курс И. Каримова, значительно снижавшего политическую напряженность, сопровождался формированием политического режима цензуры и контроля над СМИ, обеспечивающего легитимации его действия. Хотя цензура

⁶ *Facebook, Instagram — социальные сети, принадлежащие компании Meta — экстремистской организации, деятельность которой запрещена в России.

⁷ Сулаймони И. Семь подписчиков в Facebook: как работают партийные СМИ Таджикистана? (2020, 1 февраля). Newreporter.org. Режим доступа <https://newreporter.org/2020/01/27/sem-podpischikov-facebook-kak-rabotayut-partijnye-smi-tadzhikistana/>

в стране официально была отменена в 2002 г., впоследствии она оказалась определяющей для власти, воплощающаяся в личности И. Каримова (Базылева, 2017).

Система «власть – общество – СМИ» в период правления И. Каримова была достаточно сложной, противоречивой и непредсказуемой. Наличие данной политики было продиктовано не только появлением политических сил и формированием протестных настроений у узбекского общества против власти, ярким примером которого является андижанские события, но и изменением ситуации как на Ближнем, так и на Дальнем Востоке, которые внушили страх очередной цветной революции узбекскому руководству.

С приходом к власти новый президент Ш. Мирзиёев свой политический курс начал с многочисленных реформ. Однако политика откровенности нового руководства воспринималась как попытка легитимации своей власти и стремление «очистить» у узбекского общества память своего предшественника И. Каримова. Такое явление является частью политики руководства и в других среднеазиатских странах (Cook, 2012).

Вместе с тем проводимые реформы также привели к усилению давления на медийное пространство. Это проявляется в принятии законов и нормативных актов, ужесточающих наказание за критику власти, как в традиционных, так и в сетевых СМИ. Справедливо замечание Ш. К. Ирназарова о том, что «Узбекистан пока не демократическая, а демократически ориентированная страна» (Ирназарова, 2018), потому и любое стремление нового руководства к либерализации СМИ можно считать лишь попыткой сохранить страну в списке свободных и демократических стран. Это во многом объясняет тот факт, что сегодня страна по-прежнему входит в список «консолидированных авторитарных государств» (Nations in Transit, 2022).

Наряду с Таджикистаном, Конституция Узбекистана гарантирует свободу слова и СМИ (ст. 29), а цензура не допускается (ст. 67). Это положение также отражается в других законах в области СМИ («О СМИ», «О защите журналистской деятельности»). Хотя в законодательстве страны не упоминаются названия органов цензуры, однако на практике контроль над СМИ обеспечивают Министерство культуры РУ, Министерство юстиции РУ, Центр мониторинга СМИ при Агентстве печати и информации Узбекистана. Особое место среди них занимает Служба государственной безопасности РУ, которая обеспечивает вертикальный контроль над СМИ. Об этом также свидетельствует проводимое исследование «The Diplomat» от 2022 г.⁸

Политический режим цензуры и контроля в Узбекистане не усложняет задачу государственных СМИ, так как они являются частью механизмов реализации этой стратегии. Они занимают доминирующее место в контексте сохранения регионального статуса ташкентского режима (Алимов, 2019). Эту функцию выполняют как электронные («ТВ Узбекистан», «ТВ Узбекистан 24», «Радио Узбекистан 24»), так и печатные СМИ («Правда Востока», «Народное слово», «Халксози»). Среди них доминирующее место занимают электронные СМИ. Сегодня среди всех видов СМИ в стране телевидение занимает первое место. Основным источником информации для узбекского общества является телевидение. Контроль над всеми электронными СМИ осуществляется НТРКУ.

⁸ Постановление правительства РТ «О Службе связи при Правительстве Республики Таджикистан» от 11.05.2011 №252. Режим доступа https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=45130

Политический режим цензуры и контроля относительно независимых СМИ осуществляется в зависимости от их позиционирования к власти. Как и в Таджикистане, это проявляется в принятии законов и законодательных актов, нарушение которых приводит к санкциям по отношению к СМИ, а иногда к их ликвидации. Не исключены и превентивные меры, в частности налоговые проверки и связанные с ними наказания. Однако в отличие от Таджикистана, большинство независимых СМИ в Узбекистане принадлежат чиновникам и бизнесменам, входящим в круг правящей элиты (Гафуров, 2021).

После андижанских событий в 2005 г. руководство страны усилило контроль над независимыми СМИ. Так, законодательство страны запрещает финансирование СМИ, особенно независимых, со стороны международных доноров, что делает их зависимыми от рекламодателей и бизнесменов. Данное обстоятельство, как заявил К. Алламжонов, ярко проявляется в участии чиновников в развитии и сохранении цензуры в СМИ⁹. Это касается как печатных («Даракчи», «Мохият») так и электронных СМИ («ZorTV», «My5», «MilliyTV», «Эхо Долины» и «OriatFM»), большинство которых также присутствуют в сетевой среде. Созданное им сетевое пространство порой формирует протестное настроение у общества, что, вероятно, и служит поводом для их ликвидации (Хасанов, 2016). Впоследствии были внесены изменения в УК УР, согласно которым публичное оскорбление или клевета в отношении президента страны наказывается лишением свободы до 5 лет. По этой статье УК РУ в 2021 г. блогер С. Бабаниязов был приговорен к трём годам лишения свободы. Позднее очередное уголовное дело было возбуждено по отношению к блогеру В. Калонову, который был отправлен в психиатрическую больницу на лечение¹⁰.

Политический режим цензуры и контроля над партийными СМИ проявляется как в вертикальном контроле путем применения законодательных актов, так и в горизонтальном, с учетом организации различных ассоциаций, обеспечивающих косвенное участие власти в производстве информации. Сегодня в стране функционируют пять политических партий, имеющих свои СМИ и представителей в парламенте. Активизация партийной жизни в стране зачастую интерпретируется как часть многоплановой стратегии нового руководства, стремящегося представить Узбекистан светской, демократической и правовой страной¹¹.

На сегодняшний день доминирующее место в информационном пространстве занимает Либерально-демократическая партия Узбекистана — правящая партия. Помимо традиционных СМИ («XX век»), партия также имеет свой интернет-сайт, где ежедневно обновляются материалы. В отличие от случая Таджикистана интернет-сайт правящей партии в Узбекистане не всегда заполняется материалами, ранее опубликованными в печатных СМИ.

Влиянию политического режима цензуры и контроля в основном подвергаются СМИ других политических партий. Так, издание НДПУ «Голос Узбекистана», несмотря на богатую историю и авторитет в информационном поле, не может кон-

9 Алламжонов: в Узбекистане сохраняются цензура и давление на СМИ со стороны чиновников (2020, 28 сент.). Kun.uz, Режим доступа <https://kun.uz/ru/news/2020/09/28/allamjonov-v-uzbekistane-saxranayutitsya-senzura-i-davleniye-na-smi-so-storony-chinovnikov>

10 Латипов Ш. Блогер осуждён на три года за оскорбление президентов (2022, 8 февр.). Портал «Газета.uz». Режим доступа <https://www.gazeta.uz/ru/2022/02/08/presidents/>

11 Грозин: как изменилась партийная жизнь в Узбекистане? (2021, 29 окт.). Портал Uz.vesti.news. Режим доступа <https://uz.sputniknews.ru/20211029/partiynaya-jizn-v-uzbekistane-serezno-aktivizirovalas-nablyudatel-21154208.html>

курулировать со СМИ правящей элиты, что обусловлено как экономическими, так и политическими факторами. Аналогичный вывод можно сделать относительно ДПУ (орган печати «Миллийтикланиш»), СДПУ (орган печати «Справедливость») и ЭПУ, которая появилась в 2019 г. и пока отстает от других партий в информационном поле страны. Политические партии, поддерживающие оппозиционные взгляды, лишены не только возможности участия на выборах, но и представления своей идеологии в информационном поле. Ярким примером служат политические партии «Эрк» и «Бирлик», которые стремятся пройти регистрацию в Министерстве юстиции РУ и участвовать в парламентских выборах, как это было в 2020 г.

Аналогично Таджикистану традиционные узбекские СМИ, присутствующие в сетевой среде значительно способствуют легитимации действия узбекского государства и сохранения его геополитической позиции в регионе (Мухаммадиев, 2018; Алимов, 2016). Помимо официального сайта, они также используют социальные сети, к которым можно отнести Facebook*, YouTube и Telegram, хотя, по сравнению с независимыми СМИ, количество их подписчиков не является существенным. Это касается как периодических изданий («Народное слово», «Правда Востока»), так и электронных государственных СМИ («ТВ Узбекистан», Радио Узбекистан 24»), присутствующих в сетевой среде.

Независимые периодические издания, присутствующие в интернете («Даракчи», «Мохият»), наряду с электронными независимыми СМИ («ZorTV», «MilliyTV» «Эхо Долины») также активно используют социальные сети (Обидов, 2017). Среди них самой популярной социальной сетью является Facebook*, за ним следуют Instagram* и Twitter. Созданное публичное пространство для обсуждения существующих проблем формирует протестное настроение у общества, что, вероятно, и служит поводом для их идентификации с противниками власти (Муратова, 2019). Этому яркий пример — закрытие независимой газеты «Новый век» в 2015 г. и интернет-сайта «Uznews.net» в 2014 г. за критическое позиционирование относительно тогдашнего президента страны И. Каримова.

Аналогичный вывод можно сделать относительно глобальных сетевых СМИ (Мэтякубов, 2012). По официальным данным на сегодняшний день более 6 млн. узбекистанцев пользуются социальными сетями. Наиболее популярными среди социальных сетей в стране являются Telegram и YouTube. Они способны оказывать влияние на происходящие события, как это было в июле 2022 г. на севере страны после вынесения на общественное обсуждение проекта новой редакции Конституции. Несмотря на закрытие доступа к интернет-изданиям, глобальные сетевые СМИ продолжали освещать происходящие события, а в некоторых случаях призывали общество к митингу. Так, в июле 2022 г. редактор газеты «На службе народа» Д. Тажимуратов выступил в своем телеграм-канале с призывом провести перед зданием «ЖокаргыКенеса» (Высший государственный орган власти) митинг за свободу Каракалпакстана.

Перечисленные примеры демонстрируют, что с приходом к власти нового руководства стратегия политического режима цензуры и контроля над СМИ не изменилась, а также по-прежнему является залогом информационной безопасности в стране. Она ориентирована не только на легитимацию публичной политики, но и на создание информационного пространства, которое представило бы проводимый президентом курс политики демократическим, а его партию конкурентоспособной. Одним из вероятных следствий этой политики становятся искажения

функции СМИ, которые по-прежнему остаются инструментом идеологического воздействия власти.

Методы политического режима цензуры и контроля над СМИ в Узбекистане и Таджикистане: механизмы и институты реализации

Организация массовых медиапотоков, выступающих ключевым инструментом в контексте легитимации действий национальных государств, сопровождается появлением новых методов ограничения СМИ. Анализ демонстрирует следующие методы контроля над СМИ в Таджикистане и Узбекистане:

1. *Технические ограничения*, чаще всего ориентированные на сетевые СМИ. В Таджикистане механизмом реализации технического ограничения СМИ выступает Служба связи при Правительстве РТ. Ее главная функция заключается в разработке и реализации государственной политики в области связи, проведении государственного надзора, регулировании и осуществлении деятельности по оказанию услуг в этой сфере¹². Данный орган также управляет государственным оператором связи «Точиктелеком», являющимся единственным юридическим лицом, импортирующим интернет-трафик в стране. Подобным статусом обладает Единый коммутационный центр (ЕКЦ), созданный при «Таджиктелеком», посредством которого аккумулируются международные услуги связи и интернета всех операторов и провайдеров страны. Вероятность масштабного технического ограничения сетевых СМИ возрастает в случае распространения информации, не соответствующей идеологии власти. Примером служит, масштабная блокировка интернет-сайтов и закрытие доступа к социальным сетям в конце 2021 и начале 2022 гг, в связи со сложившейся ситуацией в городе Хороге.

В Узбекистане технический контроль осуществляется в основном Государственной инспекцией по контролю в сфере информатизации и телекоммуникаций («Узкомназорат»), обеспечивающей правила существования контента в интернете. Эту функцию также выполняет Центр мониторинга СМИ при Агентстве печати и информации Узбекистана, непосредственно занимающийся изучением контента СМИ и инициирующий санкции в их отношении. Аналогично Таджикистану в узбекском обществе оперативная реакция стратегии технического ограничения на любые социальные и политические вызовы также проявляется в блокировке интернет-сайтов и закрытии доступа к интернету. Примером служат происходящие события в начале июля 2022 г. на севере страны после вынесения на общественное обсуждение проекта новой редакции Конституции. Данное действие было обосновано необходимостью предотвращения «фейковых новостей» и «вовлечения граждан в антиконституционную деятельность»¹³.

2. *Правовое ограничение*, непосредственно связанное с комплексом правовых мер, ориентированных на ограничение сферы влияния СМИ.

Законы в области СМИ в Таджикистане постоянно изменяются, что также обусловлено ростом сетевой аудитории как с учетом усиления роли СМИ, присутствующих в интернете, так и социальных сетей. Особое значение в этом направлении имеют

¹² Постановление Правительства Республики Таджикистана «О Порядке государственного учета издательской деятельности, полиграфических предприятий и ведения Государственного единого реестра» от 25.02.2017 № 97. Режим доступа http://adlia.tj/show_doc.fwx?rgn=128857

¹³ МИД объяснил ограничение интернета в Каракалпакстане. Режим доступа <https://www.gazeta.uz/ru/2022/07/06/response/>

Закон РТ «О борьбе с терроризмом», Закон РТ «О противодействии экстремизму»¹⁴ и Уголовный кодекс РТ¹⁵.

Внесенные изменения в них в последние годы позволили значительно расширить сферу влияния государственных органов в контексте ограничения сферы влияния СМИ. Так, согласно Закону РТ «О борьбе с терроризмом»¹⁶ по всей территории страны или в отдельных ее регионах может быть приостановлен доступ к электронным средствам связи. Содержание материалов террористического или экстремистского характера определяет группа экспертов Комитета по делам религии при правительстве РТ. Аналогичный контроль над СМИ предусматривается в Законе РТ «О противодействии экстремизму», предоставляющий Службе связи при правительстве РТ право контролировать сетевые СМИ, а в случае необходимости ограничить доступ к ним.

Важным в усилении политического режима цензуры и контроля над СМИ стало изменение, внесенное в ст. 137 УК РТ, предусматривающее уголовную ответственность за публичное оскорбление или клевету в адрес лидера нации, каковым с 2016 г. является президент страны. Сложность заключается в том, что в законе не конкретизируются понятия «критика» и «оскорбление», что способствует привлечению СМИ к уголовной ответственности за любую критику власти. Данная инициатива рассматривается как осознанный механизм реализации системы цензуры над независимыми СМИ, поскольку критика президента страны в государственных СМИ маловероятна. Самое наглядное свидетельство этому — обвинение в адрес газеты «Взгляд» и информационного агентства «TojNews» в 2016 г. со стороны Министерства культуры РТ за оскорбление президента страны и неуважение к национальным символам, в результате чего газета перестала функционировать.

Отличие от Таджикистана, правовые меры контроля в Узбекистане зачастую ориентированы на ограничение сетевых СМИ и сетевой аудитории. Ярким примером правового контроля в стране можно считать внесенные изменения в Постановление «О мерах по повышению информационной безопасности в глобальной информационной сети Интернет», согласно которым СМИ теперь должны пройти регистрацию на Едином портале интерактивных государственных услуг РУ (ЕПИГУ). Хотя это упрощает процесс регистрации СМИ, но в то же время предоставляет ЕПИГУ не допустить в информационную сферу СМИ, чья идеология не соответствует идеологии действующего режима.

Можно также говорить о Законе РУ «О персональных данных», позволяющем «Узкомназорату» блокировать доступ к веб-сайтам, которые не соответствуют данному постановлению. Закон также требует от «Узкомназората» хранить персональные данные граждан на серверах, которые должны быть зарегистрированы в компании. Это касается как традиционных, так и сетевых СМИ. Аналогичное можно наблюдать и в Уголовном кодексе РУ. Так, согласно ст. 158 УК РУ публичное оскорбление или клевета в отношении президента страны наказывается исправительными работами до 3 лет или ограничением свободы от 2 до 5 лет либо лишением свободы до 5 лет¹⁷.

¹⁴ Закон Республики Таджикистан «О противодействии экстремизму» от 2.01.2020 № 1655. Режим доступа <http://mmk.tj/content/қонуни-ҷумҳурии-тоҷикистон-дар-бораи-муқовимат-ба-экстремизм>

¹⁵ Уголовный кодекс Республики Таджикистан от 21.05.1998 № 574. Режим доступа <http://mmk.tj/content/кодекси-ҷиноятӣ-ҷумҳурии-тоҷикистон>

¹⁶ Закон Республики Таджикистан «О борьбе с терроризмом» от 16.11.1999 № 845. Режим доступа <http://mmk.tj/content/дар-бораи-мубориза-бар-зидди-терроризм>

¹⁷ Уголовный кодекс Республики Узбекистан Режим доступа <https://lex.uz/docs/111457>

В 2021 г. парламент страны принял законопроект «О рекламе», который, по мнению главы попечительского совета общественного фонда массмедиа в стране, также содержит элементы, ограничивающие деятельность СМИ. При этом, предложения, разработанные журналистским сообществом не учитывали парламентом при принятии данного законопроекта¹⁸. Это положение также наблюдается в Законе РУ «О СМИ»¹⁹. Так, в ст. 13 законопроекта появился строгий запрет для СМИ «порочить честь и достоинство или деловую репутацию граждан, вмешиваться в их частную жизнь».

Заключение

Политический режим цензуры и контроля является своеобразным механизмом управления СМИ, особенно в условиях политико-идеологического противостояния, как между политическими силами в среднеазиатских странах, так и между субъектами нового империализма в регионе. Политический режим цензуры и контроля базируется на правовых (принятие законов в области СМИ) и неправовых (участие органов власти в производстве информации) институтах урегулирования СМИ. Совокупность данных институтов предоставляет режиму возможность не допустить или ограничить распространение в СМИ идей, признаваемых им нежелательными или вредными.

Вектор развития политического режима цензуры и контроля над СМИ в анализируемых государствах реализуется по схожим между собой принципам. Для Таджикистана характерен тотальный контроль над СМИ, которые в зависимости от позиционирования подвергаются давлению системы цензуры. Механизмами реализации этой стратегии выступают те институты, которые разрабатывают государственную информационную политику и тем самым способствуют ее реализации на практике. Особенность этого режима в условиях Таджикистана заключается в том, что его задача не ограничивается управлением СМИ, он одновременно выступает и фактором поддержания мира как легитимного порядка в стране.

В условиях Узбекистана данный режим функционирует чаще всего горизонтально, что проявляется в участии власти в производстве информации с учетом создания различных видов организаций и ассоциации. Сегодня политический режим цензуры и контроля помимо легитимации публичной политики нового руководства ориентирован еще и на создание такого информационного пространства, где все правила диктуются властью, а у участников этого пространства не остается сомнений в правильности доминирующей / пропагандирующей идеологии. При этом важно достичь консенсуса между политической элитой, которой также принадлежит часть функционирующих в стране СМИ. Все это ярко демонстрирует гибкая политика узбекской власти, которая стремится указать свою прозрачность и конкурентоспособность, как в стране, так и в регионе в целом.

Объединяющим фактором Узбекистана и Таджикистана является представление о том, что механизмом реализации политического режима цензуры и контроля в них выступает вся государственная машина, сознательно нацеленная на кон-

¹⁸ Мы против законов, которые «убивают» и мешают развитию СМИ» — К. Алламжонов. Режим доступа <https://uznews.uz/posts/3885>

¹⁹ Новый законопроект о СМИ в Узбекистане: плюсы и минусы для медиарынка. Режим доступа <https://newreporter.org/2020/08/24/novyj-zakonoproekt-o-smi-v-uzbekistane-plyusy-i-minusy-dlya-mediarynka/>

троль над СМИ для сохранения информационной безопасности и легитимации публичной политики. На этой основе были выявлены технические и правовые методы ограничений СМИ в этих государствах. Правовые методы ограничения СМИ были рассмотрены как осознанное принятие властью законов, изменение законодательства страны в области СМИ, значительно ограничивающее их доступ к официальной информации и запрещающее обсуждение противопоставленной власти позиции. Техническое ограничение представляется как использование различных методов давления государственными органами в целях предотвращения или задержки распространения в СМИ информации, приносящей ущерб их карьере, путем прямого вмешательства в редакционную политику, подкупа журналистов, редакторов, а также применения физического насилия в отношении журналистов.

Таким образом, полученные результаты демонстрируют высокую значимость СМИ в качестве инструмента идеологического воздействия и правящей элиты, и ее конкурентов в Узбекистане и Таджикистане. Функционирование СМИ в рамках политического режима цензуры и контроля является залогом устойчивости внешней и внутренней политики этих государств. Результаты проведенного исследования также позволяют выдвинуть гипотезу о дальнейшей вероятности наличия подобной стратегии и соответствующих СМИ для легитимации публичной политики в этих государствах. При этом не исключены изменения как в функционировании самих СМИ, так и в стратегии контроля над ними под воздействием внешних и внутренних факторов.

Библиографический список

- Алимов, Б. С. (2019). Новый медиаоблик Узбекистана. *Иностранные языки в Узбекистане*, 1(24), 150–162.
- Алимов, Б. С. (2016). Значение социальных сетей в формировании имиджа Республики Узбекистан. *Вестник Челябинского государственного университета*, 4(386), 14–19.
- Базылева, С. П. (2017). Элитная борьба и стабильность политического режима в Узбекистане. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 1(19), 77–82. DOI: 10.22363/2313-1438-2017-19-1-77-82
- Гафурова, П. А. (2021). *Информационно-аналитические программы телевидения узбекистана: история, особенности, принципы организации (на примере программ «Ахборот 24» (телеканал «Узбекистан 24») и «УзРепорт Ньюс (телеканал «УзРепорт ТВ»)*. Москва: Российский университет дружбы народов.
- Гегель, Г. В. Ф. (1978). *Политические произведения*. Москва: Наука.
- Горяева, Т. М. (2009). *Политическая цензура в СССР. 1917–1991 гг.* Москва: РОССПЭН.
- Ирназаров, Ш. К. (2018). Вопросы эволюции СМИ Узбекистана в переходный период. В *Мировая журналистика: единство многообразия*: сб. науч. ст. Москва: РУДН.
- Карпов, С. (ред). (2013). *Навстречу свободной прессе Центральной Азии: 20 лет спустя*. Алматы: Юнеско.
- Матц, У. (1992). Идеологии как детерминанта политики в эпоху модерна. *Политические исследования*, 1(2), 130–142.
- Мукумов, М. (2016). Мультимедийная журналистика в Таджикистане. *Вестник Таджикского национального университета*, 4(195), 262–269.
- Мукумов, М. А. (2019). Новые медиа и пропаганда. *Вестник Таджикского национального университета*, 1, 291–297.

- Муратова, Н. Ф. (2019). Интернет-СМИ Узбекистана: становление и современное состояние. В *Актуальные проблемы медиаисследований*: сб. науч. ст. Москва: МГУ.
- Мухаммадиев, Ж. У. (2018). Роль свободы слова и информации в построении гражданского общества и проблемы обеспечения информационной безопасности. *Государство и право*, 11, 130–134. DOI: 10.31857/S013207690002189-9
- Мэтякубов, А. Д. (2012). Влияние интернет-журналистики на преобразование СМИ Узбекистана. *Журналистский ежегодник*, 1, 99–102.
- Обидов, М. Д. (2017). Негосударственные электронные СМИ: партнер или конкурент? *Век информации*, 2, 233–235.
- Поцелуев, С. Р., Курбатов, А. В., Маник А. С. (2021). Политическая корректность как политическая цензура: к иронии одного концепта. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки*, 1, 214–223. DOI: 10.22394/2079-1690-2021-1-1-214-223.
- Салимов, Д. М. (2023). *СМИ и политика: Таджикистан в поисках согласия*. СПб: СПбГЭУ.
- Салимов, Д. М. (2018). Власть или СМИ: кто в доме хозяин? В *Медиа и власть: власть медиа*: сб. науч. ст. Казань: КФУ.
- Хасанов, М. Б. (2016). Актуальные вопросы взаимодействия средств массовой информации и институтов гражданского общества в Узбекистане. *Локус: люди, общество, культуры, смыслы*, 3, 103–109.
- Шаймергенов, Т. Т., Абишева, М. А. (2017). *Центральная Азия 2027: меняющийся стратегический ландшафт. Вероятные сценарии на 10 лет вперед*. Астана: Елбасы.
- Шарифзода К. (2014). *Свобода и ответственность слова*. Душанбе: Ирфон.
- Шарифзода, К. (2009). *Проблемы свободы слова*. Душанбе: Деваштич.
- Avsar, Z. (2022). An Overview of Media History in Uzbekistan. *Communication and Diplomacy*, 8, 59–73. DOI: 10.54722/iletisimvediplomasi.1120313
- Cook, Ph., Heilmann, C. (2012). Censorship and two types of selfcensorship. *Social and Political Philosophy*, 3, 2–25. DOI: 10.2139/ssrn.1575662.
- Driscoll, J. (2012). Commitment Problems or Bidding Wars? Rebel Fragmentation as Peace-Building. *Journal of Conflict Resolution*, 1, 118–149. DOI: 10.1177/0022002711429696
- Freedman, E., Kurambayev, B. (2019). Ethics and Journalism in Central Asia: A Comparative Study of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan. *Journal of Media Ethics*, 35, 31–44. DOI: 10.1080/23736992.2019.1700119
- Horton, J. (2011). Self-Censorship. *Res Publica*, 17(1), 91–106. DOI: 10.1007/s11158-011-91453
- Jansen, S. C. (1988). *Censorship: The Knot That Binds Power and Knowledge*. UK: Oxford University Press.
- Merrett, C. (2007). *State Censorship and the Academic Process in South Africa*. Illinois: The University of Illinois.
- Osman, W. (2019). Between the White House and the Kremlin: a Comparative Analysis of Afghan and Tajik Media. *International journal of communication*, 13, 619–641. DOI: 1932-8036/2019FEA0002
- Roche, S. (2019). *Faceless Terrorist: A Study of Critical Events in Tajikistan*. Cham: Springer.
- Rollberg, P., Laruelle, M. (2015) The Media Landscape in Central Asia: Introduction to the Special Issue. *Demokratizatsiya: The journal of Post-Soviet democratization*, 23, 227–232.

Статья поступила в редакцию 10.11.2022
Статья принята к публикации 20.12.2022

Для цитирования: Салимов Д. М. Механизмы контроля над СМИ по-азиатски: компаративный анализ на примере Узбекистана и Таджикистана. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 4. С. 136–153.

MECHANISMS OF CONTROL OVER THE MEDIA “ACCORDING TO ASIASTCOM”: COMPARATIVE ANALYSIS ON THE EXAMPLE OF UZBEKISTAN AND TAJIKISTAN

D. M. Salimov

Dilovar M. Salimov

E-mail: dilovar.salimov.1988@mail.ru. ORCID 0000-0002-6697-0902.

Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov, Embankment of the Northern Dvina, 17, Arkhangelsk, 163002, Russia.

Abstract. The article discusses the mechanisms and institutions for the implementation of the political regime of censorship and control over the media in the information field of Tajikistan and Uzbekistan. It is noted that the political regime of censorship and control over the media formed by them significantly reduces the flow of information attacks in them and thereby creates a media space in which all the rules are dictated by the authorities. The functioning of the media within the framework of this strategy is the key to the stability of both the foreign and domestic policies of nation states. This aspect is considered in a comparative manner, taking into account the analysis of media publications and regulations relating to the political life of both states. The mechanisms for the implementation of the political regime of censorship and control over various types of media are determined, depending on their position in relation to the current regimes. Both legal and extra-legal mechanisms of the political regime of censorship and control over the media are identified. One of the key findings is that the political dynamics of Tajikistan and Uzbekistan are largely determined by the organization of mass media flows, which are considered a key tool in the context of legitimizing the actions of local authorities. The methods they propose for solving existing problems demonstrate a different combination of democratic principles and mechanisms of imperative coordination, pushing these states towards the style of intentional and unintentional authoritarianism. The political regime of censorship and control over the media developed by them is the key to information security in the conditions of political and ideological confrontation, both between the authorities and the opposition in these states, and geopolitical players in the region. The conceptual basis of the study is also the scientific idea that in nation states the validity of the policy of regimes becomes an important factor, whose stability is suggested by the presence of mechanisms for the information impact of power on society and models of political positioning of the media, which is the political regime of censorship and control.

Keywords: political regime, political censorship, mass media, government, state, legitimate order, personifications of the political regime, authoritarian regime, information security.

DOI 10.31429/26190567-23-4-136-153

References

- Alimov, B. S. (2019). Novyy mediaoblik Uzbekistana [New Media Image of Uzbekistan]. *Inostrannyye yazyki v Uzbekistane* [Foreign languages in Uzbekistan], 1(24), 150–162.
- Alimov, B.S. (2016). Znachenie sotsialnykh setey v formirovani imidzha Respubliki Uzbekistan [The Importance of Social Networks in The Formation of Uzbekistan’s Image]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State University], 4(386), 14–19.
- Avsar, Z. (2022). An Overview of Media History in Uzbekistan. *Communication and Diplomacy*, 8, 59–73. DOI: 10.54722/iletisimvediplomasi.1120313
- Bazyleva, S. P. (2017). Elitnaya borba i stabilnost politicheskogo rezhima v Uzbekistane [Elite Struggle and Stability of the Political Regime in Uzbekistan]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Politologiya* [Bulletin of the Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Political Science], 1(19), 77–82. DOI: 10.22363/2313-1438-2017-19-1-77-82
- Cook, Ph., Heilmann, C. (2012). Censorship and two types of selfcensorship. *Social and Political Philosophy*, 3, 2–25. DOI: 10.2139/ssrn.1575662

- Driscoll, J. (2012). Commitment Problems or Bidding Wars? Rebel Fragmentation as Peace-Building. *Journal of Conflict Resolution*, 1, 118–149. DOI: 10.1177/0022002711429696
- Freedman, E., Kurambayev, B. (2019). Ethics and Journalism in Central Asia: A Comparative Study of Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan. *Journal of Media Ethics*, 35, 31–44. DOI: 10.1080/23736992.2019.1700119
- Gafurova, P. A. (2021). *Informatsionno-analiticheskie programmy televideniya uzbekistana: istoriya, osobennosti, printsipy organizatsii (na primere programm "Akhborot 24" (telekanal "Uzbekistan 24") i "UzReport Nyus" (telekanal "UzReport TV"))* [Information and Analytical Programs of Television of Uzbekistan: History, Features, Principles of Organization (On the Example of the Programs "Akhborot 24" (TV channel "Uzbekistan 24") and "UzReport News" (TV channel "UzReport TV"))]. Moskva: Rossiyskiy universitet druzhby narodov.
- Goryaeva, T. M. (2009). *Politicheskaya tsenzura v SSSR. 1917–1991 gg* [Political Censorship in the USSR. 1917–1991]. Moskva: ROSSPEN.
- Hegel, G. W. F. (1978). *Politicheskie proizvedeniya* [Political Works]. Moskva: Nauka.
- Horton, J. (2011). Self-Censorship. *Res Publica*, 17(1), 91–106. DOI: 10.1007/s11158–011–91453
- Irnazarov, Sh. K. (2018). Voprosy evolyutsii SMI Uzbekistana v perekhodnyy period [Issues of the Evolution of the Media in Uzbekistan in the Transition Period]. In *Mirovaya zhurnalistika: edinstvo mnogoobraziya* [World Journalism: The Unity of Diversity]. Moskva: RUDN.
- Jansen, S. C. (1988). *Censorship: The Knot That Binds Power and Knowledge*. UK: Oxford University Press.
- Karpov, S. (Eds) (2013). *Navstrechu svobodnoy presse Tsentralnoy Azii: 20 let spustya* [Towards a Free Press in Central Asia: 20 Years Later]. Almaty: Unesco.
- Khasanov, M. B. (2016). Aktualnye voprosy vzaimodeystviya sredstv massovoy informatsii i institutov grazhdanskogo obshchestva v Uzbekistane [Topical Issues of Interaction between the Media and Civil Society Institutions in Uzbekistan]. *Lokus: lyudi, obshchestvo, kultury, smysly* [Locus: People, Society, Cultures, Meanings], 3, 103–109.
- Matts, U. (1992). Ideologii kak determinanta politiki v epokhu moderna [Ideologies as Determinant of Modern Politics]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], 1(2), 130–142.
- Matyakubov, A. D. (2012). Vliyanie internet-zhurnalistiki na preobrazovanie SMI Uzbekistana [The Influence of Online Journalism on the Transformation of the Media in Uzbekistan]. *Zhurnalistikiy ezhegodnik* [Journalistic Yearbook], 1, 99–102.
- Merrett, C. (2007). *State Censorship and the Academic Process in South Africa*. Illinois: The University of Illinois.
- Muhammadiev, Zh. U. (2018). ol svobody slova i informatsii v postroenii grazhdanskogo obshchestva i problemy obespecheniya informatsionnoy bezopasnosti [The Role of Freedom of Speech and Information in Building a Civil Society and the Problems of Ensuring Information Security]. *Gosudarstvo i pravo* [State and Law], 11, 130–134. DOI: 10.31857/S013207690002189–9.
- Mukimov, M. (2016). Multimediynaya zhurnalistika v Tadjikistane [Multimedia journalism in Tajikistan]. *Vestnik Tadjikskogo natsionalnogo universiteta* [Bulletin of the Tajik National University], 4(195), 262–269.
- Mukimov, M. A. (2019). Novye media i propaganda [New Media and Propaganda]. *Vestnik Tadjikskogo natsionalnogo universiteta* [Bulletin of the Tajik National University], 1, 291–297.
- Muratova, N. F. (2019). Internet-SMI Uzbekistana: stanovlenie i sovremennoe sostoyanie [Internet Media of Uzbekistan: Formation and Current State]. *Aktualnye problemy mediaissledovaniy* [Actual Problems of Media Research]. Moscow: Moscow State University.
- Obidov, M. D. (2017). Negosudarstvennye elektronnye SMI: partner ili konkurent? [Non-state Electronic Media: Partner or Competitor?]. *Vek informatsii* [Age of Information], 2, 233–235.
- Osman, W. (2019). Between the White House and the Kremlin: a Comparative Analysis of Afghan and Tajik Media. *International journal of communication*, 13, 619–641. DOI: 1932–8036/2019FEA0002

- Potseluev, S. R., Kurbatov, A. V., Manik A. S. (2021). Politicheskaya korrektnost kak politicheskaya tsenzura: k ironii odnogo kontsepta [Political Correctness as Political Censorship: to the Irony of One Concept]. *Gosudarstvennoe i munitsipalnoe upravlenie. Uchenye zapiski* [State and Municipal Administration. Scientific Notes], 1, 214–223. DOI: 10.22394/2079-1690-2021-1-1-214-223
- Roche, S. (2019). *Faceless Terrorist: A Study of Critical Events in Tajikistan*. Cham: Springer.
- Rollberg, P., Laruelle, M. (2015) The Media Landscape in Central Asia: Introduction to the Special Issue. *Demokratizatsiya: The journal of Post-Soviet democratization*, 23, 227–232.
- Salimov, D. M (2023). *SMI i politika: Tadzhikistan v poiskakh soglasiya* [Mass Media and Politics: Tajikistan in Search of Consent]. SPb: SPbGEU.
- Salimov, D. M. (2018). Vlast ili SMI: kto v dome khozyain? [Power or the Media: Who is the Boss in the House?] In *Media i vlast: vlast media* [Media and Power: Media Power]. Kazan: KFU.
- Sharifzoda, K. (2009). *Problemy svobody slova* [Problems of Freedom of Speech]. Dushanbe: Devashtich.
- Sharifzoda, K. (2014). *Svoboda i otvetstvennost slova* [Freedom and Responsibility of Speech]. Dushanbe: Irfon.
- Shaymergenov, T. T., Abisheva, M. A. (2017). *Tsentrlnaya Aziya 2027: menyayushchiysya strategicheskiy landshaft. Veroyatnye stsenarii na 10 let vpered* [Central Asia 2027: A Changing Strategic Landscape. Possible Scenarios for 10 years Ahead]. Astana: Elbasy.

Received 10.11.2022

Accepted 20.12.2022

For citation: Salimov D. M. Mechanisms of Control Over the Media «According to Asiascom»: Comparative Analysis on The Example of Uzbekistan and Tajikistan.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 4. Pp. 136-153.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

Принимаются научные статьи, рецензии и обзоры объемом до 42 тыс. знаков с пробелами (до 1,0 п.л.) в электронном виде формата Word for Windows. Статьи принимаются через систему электронной редакции на сайте журнала journal@manag.kubsu.ru. Просим направляемые статьи дублировать на электронную почту chsu1999@yandex.ru.

Автор предоставляет Редколлегии (издателю) журнала право на использование статьи в научном журнале, а также на включение полнотекстовых вариантов статьи в систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) и иные международные базы данных. Право использования журнала в целом в соответствии с п. 7 ст. 1260 ГК РФ принадлежит Издателю журнала и действует бессрочно на территории Российской Федерации и за ее пределами. Авторские права регулируются на основе лицензии Creative Commons 4.0 BY. В качестве согласия автора на публикацию рассматривается загрузка статьи в систему электронной редакции на сайте журнала или отправка статьи на официальный адрес редакции с сопроводительным письмом.

Редакция размещает фамилию, имя, отчество, аффилиацию автора, электронный адрес автора, название, аннотацию, ключевые слова статьи в журнале и на сайте издания. Гонорар за публикации не выплачивается. Полученные статьи не возвращаются.

Авторская справка должна включать сведения об авторе(-ах): ФИО полностью, ученую степень, ученое звание, место работы (полное название организации и ее почтовый адрес), занимаемую должность, номера телефона, электронный и почтовый адрес автора, ORCID автора. Сведения предоставляются на русском и английском языках.

Резюме. Рукопись должна включать информативное резюме статьи объемом 200-250 слов, содержащее описание сути научного сообщения (цель, методология, основные выводы исследования, интерпретация его результатов, значение исследования для решения затрагиваемых научных проблем) на русском и английском языках, а также ключевые слова (не более десяти). Не допускается наличие в аннотации ссылок, прямых цитат из текста статьи. К рукописи должны прилагаться: название статьи на английском языке, транслитерированная фамилия автора, транслитерированный и переведенный на английский язык библиографический список, а также переведенные на английский язык названия статей и рисунков.

Оформление ссылок. Автору следует оформлять ссылки на источники, из которых он заимствует цитаты, статистические данные и другую информацию. В конце статьи формируется *Библиографический список*, в котором цитируемые (упомянутые) источники группируются в алфавитном порядке. Каждому источнику присваивается порядковый номер. В библиографическом описании источника обязательно указывается место издания и название издательства (кроме периодических изданий), год издания. Вначале указываются источники, изданные на русском языке, затем – на иностранных.

При оформлении рукописей следует руководствоваться Правилами оформления библиографических ссылок.

Редакция оставляет за собой право вернуть автору рукопись для приведения библиографических ссылок в соответствии с настоящим стандартом.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИХ ССЫЛОК

В тексте

Используйте метод цитирования «дата — автор» (фамилия автора, год публикации). Примеры:

- В недавнем исследовании времени реакции (Уолкер, 2000) ...
- Уолкер (2000) сравнивал время реакции...
- Некоторые исследования (Балда, 1980; Камиль, 1988; Пепперберг, Функ, 1990) показывают, что...
- In a recent study of reaction times (Walker, 2000) ...
- Walker (2000) compared reaction times...
- Several studies (Balda, 1980; Kamil, 1988; Pepperberg & Funk, 1990) show that...

Цитируя источники 3-5 авторов, указывайте все фамилии авторов в 1-й раз, в последующие цитирования того же источника — только фамилию 1-го автора:

- (Бабаева, Березанская, Васильев, 2008) ... — первое цит., затем: (Бабаева и др., 2008) ...
- (Harder, Cutler & Rockart, 1992) ... — первое цит., затем: (Harder et al., 1992) ...

Источники личного происхождения (письма, записки, интервью, телефонные беседы, электронная переписка и записи коллективных обсуждений группы) цитируйте только в тексте:

- (Р.А. Смит, электронная переписка, 10 мая 2009) ...
- (R. A. Smith, personal communication, May 10, 2009) ...

Библиографический список

Ссылки должны включать: автора, редактора (если он есть), год издания, название и информацию о публикации; и при наличии, DOI (идентификатор цифрового объекта) при цитировании печатных и электронных источников.

Если источник без автора, переместите название на позицию автора; расположите в алфавитном порядке по первым буквам названия.

Для редактируемых книг, не имеющих единого автора поместите редактора на позицию автора, дописав (ред.) или в англ.: (Ed.). — для книг с одним редактором и (Eds.). — для книг с несколькими редакторами.

С заглавной буквы следует писать только 1-е слово названия статьи, названия главы или подзаголовка, также имена собственные.

Курсивом следует выделить название журнала, информационного бюллетеня или название книги.

Если источник имеет нестандартный формат, укажите это в квадратных скобках после названия, для идентификации первоисточника [Брошюра, Файл с данными, Кинофильм, Аудиофайл, Лекции, CD, Видео интернет-трансляция].

Информация о публикации должна включать: город, издательство (для книг); номер тома и/или выпуска, номера страниц (для журналов, информационных бюллетеней).

Выделите курсивом номер тома научного журнала, популярного журнала или информационного бюллетеня; и если каждый выпуск начинается со страницы 1, то укажите номер выпуска (не курсивом) в круглых скобках () после номера тома.

Для статьи в журнале укажите диапазон номеров страниц; **для статьи информационного бюллетеня, материалов конференции, книжной главы или газетной статьи** перед диапазоном страниц поместите символ «с.» (страница) или «сс.» (страницы) или в англ.: «р.» (страница) или «pp.» (страницы).

Ссылки списка располагаются в алфавитном порядке по фамилии, и затем по инициалам первого автора.

Если автором выступает организация (агентство, ассоциация, учреждение), включите ссылку в список в алфавитном порядке (по первому слову названия организации).

При формировании англоязычного библиографического списка следует транслитерировать фамилии, инициалы авторов, название материала и название периодического издания. Рядом с транслитерированными названиями в квадратных скобках следует указать смысловой перевод названий на английский язык (не курсивом).

ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ИЗДАНИЯ

Статья в научном журнале, от одного до семи авторов, с DOI (печатная копия)

- Бабаева, Ю. Д., Попова, Е. Н., Сабашош, П. А. (2008). Творческие способности и ценностная структура личности. *Психология и школа*, 1, 55-59. doi:10.1037/a0012345
- Babaeva, J. D., Popova, E. N., & Sabadosh, P. A. (2008). Tvorcheskiye sposobnosti i tsennostnaya struktura lichnosti [Creative values and a person's value system]. *Psikhologiya i Shkola* [Psychology and School], 1, 55-59. doi:10.1037/a0012345
- Conner, S., Bloomfield, J., LeBoutillier, J. C., Thompson, R. F., Petit, T. L., & Weeks, A. C. (2009). Eyeblink conditioning leads to fewer synapses in the rabbit cerebellar cortex. *Behavioral Neuroscience*, 123, 856-862. doi:10.1037/a0016370

Статья в популярном журнале, без DOI, каждый выпуск начинается со стр. 1 (печатная копия)

- Васюкова, Е. Е. (2012, Май). Развитие шахматного мастерства: Проблемы, принципы, методы. *Спортивный психолог*, 2 (4), 9-15.
- Vasyukova, E. E. (2012, May). Razvitie shahmatnogo masterstva: Problemy, principy, metody [The development of chess skills: Problems, principles, and methods]. *Sportivnyj psiholog* [Sport psychologist], 2 (4), 9-15.
- Gartner, J. (2009, September/October). Dark minds: When does incredulity become paranoia? *Psychology Today*, 42 (5), 37-38.

Статья информационного бюллетеня, каждый выпуск начинается со стр. 1 (печатная копия)

- Быков, Б. Н. (ред.). (2014, Июнь 2). Анонсы событий на предстоящую неделю. *Информационный бюллетень Администрации Санкт-Петербурга*, 20 (871), сс. 1-2.
- Bykov, B. N. (Ed.). (2014, June 2). Anonsy sobytiy na predstoyashchuyu nedelyu [Announcements of events the forthcoming week]. *Newsletter of Administration*

of *St. Petersburg* [Informatsionnyy byulleten' Administratsii Sankt-Peterburga], 20 (871), сс. 1-2.

- Murphy, J. J. (2008, Winter). Seven habits of highly effective school psychologists. *Newsletter of the Washington State Association of School Psychologists*, 30 (2), pp. 1, 8-11.

Статья ежедневной газеты (печатная копия)

- Bakalar, N. (2009, August 11). Five — second touch can convey specific emotion, study finds. *The New York Times* (Late edition). p. 3.
- Putin, V. (2012, February 20). Byt silnymi: Garantii natsionalnoj bezopasnosti Rossii [Being strong: Assurances of national security for Russia]. *Rossiiskaya Gazeta* [Russian newspaper] pp. 1-2.
- Путин, В. (2012, Февраль 20). Быть сильным: Гарантии национальной безопасности России. *Российская газета*. сс. 1-2.

КНИГИ

От одного до семи авторов (печатная копия)

- Murphy, J. J. & Duncan, B. L. (2007). *Brief intervention for school problems: Outcome-informed strategies*. (2nd ed.). New York: Guilford Press.
- Babaeva, J. D., & Voiskounsky, A. E. (2003). *Odarenniy rebenok za komputerom* [The gifted child at a computer]. Moscow: Skanrus.
- Бабаева, Ю. Д., & Войскунский, А. Е. (2003). *Одаренный ребенок за компьютером*. Москва: Сканрус.

Книга, имеющая редактора(ов) (печатная копия)

- Люсин, Д. В., Ушаков, Д. В. (ред.). (2009). *Социальный и эмоциональный интеллект: От процессов к измерениям*. Москва: Институт психологии, Российская академия наук.
- Haugtvedt, C. P., Herr, P. M., & Kardes, F. R. (Eds.). (2008). *Handbook of consumer psychology*. New York, NY: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lyusin, D. V., & Ushakov, D. V. (Eds.). (2009). *Socialniy i emocionalniy intellekt: Ot processov k izmereniyam* [Social and emotional intelligence: From processes to measures]. Moscow: Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences Publ.

Статья или глава в книге, имеющей редактора или справочнике с двумя и более редакторами (печатная копия)

- Buchanan, T. (2007). Personality testing on the Internet: What we know, and what we do not. In A.N. Joinson, K. McKenna, T. Postmes, & U.D. Reips (Eds.), *The Oxford handbook of Internet psychology* (pp. 445-458). New York: Oxford University Press.
- Vinogradov, Ju. E. (1975). Emocional'naya aktivaciya v strukture myslitel'noy deyatel'nosti cheloveka [Emotional activation in the thinking activity of a human]. In O.K. Tikhomirov (Ed.) *Psikhologicheskie issledovaniya tvorcheskoy dejatel'nosti* [Psychological research of creative activity] (pp. 50-87). Moscow: Nauka.
- Виноградов, Ю. Е. (1975). Эмоциональная активация в структуре мыслительной деятельности человека. В О.К. Тихомиров (ред.) *Психологические исследования творческой деятельности* (с. 50-87). Москва: Наука.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

Для главы статьи или книги, к которой получают доступ онлайн без назначенного DOI, используйте URL домашней страницы журнала или книгоиздателя.

Не указывайте название онлайн-базы данных, в которой доступен архивный документ, указывайте URL домашней страницы (или титульной страницы) онлайн-архива.

Не указывайте дату обращения к онлайн-источнику, если содержание не изменяется в течение долгого времени (wikis, блоги).

Статья в научном журнале, от одного до семи авторов, без DOI (доступ онлайн)

- Расторгуев, С. В. (2013). Опыт бизнеса в политике: миф или реальность? *Человек. Сообщество. Управление*, (3): 100-108. Режим доступа <http://chsu.kubsu.ru/index.php/ru/archive-n/2013/2013-3>
- Rastorguyev, S. V. (2013). Опыт biznesa v politike: mif ili real'nost'? [A business experience in politics: myth or reality?]. *Chelovek. Soobshchestvo. Upravlenie* [Human. Community. Management], (3): 100-108. Retrieved from <http://chsu.kubsu.ru/index.php/ru/archive-n/2013/2013-3>
- Mazalin, D. & Klein, B. (2008). Social anxiety and the Internet: Positive and negative effects. *EJournal of Applied Psychology*, 4 (2): 43-50. Retrieved from <http://ojs.lib.swin.edu.au/index.php/ejap/article/view/8/157>

Статья в популярном журнале, без DOI (доступ онлайн)

- Чернышов, С. (2014, Июнь). Быстро или долго. *Эксперт Сибирь*, 25 (422). Режим доступа <http://expert.ru/siberia/2014/25/byistro-ili-dolgo/>
- Chernyshov, S. (2014, June). Bystro ili dolgo [Quickly or long]. *Ekspert Sibir'* [Expert Siberia], Retrieved from <http://expert.ru/siberia/2014/25/byistro-ili-dolgo/>
- Winerman, L. (2009, September). Playtime in peril. *Monitor on Psychology*, 40 (8). Retrieved from <http://www.apa.org/monitor/>

Статья в газете (доступ онлайн)

- Ravn, K. Habits can be broken, but not forgotten. (2009, April 6). *Los Angeles Times*, Retrieved from <http://www.latimes.com>
- Корягин, В. Нет насилию. (2014, Июнь 16). *Газета.ру*, Режим доступа http://www.gazeta.ru/science/2014/06/16_a_6071105.shtml
- Koryagin, V. Net nasiliyu ["No" to violence]. (2014, June, 16). *Gazeta.ru* [Newspaper], Retrieved from http://www.gazeta.ru/science/2014/06/16_a_6071105.shtml

Книга, имеющая редактора, с DOI, (доступ онлайн)

- Здравомыслова, Е., Темкина, А. (ред.). (2007). Российский гендерный порядок: социологический подход. doi:10.1002/9781444345123
- Zdravomyslova, E., & Tyomkina, A. (Eds.). (2007). Rosyisykiy genderniy poryadok. Sotsiologiticheskiy podkhod [Russian gender order. A sociological approach]. doi: 10.1002/9781444345123
- Dunn, D. S., Halonen, J. S., & Smith, R. A. (Eds.). (2008). Teaching critical thinking in psychology: A handbook of best practices. doi:10.1002/9781444305173

Статья энциклопедии, имеющая главного редактора (многочисленную редакционную коллегию), без DOI (доступ онлайн)

- Apter, M. J. (2009). Psychological benefits of play. In R.P. Carlisle et al. (Eds.), *Encyclopedia of play in today's society*. Retrieved from http://sage-ereference.com/play/Article_n327.html

Сообщение в блоге

- Grohol, J. M. (2009, March 30). Why do we swear? [Web log post]. Retrieved from <http://psychcentral.com/blog/archives/2009/03/30/why-do-we-swear/>

Правительственный отчет, коллектив авторов (доступ онлайн)

- U. S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Institute of Neurological Disorders and Stroke, Office of Communications and Public Liaison. (2009). *Autism Fact Sheet* (NIH Publication No. 09-1877). Retrieved from http://www.ninds.nih.gov/disorders/autism/detail_autism.htm

Документ (книга) из образовательной базы данных (доступ онлайн)

- Springate, I., Atkinson, M., Straw, S., Lamont, E., & Grayson, H. (2008). *Narrowing the gap in outcomes: Early years (0-5 years)*. [Monograph]. Retrieved from <http://eric.ed.gov>

Диссертация (доступ онлайн из базы данных)

- Hesel, S. D. (2008). *The influence of technology on adolescent development: An eco-cultural analysis of cybersocial activity*. (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 3322174)

Редакция журнала располагается по адресу: 350040, Россия, Краснодар, Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская, 149, к. 406-н.

Распространение журнала. Журнал распространяется по подписке. С отдельными номерами нашего журнала можно ознакомиться и приобрести их в библиотеке факультета управления и психологии КубГУ — 4-й этаж Нового корпуса, к. 414Н. Библиотека открыта в рабочие дни с понедельника по пятницу с 10 до 17 часов.

INFORMATION FOR CONTRIBUTORS

Dear Authors, the Journal welcomes your manuscripts (scientific articles, reviews of publications and critical reviews up to 42,000 symbols, i.e. up to 1,0 of the printer's shift). Manuscripts should be submitted in MS Word for Windows format. Manuscripts are accepted via Open Journal at the Journal's site (journalsr.kubsu.ru). Because of the transition period, please send the copy of your materials for 2018 issues of the Journal to chsu1999@yandex.ru.

The Author grants the Editorial Board (the Publisher) the right to publish their article in the Journal and to use the article's full texts in the "Russian Science Citation Index" (РИНЦ), and other international databases. The right to use the materials of the Journal as a whole, in accordance with paragraph 7 of article 1260 of the Civic Code of the Russian Federation, belongs to the Publisher. The copyright is regulated by Creative Commons 4.0 BY license.

The author's consent to publish their article is considered realized as soon as the article is downloaded in the Open Journal System on the Journal's website. The Open Journal System registers the author's initials and surname, as well as their affiliation, the electronic address, the title of the article, the annotation, and key words, both in the Journal and on its site. No royalties are paid. The submitted articles are not returned.

The manuscript should enclose the title of the article in English, the author's transliterated surname, and the References transliterated and translated into English. The author's information should include the following about the author / authors: their initials and surname (in full), their academic rank, the name of the organization where they work and its postal address, their position, telephone numbers, electronic and postal addresses (including postcode), ORCID and the information about the financial support of the research and the grants' titles. The information is provided in Russian and in English.

The manuscript should enclose an informative summary of the article (the volume of the summary is between 200-250 words), containing the description of the essence of the research (its aims/goals, methodology, basic conclusions of the research, interpretation of its results, its importance in solving the problems raised in the research), as well as the key words (not more than ten). Footnotes and/or direct citations from the article are not permissible. The resume and the key words are provided in Russian and in English.

The author / authors should refer to the sources from which they borrow citations, statistical data and other information. At the end of the article there is Bibliography (References) in which the cited (or otherwise mentioned) sources are arranged in the alphabetical order and are given a numerical number. It is necessary to mention the place of publication, the publishing house (with the exception of periodicals), and the year of publication. First come Russian sources, then foreign sources.

In preparing the manuscript for publication the author (s) should follow Rules for Preparing a Manuscript for Publication.

The Editorial Board reserves the right to return the manuscript to its author to bring it into line with the existing standard.

Editor's board address: Kuban State University, room 406N, 149, Stavropolskaya St., Krasnodar 350040, Russian Federation.

Distribution. The journal is distributed by subscription. It is possible to read some issues of the journal at the library of the Dept. for Management and Psychology of KubSU (3th floor of the university new building, room 406N, open Mon – Fri, 10 am – 5 pm).

ПОРЯДОК ПРИЁМА И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ

Рассматриваются для публикации материалы, имеющие высокую степень оригинальности, не публиковавшиеся ранее. В течение 5 дней автор получает уведомление о получении статьи и включении ее в цикл рецензирования. Для проведения рецензирования и экспертизы работ в качестве рецензентов и экспертов могут привлекаться как члены редакционной коллегии и редакционного совета, так и другие высококвалифицированные ученые и специалисты, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению, как правило, доктора наук, профессора. Рецензентом не может быть автор или соавтор рецензируемой работы. Проводится анализ представленной статьи в режиме «двойного слепого» рецензирования. В течение 30 рабочих дней с даты принятия статьи автору высылается ответ с вариантом мотивированного решения: (1) статья рекомендуется к печати, (2) статья рекомендуется к печати после доработки, (3) статья не рекомендуется к печати. Редакция не знакомит авторов с текстом рецензий, при необходимости сообщая о замечаниях и рекомендациях по доработке статьи.

PROCEDURE FOR RECEIVING AND REVIEWING MANUSCRIPTS

The Journal accepts articles not published earlier either in English or in Russian. The manuscripts are reviewed by the members of the editorial board and editorial council, or by the invited reviewers who are acknowledged specialists in the field of science researched in the article. In case of serious contradictions between the reviewer(s) and well-based doubts of the editorial board on the publication, the manuscript can be submitted for further review.

The reviewers provide recommendations on whether to publish the paper or not. During 30 days the applicant is sent the answer with a reasoned decision of the following options: (1) the article is recommended to be published, (2) the article is recommended to be published after revision, (3) the article is not recommended to be published.