



ISSN 1684-1581 (online)

ISSN 1562-2495 (print)

Социологический журнал

2026

Том 32

3

Федеральный научно-исследовательский
социологический центр Российской академии наук



СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ *SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL; SOCIOLOGICAL JOURNAL*

2026 Том 32 № 3

Основан в 1994 году Г.С. Батыгиным

Выходит четыре раза в год

Москва



Журнал издается при поддержке
Научно-исследовательского центра «Демоскоп»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Козырева Полина Михайловна

главный редактор,

доктор социологических наук

Институт социологии ФНИСЦ РАН;

Национальный исследовательский
университет «Высшая школа экономики»

Козлова Лариса Алексеевна

зам. главного редактора,

кандидат философских наук, доцент

Институт социологии ФНИСЦ РАН

Донна Бари, доктор философии, профессор, Университет штата Пенсильвания, США

Т.Ю. Богомолова, кандидат социол. наук, Новосибирский государственный университет,
ЭОПП СО РАН, Россия

Франк Вельц, профессор, Университет Инсбрука, Австрия

Б.З. Докторов, доктор филос. наук, профессор, независимый исследователь, США

Томаш Зарицкий, профессор, Институт социальных наук, Университет Варшавы, Польша

Д.Л. Константиновский, доктор социол. наук, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Россия

Томаш Костелецкий, профессор, директор Института социологии Академии наук Чешской
Республики, Чехия

А.Ю. Мягков, доктор социол. наук, профессор, Ивановский государственный
энергетический университет, Россия

О.А. Оберемко, кандидат социол. наук, доцент, Всероссийский центр изучения
общественного мнения (ВЦИОМ), Россия

А.А. Ослон, кандидат техн. наук, Фонд «Общественное мнение» (ФОМ), Россия

В.В. Федоров, кандидат полит. наук, Всероссийский центр изучения общественного мнения
(ВЦИОМ), Россия

М.Ф. Черныш, доктор социол. наук, член-корр. РАН, Федеральный научно-
исследовательский социологический центр РАН, Россия

EDITORIAL BOARD

P.M. Kozyreva Institute of Sociology of FCTAS RAS;
Editor in Chief, NRU “Higher School of Economics”,
Doctor of Sociological Sciences Russian Federation

L.A. Kozlova Institute of Sociology of FCTAS RAS,
Deputy Editor in Chief, Russian Federation
Candidate of Philosophical Sciences,
Associate Professor

Donna Bahry, Doctor of Philosophy, Professor, Pennsylvania State University, USA

Tatiana Yu. Bogomolova, Candidate of Sociological Sciences, Novosibirsk State University; Institute of Economics and Industrial Engineering of the Siberian Branch of the RAS, Russian Federation

Frank Welz, Professor, University of Innsbruck, Austria

Boris Z. Doctorov, Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Independent Researcher, USA

Tomasz Zarycki, Director & Professor, Institute for Social Studies (ISS), University of Warsaw (UW), Poland

David L. Konstantinovskiy, Doctor of Sociological Sciences, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation

Tomáš Kostelecký, RNDr., Professor, Director, Institute of Sociology, Czech Academy of Sciences, Czech Republic

Alexander Yu. Miagkov, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Ivanovo State Power Engineering University, Russian Federation

Oleg A. Oberemko, Candidate of Sociological Sciences, Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Russian Federation

Alexander A. Oslon, Candidate of Engineering Sciences, Foundation “Public Opinion” (FOM), Russian Federation

Valery V. Fedorov, Candidate of Political Sciences, Russian Public Opinion Research Center (VCIOM), Russian Federation

Mikhail F. Chernysh, Corresponding Member of RAS, Doctor of Sociological Sciences, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation

К сведению авторов и читателей

«Социологический журнал» публикует статьи по теории, методологии и истории социологии, учебно-методические материалы для преподавателей социологии, результаты эмпирических исследований и экспериментов, библиографические обзоры и рецензии, а также информацию о научных конференциях в России и за рубежом.

Передавая в редакцию рукопись, автор обязуется не публиковать ее ни полностью, ни частично ни в каком ином издании без согласия редакции.

Плата за публикации с авторов не взимается, гонорары не выплачиваются.

Редакция принимает материалы объемом до 40 тыс. знаков (1,0 п. л.) в электронной версии формата Word for Windows. Комплект статьи включает следующие сведения на русском и английском языках: заглавие статьи, аннотация (200–250 слов) и ключевые слова; справка об авторе (авторах), в которой указываются фамилия, имя и отчество, точное официальное наименование места работы, ученая степень, ученое звание, служебный адрес, номера телефона и факса, адрес электронной почты. Автор обязан указать источники всех приводимых в статье цитат, цифр и иной информации. Аббревиатуры поясняются.

Присланные в редакцию материалы в обязательном порядке рецензируются внешними экспертами. Иницилируемые автором рекомендации и отзывы принимаются к сведению.

Решения редколлегии по итогам рецензирования могут быть следующими: 1) принять материал к публикации; 2) принять с доработкой (конкретные замечания по доработке доводятся до сведения авторов); 3) отклонить рукопись (автору по электронной почте направляется мотивированный отказ).

Ссылки на источники оформляются в виде затекстового библиографического списка ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES и нумеруются в алфавитном порядке; первыми указываются русскоязычные источники. В самом тексте указываются номера источников в квадратных скобках: [21, с.37]. Библиографические описания изданий оформляются в соответствии с государственным стандартом.

Примеры библиографического описания (подробнее см. на сайте СЖ):

[Статьи в книгах/журналах]

1. Николаев В.Г. «Золотой век» Чикагской социологии // Чикагская школа социологии: сборник переводов / Сост. и пер. В.Г. Николаев. М.: ИНИОН РАН, 2015. С. 5–17.
Nikolaev V.G. “Golden Age” of Chicago Sociology. *Chicago School of Sociology: Collection of Translations*. Comp. and transl. by V.G. Nikolaev. Moscow: ISS publ., 2015. P. 5–17. (In Russ.)
2. Андреев А.Л., Андреев И.А., Слободенюк Е.Д. Представления россиян о будущем России // Социологические исследования. 2022. № 10. С. 49–61. DOI 10.31857/S013216250020368-7
Andreyev A.L., Andreev I.A., Slobodenyuk E.D. Russians’ Ideas about the Future of Russia. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2022. No. 10. P. 49–61. DOI 10.31857/S013216250020368-7 (In Russ.)

[Книги]

3. Стребков Д.О., Шевчук А.В. Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости. М.: Изд. дом ВШЭ, 2022. — 528 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2722-1
Strebkov D.O., Shevchuk A.V. *What do we know about freelancers? Sociology of free employment*. Moscow: Publ. House of HSE, 2022. 528 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-2722-1 (In Russ.)

[Иноязычные источники]

4. Bröckling U. *The Entrepreneurial Self: Fabricating a New Type of Subject*. L.: SAGE Publications Ltd, 2016. 256 p. DOI: 10.4135/9781473921283
5. Vallas S., Schor J.B. What do Platforms do? Understanding the Gig Economy. *Annual Review of Sociology* 2020. Vol. 46. No. 1. P. 273–294. DOI: 10.1146/annurev-soc-121919-054857

Адрес редакции: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5, комн. 419.

Телефон: +7 (499) 120-82-57. **Факс:** +7 (495) 719-07-40.

Электронная почта: LarissaKozlova@yandex.ru

© Редакция «Социологического журнала», 2026

СОДЕРЖАНИЕ



СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ 2026. ТОМ 32. № 3

DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.3

EDN: ZLMMSR

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Е.Д. Шмелева, Д.В. Лебедев, Е.В. Брагина

- 9–29 «А все-таки...»: эффективность уточняющих вопросов для снижения доли неответов на вопросы о финансах

МАССОВЫЕ ОПРОСЫ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ, МОНОГРАФИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

М.В. Шаклеина, С.Г. Бабаян

- 30–54 Социальная комфортность
как латентная характеристика качества жизни:
возможности измерения на основе поисковых запросов

И.О. Горюнов, З.Е. Дорофеева

- 55–77 Динамика и особенности социально-экономического статуса интернет-пользователей в России (2003–2024 гг.)

В.В. Радаев

- 78–107 Кто более вовлечен в видеоигры
и страдает от игромании?

СОЦИОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

С.И. Неизвестный

- 108–126 Социальные проблемы
активного внедрения искусственного интеллекта
в образовательный процесс вузов постсоветского пространства

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА

О.В. Крыштановская, Н.А. Бальбот

127–146 Цифровой перформанс российского бомонда

СОЦИОЛОГИЯ ГЕНДЕРА

Л.А. Окольская

147–163 Гендерные различия в представлениях россиян
о ценных качествах мужчин и женщин

ЭССЕ

Т.С. Смак, О.А. Оберемко

164–177 Как мировые исследовательские центры
переходят к опросам смешанного дизайна

ОБЗОРЫ, РЕЦЕНЗИИ, РЕФЕРАТЫ

А.С. Быков

178–190 Война как социальный процесс.
Размышления над книгой Сениши Малешевича
«Война и общество»

CONTENTS

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL

2026. Vol. 32. No. 3

DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.3

THEORY AND METHODOLOGY

Shmeleva, E.D., Lebedev, D.V., Bragina, E.V.

- 9–29 “But perhaps...”: The Effectiveness of Probing Questions for Reducing Item Non-response to Financial Questions

SURVEYS, EXPERIMENTS, CASE STUDIES

Shakleina, M.V., Babayan, S.G.

- 30–54 Social Comfort as a Latent Dimension of Quality of Life: Measurement Possibilities Based on Search Query Data

Goryunov, I.O., Dorofeeva, Z.E.

- 55–77 Dynamics and Features of the Socio-Economic Status of Internet Users in Russia (2003–2024)

Radaev, V.V.

- 78–107 Who is More Involved in Videogames and Suffers from Gaming Addiction?

SOCIOLOGY OF EDUCATION

Neizvestny, S.I.

- 108–126 The Social Problems of Actively Implementing Artificial Intelligence into the Educational Process of Universities in the Post-Soviet Space

SOCIOLOGY OF INTERNET

Kryshтанovskaya, O.V., Balbot, N.A.

- 127–146 Digital Performance of the Russian Beau Monde

SOCIOLOGY OF GENDER

Okolskaya, L.A.

- 147–163 Gender Differences in Russians' Perceptions
of Valued Personality Traits in Men and Women

ESSAY

Smak, T.S., Oberemko, O.A.

- 164–177 How Global Research Centers
are Moving Toward Mixed-Mode Surveys

REVIEWS, SUMMARIES

Bykov, A.S.

- 178–190 War as a Social Process.
Reflections on Siniša Malešević's Book
"War and Society"

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.1
EDN: BQYDRW

Е.Д. ШМЕЛЕВА¹, Д.В. ЛЕБЕДЕВ¹, Е.В. БРАГИНА¹

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 109028, Москва, Покровский бульвар, д. 11.

«А ВСЕ-ТАКИ...»: ЭФФЕКТИВНОСТЬ УТОЧНЯЮЩИХ ВОПРОСОВ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ДОЛИ НЕОТВЕТОВ НА ВОПРОСЫ О ФИНАНСАХ¹

Аннотация. Высокая доля несодержательных ответов на вопросы о доходах и расходах снижает качество данных, ограничивает генерализацию результатов и может приводить к смещениям в выборке. Цель исследования — оценить эффективность методики уточняющих вопросов для повышения качества ответов о финансах. Эмпирическая основа — данные 6-й волны проекта «Экономическое поведение домашних хозяйств» НИУ ВШЭ (весна 2025, N = 6 041). На первом этапе определялись предикторы несодержательных ответов, на втором оценивалась эффективность уточняющих вопросов для разных категорий респондентов. Отбор предикторов проводился с помощью метода случайного леса (Random Forest) с алгоритмом Boruta и логистических регрессий. Результаты показывают, что доля несодержательных ответов составила 6% для индивидуальных доходов, 17% для семейных доходов, 14% для семейных расходов. Уточняющие вопросы преобразовали в содержательные 36–41% первоначальных неответов, то есть сократили общий уровень неответов до 4–10%. Наибольший риск неответа выявлен у респондентов, живущих отдельно с супругом (рост шансов более чем в 2 раза), неосведомленных о семейных расходах (в 3–5 раз), с депрессивными состояниями (на 18–32%), плохим здоровьем (на 50–86%), без сбережений, с коротким горизонтом планирования и жителей небольших населенных пунктов. Уточняющие вопросы наиболее эффективны для респондентов с низким образованием, неосведомленных о расходах, без сбережений, из малых городов. Методика эффективна лишь частично: она снижает когнитивную сложность, но не влияет на чувствительность вопросов о доходах. На основе результатов предложены рекомендации по улучшению дизайна опросов, включающих финансовые вопросы.

Ключевые слова: качество опросных данных; несодержательные ответы; проблема неответа; ответ «затрудняюсь ответить»; чувствительные вопросы; уточняющие вопросы; вопросы о финансах; доходы; расходы.

¹ В данной работе использованы результаты проекта HSE-MS-2025-006, выполненного в НИУ ВШЭ.

Для цитирования: Шмелева Е.Д., Лебедев Д.В., Брагина Е.В. «А все-таки...»: эффективность уточняющих вопросов для снижения доли неответов на вопросы о финансах // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 9–29. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.1EDN: BQYDRW](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.1EDN:BQYDRW)

Введение

Вопросы о доходах и расходах относятся к числу вызывающих наибольшие затруднения у респондентов [25; 3]. На это указывает высокая доля несодержательных ответов — «затрудняюсь ответить» и «отказ от ответа»: анализ девяти исследований, проведенных в США с 1999 по 2005 г., показал, что доля отказывающихся от ответа на вопросы о доходах варьируется от 14 до 35% [30]². Данные Европейского социального исследования (ESS) демонстрируют аналогичную тенденцию: доля избегающих ответов на финансовые вопросы превышает показатели по другим темам и достигает 20–40% в Чехии, Венгрии, Ирландии, Польше, Швейцарии и Испании [13].

В постсоветских странах, включая Россию, пропуски данных о доходах достигают 18–45% (в среднем 30%). Исследователи связывают это с негативными эмоциями, которые финансовые вопросы вызывают у респондентов, — многие испытывают «враждебность и возмущение» [4, с. 24].

Проблема неответов на финансовые вопросы серьезно влияет на качество результатов исследований, даже если основная тема опросов не связана с финансами. Данные о доходах и расходах широко используются в социологических, государственных, маркетинговых исследованиях, где часто служат основой для формирования выборки и обеспечения репрезентативности опросов населения [1; 3]. Высокая доля неответов на эти вопросы снижает точность социально-экономических измерений и препятствует корректной оценке взаимосвязей между переменными, которая может быть искажена из-за смещений в выборке [13; 5]. На уровне государственной статистики США, например, обнаруживаются систематические смещения в ответах про доходы, что приводит к завышению статистики доходов на 2–3% и занижению официальных показателей бедности³. Вопросы о доходах и расходах населения критически важны для разработки программ пенсионного обеспечения и оценки кредитных рисков, так как позволяют прогнозировать устойчивость экономики к финансовым шокам на уровне отдельных домохозяйств [21].

Для снижения проблемы неответов в вопросах о финансах исследователи применяют различные методики, которые призваны снизить когнитивную нагрузку и чувствительность реакции на вопросы — основные факторы выбора несодержательных ответов [13]. К числу таких методик относятся уточняющие вопросы (“probing”), среди которых выделяются метод «раскрывающихся скобок» (unfolding brackets) [12; 18], упрощенная версия с заданными интервалами, среди которых можно выбрать диапазон значений доходов/расходов [20], а также детализированные вопросы о каждом из компонентов доходов [8; 15].

² Более подробный обзор см. в книге А.Ю. Мягкова «Косвенные методы в сенситивных исследованиях» [3].

³ Using administrative data to assess nonresponse bias in the Current Population Survey 2023. Annual Social and Economic Supplement. U.S. Census Bureau. — URL: <https://www.census.gov/newsroom/blogs/research-matters/2023/09/using-administrative-data-nonresponse-cps-asec.html> (дата обращения 20.10.2025).

Цель данного исследования состоит в оценке эффективности методики уточняющего вопроса с заданными интервалами для определения уровня доходов и расходов (семейных и индивидуальных) на основе данных выборочного опроса 6 волны проекта «Экономическое поведение домашних хозяйств», охватывающего население России в возрасте 18 лет и старше и проведенного НИУ ВШЭ весной 2025 г. Для этого на основе обзора литературы и разведывательного метода анализа Random Forest (с применением метода оценки важности переменных Boruta [19]) мы определяем потенциальные предикторы несодержательных ответов на три открытых вопроса: 1) об индивидуальном доходе, 2) о семейных доходах, а также 3) о семейных расходах. Далее с помощью серии логистических регрессий определяем наиболее значимые предикторы выбора несодержательных ответов на вопросы о финансах. Затем мы оцениваем доли тех, кто в уточняющих вопросах, задаваемых после открытых вопросов о доходах/расходах, дает содержательный ответ, то есть выбирает какой-то из предложенных диапазонов расходов/доходов. Это позволяет нам определить, для каких категорий респондентов уточняющие вопросы повышают шансы дать содержательный ответ, а для каких — нет.

Обзор литературы

Факторы высокой доли несодержательных ответов на вопросы о финансах

Вопросы о финансовом положении респондентов традиционно относятся к наиболее проблематичным [3], поскольку демонстрируют высокие доли несодержательных ответов («затрудняюсь ответить», «отказ от ответа», пропуски вопросов), что существенно снижает качество данных и может приводить к систематическим смещениям в выборке.

Исследователи выделяют два главных фактора, объясняющих высокую проблематичность финансовых вопросов: их когнитивную сложность и сенситивность (чувствительность) [14].

Первая связана с объективными трудностями формулирования ответа в ходе двух когнитивных процессов — проблем с припоминанием и согласованием информации [11]. Респонденты могут не знать точной информации, сталкиваться с необходимостью идентифицировать множественные источники доходов и расходов и с трудностями производить сложные вычисления [25]. Особенно проблематичными являются вопросы относительно общей стоимости активов, инвестиций или наследства, требующие детальных подсчетов и финансовой грамотности, а также вопросы о финансах других членов домохозяйства, требующие агрегирования информации и осведомленности [13]. При этом, согласно принципу «разумной достаточности» или «минимально достаточных усилий» (satisficing) [17], когда когнитивная нагрузка превышает заинтересованность респондента в качественном заполнении анкеты, он выбирает стратегию минимизации усилий, отдавая предпочтение несодержательным ответам. По этой причине неответы на подобные вопросы могут быть следствием незаинтересованности или когнитивной «усталости» респондента и нежеланием затрачивать когнитивные усилия на предоставление точного ответа.

Сенситивность финансовых вопросов обусловлена их восприятием как слишком личных или потенциально угрожающих [28]. В методологии опросов к сенситивным относятся вопросы, затрагивающие сферу частной жизни, способные повлечь социальные последствия или связанные с социальным сравнением [28]. Для финансовых вопросов это выражается в опасениях продемонстрировать «недостаточное» материальное благополучие, подвергнуться осуждению или в нежелании раскрывать информацию, которая считается сугубо частной, особенно в индивидуалистических обществах, где ценится приватность личной финансовой информации [13].

Факторы выбора несодержательных ответов

Склонность к выбору несодержательных ответов зависит от социально-демографических характеристик респондентов, их когнитивных способностей, культурного контекста и параметров дизайна опроса⁴. К социально-демографическим характеристикам, наиболее часто встречающимся в исследованиях, относятся возраст, пол, образование, уровень дохода и занятость, размер домохозяйства и место жительства. Пожилые респонденты более склонны к отказам отвечать на вопросы о доходах [9; 25] и чаще изначально выбирают вариант «не знаю» [18]. Женщины чаще мужчин выбирают несодержательный ответ [30]. Риск неответов также выше для респондентов, состоящих в браке и проживающих в больших домохозяйствах [13; 14; 25].

Респонденты с более высоким уровнем образования реже выбирают несодержательные ответы о доходах, предположительно из-за меньших когнитивных трудностей, вызываемых финансовыми вопросами [14; 30; 16]. Аналогичная закономерность может касаться и состояния здоровья: респонденты с худшим самочувствием располагают меньшими когнитивными ресурсами для обработки сложных вопросов, что также повышает вероятность несодержательного ответа. Оба эффекта зафиксированы в крупном популяционном исследовании (N = 360 628), где была установлена отрицательная взаимосвязь между склонностью затрудняться с ответом и уровнем образования, а также самооценкой здоровья [22]. Вместе с тем ряд исследований фиксируют противоположные результаты, судя по которым образованные респонденты чаще отказываются отвечать на вопросы о доходах, воспринимая их как слишком личные, то есть из соображений сенситивности, а не из-за когнитивных затруднений [24].

Склонность к выбору несодержательных ответов на вопросы о доходах варьируется в зависимости от социально-экономического положения респондента: люди с низкими доходами чаще выбирают прямой отказ от ответа — преимущественно из-за сенситивности темы, — тогда как у высокодоходных групп одинаково вероятны оба типа неответов, что свидетельствует о дополнительных трудностях с припоминанием и агрегированием финансовой информации [14]. Самозанятые чаще склонны к отказу от ответа, тогда как работники госсектора, напротив, демонстрируют большую готовность делиться этой информацией [24]. В целом риск неответов возрастает при нестабильных доходах и при наличии дополнительных источников дохода, например инвестиционных [13; 14].

⁴ Имеются в виду прежде всего условия сбора данных, такие как пол, возраст интервьюера и их совпадение с этими характеристиками респондентов [24; 25].

Методики снижения риска неответов на финансовые вопросы

Для снижения доли несодержательных ответов исследователи применяют различные методики в рамках дизайна опросника. Например, для снижения когнитивной нагрузки при агрегировании доходов из различных источников применяются детализированные вопросы о каждом из компонентов дохода [8; 15]. Большую популярность приобрели уточняющие вопросы, три основных типа которых описали Л. Шварц и Г. Паулин [27]. «Стандартная» (*conventional*) методика предлагает готовые интервалы доходов в уточняющем вопросе после открытого, «разворачивающаяся» (*unfolding*) предполагает последовательные вопросы для постепенного сужения диапазона⁵, а «метод интервалов, генерируемых респондентами» (*respondent-generated intervals — RGI*), позволяет участникам самостоятельно определить минимальные и максимальные границы своих доходов. Стандартную методику охотнее выбирают более пожилые люди и с невысоким уровнем образования. Метод RGI предпочитают люди с высшим образованием, так как он дает им больше контроля, — и часто такой подход приводит к более точным результатам [27].

В целом методика уточняющих вопросов демонстрирует эффективность в снижении доли неответов на нефинансовые вопросы. В эксперименте, где сравнивался отклик на псевдознаниевые вопросы⁶ и вопросы об установках⁷, в половине которых (случайной) использовались последующие уточняющие вопросы, а в другой — нет, почти половина изначально затруднившихся потом ответили на уточняющий вопрос [18].

В отношении финансов методика уточняющих вопросов позволяет сократить долю пропущенных данных до 56% [30]. Эффективность этой методики, однако, ограничена: если респондент уклоняется от ответа из-за опасений по поводу конфиденциальности (проблема сенситивности), вопрос с заданными интервалами значений дохода все равно может быть отвергнут [29].

Эмпирическая база

Эмпирической основой исследования являются опросные данные 6-й волны опроса «Экономическое поведение домашних хозяйств»⁸, охватывающего население России в возрасте 18 лет и старше, проведенного НИУ ВШЭ весной 2025 г. Опрос проводился методом CAPI (личное интервью с занесением информации в программу через планшет) по многоступенчатой стратифицированной выборке с маршрутным отбором домохозяйства для обследования и опросом одного пред-

⁵ Например: «За последние 12 месяцев получали ли вы заработную плату? Ваша заработная плата более 3 млн рублей?» Если да, то: «Ваша заработная плата более 3,2 млн рублей?»; Если нет, то: «Ваша заработная плата более/менее 2,8 млн рублей?» и далее подобные развилки вопросов.

⁶ Например: «Из каждых 100 человек трудоспособного возраста в [стране] сколько, по вашему мнению... безработные и ищут работу?» Варианты ответа: 0–4 (1), 5–9 (2), 10–14 (3), 15–19 (4), 20–24 (5), 25–29 (6), 30–34 (7), 35–39 (8), 40–44 (9), 45–49 (10), 50 и более (11).

⁷ Например: «Пожалуйста, скажите, насколько вы согласны или не согласны с каждым из следующих утверждений о людях в [стране]. Большинство безработных на самом деле не пытаются найти работу». Варианты ответа: от «Совершенно не согласен(-на)» до «Полностью согласен(-на)».

⁸ Более подробно об исследовании на сайте проекта: <https://www.hse.ru/hheb/>

ставителя внутри домохозяйства. Объем выборки составил 6 041 чел., выборка репрезентирует все население РФ по федеральным округам, типу населенного пункта, полу и возрасту.

Аналитическая стратегия

Исследование реализовано в два этапа, отражающих две ключевые задачи: 1) определить предикторы несодержательных ответов на открытые вопросы о доходах и расходах, а также 2) определить предикторы выбора содержательных ответов в уточняющих закрытых вопросах с интервалами значений. Для каждого этапа применяется двухэтапный подход, начинающийся с использования алгоритма Random Forest для первичного отбора наиболее важных предикторов среди переменных методом Boruta [19], выделенных на основе обзора литературы, с последующим применением серии логистических регрессий для точного определения статистически значимых предикторов (на уровне $\alpha = 0,05$) и оценки направления взаимосвязи между ними.

Для отбора ключевых переменных использовался метод Random Forest с алгоритмом Boruta. Метод Random Forest строит набор деревьев решений (Decision Trees) на случайных подвыборках и оценивает, какие переменные лучше предсказывают результат [6]. Алгоритм Boruta позволяет определить наиболее важные переменные (действительно связанные с зависимой переменной), сравнивая их вклад в предсказание значений зависимой переменной с искусственно созданными теневыми копиями, не содержащими полезной информации [19]. Такой подход рекомендуется для выделения важности переменных для последующего анализа [10; 26], так как позволяет выделять сложные и нелинейные связи между переменными и отбирать только действительно важные признаки для последующего анализа [6].

Преимущества выбранного метода для определения ключевых переменных, связанных с выбором несодержательного ответа и валидным ответом на уточняющий вопрос, по сравнению с более традиционными аналитическими методами (например, логистическая регрессия или однофакторный дисперсионный анализ) заключаются в следующем [6; 10; 19]:

1. непараметрический характер метода — отсутствие строгих предпосылок о характере распределения переменных;
2. возможность учитывать нелинейные связи и взаимодействия автоматически;
3. алгоритм Boruta позволяет решать задачу отбора признаков на основе принципа «все релевантные переменные» (all-relevant feature selection), а не только минимального оптимального набора;
4. метод устойчив к шуму и мультиколлинеарности.

Стоит отметить также и наличие некоторых ограничений выбранного метода анализа [6; 10; 24]. Во-первых, интерпретируемость моделей случайного леса ниже по сравнению с традиционными методами. Однако в нашем случае модели случайного леса с применением алгоритма Boruta используются сугубо для определения набора релевантных характеристик, а не для интерпретации связи с зависимыми переменными. Во-вторых, алгоритм Boruta может быть вычислительно затратным, особенно при большом числе признаков и наблюдений. В нашем случае вычисления занимали в среднем от 30 до 50 минут.

Технически метод Random Forest с применением алгоритма Boruta был реализован с использованием пакета Boruta версии 8.0.0 [19], с размером леса в Random Forest — 500. Вся обработка данных и их анализ были произведены в R Studio (версия 4.4.1)⁹.

Измерения

Зависимые переменные

В качестве зависимых переменных используются ответы на вопросы (табл. 1), измеряющие размер 1) личного дохода, 2) семейных совокупных доходов, 3) семейных совокупных расходов, а также ответы на уточняющие вопросы, где в качестве вариантов ответа выступают интервалы значений размеров доходов и расходов с шагом в 10 000 рублей. Для анализа переменные были преобразованы следующим образом: в исходных вопросах о размере доходов и расходов содержательные ответы были закодированы в 0, а несодержательные («Затрудняюсь ответить», «Отказ от ответа») — в 1; в уточняющих вопросах, наоборот, содержательные ответы на вопросы были закодированы в 1, а несодержательные («Затрудняюсь ответить», «Отказ от ответа») — в 0.

Таблица 1

Вопросы, измеряющие размер индивидуальных, семейных доходов и расходов, а также уточняющие вопросы с диапазонами значений

Концепт	Открытый вопрос	Закрытый уточняющий вопрос
Размер индивидуального дохода (задавался всем работающим, вне зависимости от формата работы)	Каков примерно размер вашего заработка, доходов от основной работы в прошлом месяце, включая премии, отпускные и прочие выплаты (после вычета налогов)? 99. (не зачитывайте) Затрудняюсь ответить, отказ от ответа	А все-таки, к какой из групп на этой карточке можно было бы отнести ваш заработок, доход от основной работы в прошлом месяце, включая премии, отпускные и прочие выплаты (после вычета налогов)? <i>Варианты ответа:</i> 1. Менее 10 000 рублей в месяц 2. 10 001 – 20 000 рублей в месяц 3. 20 001 – 30 000 рублей в месяц <...> 9. 150 001 – 200 000 рублей в месяц 10. Более 200 000 рублей в месяц 99. (не зачитывайте) Затрудняюсь ответить 98. (не зачитывайте) Отказ от ответа

⁹ Код обработки и анализа данных, а также дополнительные материалы (графики по результатам Random Forest, таблицы с результатами логистических регрессий, описание зависимых и независимых переменных и их подготовки к анализу, скрипты R, использованные для обработки и анализа данных) доступны в репозитории по ссылке: <https://disk.360.yandex.ru/d/PUeCaJDaTj2B2w>

Продолжение таблицы 1

Концепт	Открытый вопрос	Закрытый уточняющий вопрос
Размер доходов семьи (задавался всем)	А теперь, учитывая все отмеченные вами источники денежных доходов, подсчитайте, пожалуйста, каким был ваш и всех членов вашей семьи, проживающих вместе с вами, общий (суммарный) доход в прошлом месяце. Если какие-либо доходы были получены в валюте, переведите их в рубли по нынешнему обменному курсу. <i>99. (не зачитывайте) Затрудняюсь ответить, отказ от ответа</i>	А все-таки, к какой из групп на этой карточке можно было бы отнести доход вашей семьи в прошлом месяце? <i>Варианты ответа:</i> <i>аналогично вопросу выше</i>
Размер расходов домохозяйства (задавался всем)	Какую примерно сумму в рублях вы и ваша семья потратили за последние 30 дней? Пожалуйста, посчитайте все расходы, учитывая платежи за аренду жилья, выплаты по ипотеке, кредиты, коммунальные платежи, пожертвования, а также расходы на покупку еды, одежды, оплату транспорта, развлекательных мероприятий и все другие расходы, которые были в вашей семье. <i>99. (не зачитывайте) Затрудняюсь ответить, отказ от ответа</i>	А все-таки, к какой категории можно было бы отнести расходы вашей семьи в предыдущем месяце? <i>Варианты ответа:</i> <i>аналогично вопросу выше</i>

Независимые переменные

В качестве независимых используются переменные (интервальные, а также категориальные, преобразованные для анализа в дамми-переменные), отражающие¹⁰:

- социально-демографические характеристики: пол, возраст, размер семьи, семейное положение, размер населенного пункта;
- занятость и уровень образования: образование (7 уровней от начального до наличия степени), занятость (10 статусов от учебы до статуса безработного);
- финансовое поведение и установки: наличие сбережений и долгов; горизонт планирования; уровень финансовой тревожности; осведомленность о финансах других членов семьи; доля расходов на еду; субъективная оценка материального положения; количество автомобилей в семье;

¹⁰ Более подробное описание переменных представлено в репозитории с дополнительными материалами исследования по ссылке: <https://disk.360.yandex.ru/d/PUEcaJDaTj2B2w>

- представления о доходах, необходимых для «нормальной» жизни; представления о «пороге бедности»; оценка изменения финансового состояния за последние три месяца;
- психосоциальные: удовлетворенность жизнью, самооценка уровня здоровья, уровень депрессивных состояний, взгляд на будущее/прошлое, трудовая мотивация (готовность много работать ради денег / меньше работать ради свободного времени), представления о важности собственных усилий;
 - интернет-активность (прокси цифровой грамотности): частота использования Интернета;
 - контекстные: продолжительность заполнения анкеты, готовность принимать участие в будущих волнах исследования.

Результаты

Доля несодержательных ответов на вопросы о доходах/расходах

Наибольшее затруднение вызвали вопросы о доходах и расходах семьи — на них затруднились ответить 16,5% и 13,6% респондентов соответственно (табл. 2). Всего 6,4% затруднились с ответом на вопрос об индивидуальном доходе, что значительно меньше, чем в подобных исследованиях за рубежом (14–35% в США [30], 20–40% в Европе [13]). Это может объясняться следующими особенностями дизайна опроса: настройкой маршрутизации вопросов о финансах только для работающих респондентов (сужает целевую аудиторию до людей с более стабильными и однозначно определяемыми доходами); наличием материального стимулирования участия, формирующего выборку с повышенной готовностью к сотрудничеству [9]; а также применением метода CAPI, при котором интервьюер снижает часть когнитивной нагрузки на респондента.

Таблица 2

Эффективность уточняющих вопросов

Измеряемый финансовый показатель	Количество опрошенных (N)	Доля несодержательных ответов на открытый вопрос, %	Доля содержательных ответов на уточняющий вопрос, от числа отвечавших на уточняющий вопрос, %	Доля несодержательных ответов после уточняющего вопроса, %
Индивидуальный доход	3792	6,4	36,1	4,1
Доходы семьи	6041	16,5	40,9	9,8
Расходы семьи	6041	13,6	33,7	9,1

Более трети изначально затруднившихся дали содержательный ответ на уточняющий вопрос. Лучше всего он сработал для измерения доходов семьи (40,9% из не указавших доходы в первом вопросе указали их во втором), менее успешно — для индивидуального дохода (36,1%) и семейных расходов (33,7%). Доля несодержательных ответов после уточняющего вопроса составляет 4,1–9,8% и близка к полученному результату в исследовании на выборке США (9,4% [30]).

***Характеристики респондентов,
повышающие/понижающие шансы выбора несодержательных ответов
на вопросы о доходах/расходах***

Результаты применения метода Random Forest с использованием алгоритма Boruta для выделения важных переменных позволили выделить основные переменные для включения в логистические регрессионные модели. В трех моделях с зависимыми переменными, отражающими выбор несодержательного ответа на открытый финансовый вопрос (личные доходы, доходы/расходы семьи), были выделены от 11 до 39 стабильно значимых предикторов, которые впоследствии включены в соответствующие логистические регрессии в качестве независимых переменных¹¹.

Анализ трех логистических регрессий показал (табл. 3), что склонность респондентов давать несодержательные ответы на финансовые вопросы систематически связана с рядом социально-демографических и поведенческих характеристик.

Во-первых, выделяются семейное положение и структура домохозяйства. Респонденты, состоящие в браке, но проживающие отдельно от партнера, демонстрируют наиболее высокую вероятность несодержательных ответов по всем моделям (рост шансов более чем в 2 раза по сравнению с женатыми, живущими вместе). Никогда не состоявшие в браке респонденты также чаще дают такие ответы, хотя эффект здесь умереннее и проявляется только в случае вопросов про доходы (личные и семейные). Напротив, разведенные демонстрируют меньшую склонность к несодержательным ответам в случае вопросов о личных доходах.

Во-вторых, важную роль играют занятость и трудовой статус. По сравнению с учащимися и одновременно работающими (базовая категория) большинство других групп — работающие, пенсионеры (работающие и неработающие), безработные, респонденты в отпуске по уходу за ребенком или занятые домашним хозяйством — реже дают несодержательные ответы. Наиболее выраженное снижение вероятности наблюдается среди работающих респондентов, в том числе пенсионеров. При этом в случае вопросов про семейные доходы и расходы вероятность несодержательного ответа выше у респондентов, которые учатся и не работают, по сравнению с теми, кто учится и работает.

В-третьих, выявлены значимые различия, связанные со здоровьем и психологическим состоянием. Наличие выраженных депрессивных состояний увеличивает риск несодержательных ответов на 18–32% в зависимости от модели.

¹¹ Таблицы с результатами всех моделей представлены в репозитории в файле «Результаты Random Forest Boruta (таблицы)» по ссылке: <https://disk.360.yandex.ru/d/PUeCaJDAtj2B2w>

Аналогично, плохое здоровье существенно повышает вероятность несодержательных ответов (от 50 до 86% по сравнению с респондентами с очень хорошим здоровьем).

В-четвертых, большое значение имеют характеристики финансового состояния. Наиболее сильным предиктором выступает осведомленность о расходах: респонденты, которые не знают расходов своей семьи, дают несодержательные ответы на вопросы о семейных доходах и расходах в 3–5 раз чаще, чем полностью осведомленные. Также повышают вероятность несодержательных ответов отсутствие сбережений, их сокращение за последние три месяца и самооценка уровня достатка как высокого. Более короткий горизонт финансового планирования («никаких планов» или «на несколько месяцев») также увеличивает вероятность несодержательных ответов.

Наконец, выявлены различия по территориальным и социально-демографическим характеристикам. Жители деревень и сел, малых и средних городов чаще дают несодержательные ответы, чем респонденты из крупнейших городов (Москва и Санкт-Петербург). Реже склонны уклоняться от ответа женщины и активные пользователи Интернета.

Таблица 3

Результаты логистических регрессий с зависимыми переменными, отражающими факт выбора несодержательного ответа на соответствующий финансовый вопрос

Предиктор	Личные доходы		Семейные доходы		Семейные расходы	
	OR	p-value	OR	p-value	OR	p-value
Количество членов семьи	0,838	0,040 *	1,093	0,045 *	0,963	0,456
Возраст респондента	1,022	0,005 **	1,013	0,003 **	1,006	0,210
Женат/замужем, живем порознь (база: женат/замужем, живем вместе)	3,826	0,034 *	2,887	0,013 *	2,650	0,030 *
Никогда не был(-а) в браке (база: женат/замужем, живем вместе)	0,463	0,003 **	1,387	0,010 *	1,037	0,795
Использование Интернета: почти каждый день (база: каждый день)	0,628	0,005 **	—	—	0,774	0,011 *
Учусь, не работаю (база: учусь и работаю)	—	—	1,763	0,012 *	2,069	0,004 **
Работаю, не на пенсии (база: учусь и работаю)	0,473	0,004 **	0,840	0,324	0,904	0,621
Работающий пенсионер (база: учусь и работаю)	0,293	0,001 ***	0,705	0,147	0,805	0,429
На пенсии, не работаю (база: учусь и работаю)	—	—	0,551	0,012 *	0,832	0,486
Депрессивные состояния (фактор)	1,311	0,000 ***	1,248	0,000 ***	1,182	0,000 ***
Здоровье: плохое (база: хорошее)	—	—	1,597	0,016 *	1,860	0,003 **
Осведомленность о расходах: скорее да (база: да)	0,749	0,253	1,481	0,004 **	1,615	0,001 **

Продолжение таблицы 3

Предиктор	Личные доходы		Семейные доходы		Семейные расходы	
	OR	p-value	OR	p-value	OR	p-value
Осведомленность о расходах: нет (база: да)	0,923	0,808	3,797	0,000 ***	4,864	0,000 ***
Изменение сбережений за 3 месяца: так же (база: больше)	1,649	0,127	1,645	0,002 **	1,581	0,010 *
Изменение сбережений за 3 месяца: меньше (база: больше)	1,896	0,109	2,019	0,000 ***	1,759	0,011 *
Изменение сбережений за 3 месяца: нет (база: больше)	3,021	0,003 **	2,467	0,000 ***	1,806	0,003 **
Горизонт планирования: никаких планов (база: 3 или больше лет)	1,977	0,001 ***	—	—	2,093	0,000 ***
Ожидания по материальному положению: так же (база: очень мало)	—	—	1,327	0,009 **	1,277	0,046 *
Количество машин: 1 (база: 0)	1,423	0,024 *	1,283	0,004 **	1,151	0,136
Размер населенного пункта: менее 100 тыс. (база: Москва и Санкт-Петербург)	1,179	0,515	1,266	0,094 ■	1,332	0,062 ■
Размер населенного пункта: деревня/село (база: Москва и Санкт-Петербург)	1,151	0,578	1,517	0,002 **	1,698	0,000 ***
Согласие на следующий этап	—	—	0,604	0,000 ***	0,690	0,000 ***

Примечание:

*** p-value < 0.001; ** p-value < 0.01; * p-value < 0.05; ■ p-value < 0.1.

Из-за большого количества независимых переменных приведены только те предикторы, которые являются значимыми хотя бы в одной из логистических регрессий. Символом «—» помечены переменные, которые не были включены в регрессию, так как не были определены методом Random Forest как потенциально важные предикторы.

OR — Odds Ratio (отношение шансов).

Ячейки со значениями отношений шансов, которые являются значимыми, выделены градиентной заливкой (от красного — значение, близкое к 0, к оранжевому — ближе к 1, к зеленому — значение сильно больше 1) для упрощения интерпретации.

***Характеристики респондентов,
повышающие/понижающие шансы выбора содержательных ответов
на уточняющие вопросы о доходах/расходах***

По результатам применения моделей Random Forest с алгоритмом Boruta для определения важности предикторов содержательных ответов на уточняющие вопросы относительно финансов (личные доходы, доходы/расходы семьи) были выделены ключевые предикторы, стабильно показавшие связь с зависимыми пе-

ременными во всех итерациях построения моделей случайного леса¹². По итогам были выделены от 10 до 21 независимой переменной для последующего использования в моделях логистической регрессии в качестве независимых переменных. Результаты логистических регрессий, описывающих вероятность выбора содержательного ответа на уточняющие вопросы относительно финансов (личные доходы, доходы/расходы семьи), представлены в таблице 4.

Во-первых, наблюдается связь между выбором содержательного ответа на уточняющий вопрос с социально-демографическими характеристиками. Респонденты из более многочисленных семей и с более высоким уровнем образования реже предоставляют содержательный ответ на уточняющий вопрос. Аналогичный эффект наблюдается у респондентов с разными категориями занятости. Кроме того, жители городов среднего и малого размера чаще дают содержательные ответы относительно доходов семьи, чем жители крупных городов.

Во-вторых, финансовая ситуация и поведение также связаны с вероятностью выбора содержательного ответа на уточняющий вопрос. Отсутствие сбережений повышает готовность такого выбора. Напротив, финансовая тревожность снижает вероятность успешного уточнения в вопросах как о доходах, так и о расходах. Осведомленность о расходах играет одну из ключевых ролей в эффективности уточняющих вопросов о расходах семьи: неполная осведомленность (ответ «скорее да») резко снижает шансы дать содержательный ответ на уточняющий вопрос по сравнению с полной осведомленностью.

В-третьих, наблюдается также эффект времени заполнения анкеты: его увеличение связано с меньшей вероятностью предоставить содержательный ответ на уточняющий вопрос о личных доходах.

Таблица 4

Результаты логистических регрессий с зависимыми переменными, отражающими факт выбора содержательного ответа на соответствующий уточняющий финансовый вопрос после выбора несодержательного ответа на открытый вопрос

Предиктор	Личные доходы		Семейные доходы		Семейные расходы	
	OR	p-value	OR	p-value	OR	p-value
Количество членов семьи	0,81	0,078 ■	1,08	0,335	—	—
Полное среднее образование (база: начальное/неполное среднее образование)	0,00	0,992	0,51	0,079 ■	—	—
Начальное проф. образование (ПТУ) (база: начальное/неполное среднее образование)	0,00	0,992	0,39	0,040 *	—	—
Среднее проф. образование (техникум) (база: начальное/неполное среднее образование)	0,00	0,992	0,55	0,097 ■	—	—

¹² Таблицы с результатами всех моделей представлены в репозитории в файле «Результаты Random Forest Boruta (таблицы)» по ссылке: <https://disk.360.yandex.ru/d/PUeCaJDaTj2B2w>

Продолжение таблицы 4

Предиктор	Личные доходы		Семейные доходы		Семейные расходы	
	OR	p-value	OR	p-value	OR	p-value
Незаконченное высшее (база: начальное/неполное среднее образование)	0,00	0,992	0,29	0,017 *	—	—
Высшее образование (база: начальное/неполное среднее образование)	0,00	0,992	0,44	0,027 *	—	—
Учусь и не работаю (база: учусь и работаю)	—	—	2,17	0,059 ■	—	—
Осведомлен о расходах: скорее да (база: да)	—	—	0,73	0,175	0,6	0,007 **
Доля расходов на еду	—	—	1,01	0,095 ■	1,01	0,11
Изменение сбережений: нет сбережений (база: больше)	—	—	2,87	0,007 **	1,34	0,465
Финансовая тревожность	—	—	0,93	0,002 **	0,92	0,001 ***
Удовлетворенность жильем: скорее да (база: да)	—	—	0,57	<0,001 ***	—	—
Размер НП: 500–999 тыс. (база: Москва и Санкт-Петербург)	—	—	3,64	<0,001 ***	—	—
Размер НП: 250–499 тыс. (база: Москва и Санкт-Петербург)	—	—	1,81	0,073 ■	—	—
Размер НП: менее 100 тыс. (база: Москва и Санкт-Петербург)	—	—	1,58	0,092 ■	—	—
Время заполнения анкеты (в минутах)	0,99	0,096 ■	1	0,1	—	—

Примечание:

*** p-value < 0.001; ** p-value < 0.01; * p-value < 0.05; ■ p-value < 0.1

Из-за большого количества независимых переменных приведены только те предикторы, которые являются значимыми хотя бы в одной из логистических регрессий. Символом «—» помечены переменные, которые не были включены в регрессию, так как не были определены методом Random Forest как потенциально важные предикторы.

OR — Odds Ratio (отношение шансов).

Ячейки со значениями отношений шансов, которые являются значимыми, выделены градиентной заливкой (от красного — значение, близкое к 0, к оранжевому — ближе к 1, к зеленому — значение сильно больше 1) для упрощения интерпретации.

Различия в наборах предикторов выбора несодержательных ответов на вопросы о доходах/расходах и содержательных ответов на уточняющие вопросы

Наборы значимых предикторов несодержательных ответов на первоначальные и уточняющие вопросы частично совпадают, но не являются полностью идентичными. Совпадения есть прежде всего для базовых социально-демографических характеристик и некоторых установочных и поведенческих переменных, связанных с финансовой грамотностью и уверенностью в собственных оценках. Различия в наборах обусловлены несколькими причинами.

Зависимыми переменными в моделях являются разные по смыслу переменные. В первом случае (табл. 3) описывается модель с предсказанием несодержательного ответа на открытый вопрос о финансах, во втором (табл. 4) — представлены результаты модели, предсказывающей предоставление валидного ответа на закрытый уточняющий вопрос.

Первоначальные и уточняющие вопросы различаются по когнитивной нагрузке. В первом случае вопрос сложнее, поскольку требует более точного воспоминания (нужно указать конкретную сумму в рублях, а не выбрать из представленного набора вариантов, как в случае уточняющего вопроса).

Моделирование проводится на разных выборках. Уточняющие вопросы задаются подвыборке респондентов — тем, кто выбрал вариант «Затрудняюсь ответить» в открытом вопросе. Следовательно, анализ для уточняющих вопросов проводится на более однородной группе, где вариативность некоторых предикторов снижается, а значимость других, наоборот, возрастает.

Ограничения исследования

Настоящее исследование имеет ряд методологических ограничений, которые необходимо учитывать при интерпретации результатов.

Во-первых, в данной работе не проводилось разделение несодержательных ответов на категории «Затрудняюсь ответить» и «Отказ от ответа», поскольку в анкете они были объединены в одну опцию. Между тем исследования показывают, что эти типы ответов обусловлены разными механизмами: «Затрудняюсь ответить» обычно связано с недостатком знаний или когнитивными трудностями, тогда как «Отказ от ответа» чаще отражает восприятие вопроса как слишком чувствительного [7; 25]. Различение этих ответов позволило бы более точно определить, для каких категорий респондентов и в связи с каким механизмом действия уточняющие вопросы более или менее эффективны.

Во-вторых, когнитивные механизмы выбора несодержательных ответов рассматривались на основе вторичных поведенческих индикаторов, а не прямых измерений когнитивной нагрузки. Для более определенных выводов потребуются дополнительные измерения воспринимаемой сложности вопросов, например с использованием шкалы Пааса для оценки когнитивной нагрузки [23] и подходов когнитивного интервью [2], а также отдельная оценка готовности респондентов открыто говорить о финансах.

В-третьих, настоящее исследование не оценивает качество данных, полученных с помощью уточняющих вопросов. Остается открытым вопрос, насколько точны ответы респондентов в интервальном формате по сравнению с точными числовыми значениями. Для решения этой задачи потребовались бы валидационные исследования с использованием административных данных или замеров с помощью других методик¹³ [27].

Наконец, используемая методология Random Forest с алгоритмом Boruta, хотя и позволяет эффективно отбирать значимые предикторы [10; 19], имеет ограничения в интерпретации причинно-следственных связей. Выявленные предикторы следует рассматривать как связи, а не как каузальные факторы.

Дискуссия

Снижение отклика на опросы и рост затрат на сбор данных, в том числе удорожание процедур дозвона, стимулируют исследователей искать более экономичные способы удержания респондентов. Особенно это актуально для опросов, затрагивающих чувствительные темы, в частности, вопросы о доходах и расходах.

Несодержательные ответы на вопросы о финансах снижают общее качество опросных данных: ведут к искажению статистики доходов и расходов¹⁴, а также к потере или искажению информации об изучаемых характеристиках респондентов, для которых такие вопросы оказываются слишком личными или когнитивно сложными [14].

Проведенное исследование проверяет и подтверждает эффективность методики уточняющих (*probing*) вопросов как инструмента снижения доли неответов на финансовые вопросы в российских опросах. До 41% респондентов, изначально отказавшихся от ответа, предоставили содержательную информацию после уточняющего вопроса с заданными интервалами. Этот результат ниже аналогичных показателей, полученных в США (до 56%) [30], однако демонстрирует устойчивую эффективность подхода.

Наибольшая результативность уточняющих вопросов наблюдается в отношении семейных доходов (41%), тогда как для индивидуальных доходов она ниже (36%). Это указывает на то, что основным механизмом их действия является снижение когнитивной нагрузки, а не смягчение чувствительности. Вопросы о семейных финансах требуют агрегирования информации от нескольких источников, более сложных вычислений и информированности, что создает дополнительные когнитивные барьеры [11; 13].

Анализ социально-демографических характеристик, влияющих на склонность к неответам, подтверждает преобладание фактора когнитивной сложности. Наиболее сильные предикторы несодержательных ответов связаны с ограниченными когнитивными ресурсами и доступностью информации: проживание отдельно

¹³ Using administrative data to assess nonresponse bias in the Current Population Survey 2023. Annual Social and Economic Supplement. U.S. Census Bureau. — URL: <https://www.census.gov/newsroom/blogs/research-matters/2023/09/using-administrative-data-nonresponse-cps-asec.html> (дата обращения 20.10.2025).

¹⁴ Ibid.

от супруга (неосведомленность о его доходах), плохое здоровье, депрессивные состояния, короткий горизонт финансового планирования и отсутствие сбережений. Реже уклоняются от ответов работающие респонденты (особенно работающие пенсионеры), а также те, кто согласился участвовать в следующей волне исследования, что указывает на их более высокую мотивацию к сотрудничеству.

Тем не менее результаты подтверждают, что вопросы о финансах являются преимущественно сенситивными для респондентов. Об этом свидетельствует прежде всего ограниченная эффективность уточняющих вопросов: более половины из тех, кто уклонился от первоначального ответа, не предоставили данные. Кроме того, одним из ключевых предикторов содержательных ответов на уточняющие вопросы является уровень образования, который, как правило, повышает шансы на содержательный ответ [13; 14; 30]. Однако в нашем исследовании более образованные респонденты, напротив, реже указывали финансовую информацию в ответ на уточняющий вопрос, что может быть связано с осознанным контролем над раскрываемой информацией.

Место проживания, часто имеющее значение при формировании выборки, также связано с уклонением от ответов на финансовые вопросы. Жители малых населенных пунктов чаще избегают ответов, тогда как респонденты из средних городов (500–999 тыс. человек) в 3,6 раза чаще, чем москвичи и петербуржцы, предоставляют данные в ответ на уточняющие вопросы. Вероятно, мотивация жителей средних городов предоставлять финансовые данные находится между ограничениями, характерными для малых населенных пунктов (низкая цифровая грамотность, неформализованность доходов), и культурой приватности, присущей крупнейшим городам.

Полученные результаты позволяют сформулировать несколько практических рекомендаций для улучшения дизайна опросов, включающих финансовые вопросы.

— *Использование уточняющих вопросов* — недорогой и эффективный способ сокращения доли неответов до 4–10%. Это особенно важно для исследований с квотной или стратифицированной выборкой, где компенсация потери респондентов может требовать значительного повышения бюджета исследования, а также для исследований, задачи которых состоят в получении косвенных оценок доходов и расходов с помощью опросных данных в дополнение к статистическим, которые могут быть искажены из-за теневой экономики и других особенностей.

— *Адаптация формулировок* для различных групп респондентов, оказавшихся в группе риска неответов. Например, для работающих и более образованных целесообразно запрашивать сведения по отдельным источникам дохода с последующим суммированием исследователями.

— *Использование фильтров* в вопросах о семейных финансах, особенно для респондентов, состоящих в неформальных браках или живущих порознь.

— *Усиление гарантий конфиденциальности* в преамбуле блока вопросов, что может способствовать снижению опасения относительно разглашения персональных данных.

— *Статистическая корректировка смещений* с учетом факторов, влияющих на уклонение от ответов, например с использованием оценки Хорвича — Томпсона [14].

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Шмелева Евгения Дмитриевна — кандидат наук об образовании, заместитель директора, Центр внутреннего мониторинга, НИУ ВШЭ. **Телефон:** +7 (925) 365-51-53. **Электронная почта:** eshmeleva@hse.ru SPIN-код: 9935-5193

Лебедев Даниил Вадимович — кандидат социологических наук, аналитик, Центр внутреннего мониторинга, НИУ ВШЭ. **Телефон:** +7 (909) 155-60-28. **Электронная почта:** dlebedev@hse.ru SPIN-код: 1659-9524

Брагина Екатерина Викторовна — аналитик, Центр внутреннего мониторинга, НИУ ВШЭ. **Телефон:** +7 (921) 828-93-99. **Электронная почта:** e.bragina@hse.ru

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 9–29. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.1

Research Article

EVGENIYA D. SHMELEVA¹, DANIIL V. LEBEDEV¹, EKATERINA V. BRAGINA¹

¹ HSE University.

11 Pokrovsky Boulevard, 109028, Moscow, Russian Federation

**“BUT PERHAPS...”: THE EFFECTIVENESS OF PROBING QUESTIONS
FOR REDUCING ITEM NON-RESPONSE TO FINANCIAL QUESTIONS**

Abstract. A high proportion of non-substantive responses to questions about income and expenditures compromises data quality, limits the generalizability of findings, and can lead to sampling bias. The objective of this study is to assess the effectiveness of using follow-up questions to improve the quality of responses to financial questions. The study is based on data from a representative survey of the adult population of Russia, conducted by HSE University as part of the project “Household Economic Behavior Monitoring” (Spring 2025, N = 6 041). The first stage involved identifying predictors of non-substantive responses to the financial questions, while the second stage assessed the effectiveness of follow-up (probing) questions for different respondent categories. Predictors were selected using the Random Forest method with the Boruta algorithm and logistic regressions. The results show that the share of non-substantive responses was 6% for individual income, 17% for household income, and 14% for household expenditures. Follow-up questions converted 36–41% of the initial non-responses into substantive answers, thereby reducing the overall non-response rate to 4–10%. The highest risk of non-response was identified among respondents living separately from their spouse (a more than two-fold increase in the odds), those unaware of household expenditures (a 3- to 5-fold increase), those with depressive states (18–32% increase), poor health (50–86% increase), no savings, a short planning horizon, and residents of small towns. Follow-up questions were most effective for respondents with lower education levels, those unaware of expenditures, those without savings, and those from small towns. The method is only partially effective: while it reduces cognitive complexity it does not affect the sensitivity of income-related questions. Based on these findings, recommendations are proposed for improving the design of surveys that include financial questions.

Keywords: survey data quality; item nonresponse; do not know answers; sensitive questions; probing questions; financial questions; income; expenditures.

For citation: Shmeleva, E.D., Lebedev, D.V., Bragina, E.V. “But perhaps...”: The Effectiveness of Probing Questions for Reducing Item Non-response to Financial Questions. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 9–29. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.1

Acknowledgements. This work is an output of project HSE-MS-2025-006 implemented at HSE University.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Evgeniya D. Shmeleva — Candidate of Pedagogical Sciences, Deputy Director, Centre for Institutional Research, HSE University. **Phone:** +7 (925) 365-51-53. **Email:** eshmeleva@hse.ru ORCID: 0000-0001-8004-3315 ResearcherID: P-9230-2019

Daniil V. Lebedev — Candidate of Sociological Sciences, Analyst, Centre for Institutional Research, HSE University. **Phone:** +7 (909) 155-60-28. **Email:** dlebedev@hse.ru ORCID: 0000-0001-7246-8022 ResearcherID: D-6656-2019

Ekaterina V. Bragina — Analyst, Centre for Institutional Research, HSE University. **Phone:** +7 (921) 828-93-99. **Email:** e.bragina@hse.ru

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. *Аласшеев С.Ю.* Недостоверность ответов респондентов на вопросы о доходах // Социологический журнал. 2015. Том 21. № 3. С. 29–44. DOI: [10.19181/socjour.2015.21.3.2376](https://doi.org/10.19181/socjour.2015.21.3.2376) EDN: UKAKEZ
Alasheev S.Yu. Inaccuracy of respondents' answers to income questions. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2015. Vol. 21. No. 3. P. 29–44. DOI: [10.19181/socjour.2015.21.3.2376](https://doi.org/10.19181/socjour.2015.21.3.2376) (In Russ.)
2. *Девятко И.Ф., Лебедев Д.В.* Глазами интервьюера, глазами респондента: контуры нового подхода к оценке когнитивной нагрузки при проведении опроса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 1–19. DOI: [10.14515/monitoring.2017.5.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.01) EDN: YLYNWJ
Deviatko I.F., Lebedev D.V. Through the eyes of interviewer and respondent: towards a new approach to measuring cognitive load in surveys. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2017. No. 5. P. 1–19. DOI: [10.14515/monitoring.2017.5.01](https://doi.org/10.14515/monitoring.2017.5.01) (In Russ.)
3. *Мягков А.Ю.* Косвенные методы в сенситивных исследованиях. М.: ИНФРА-М, 2024. — 245 с. DOI: [10.12737/2110854](https://doi.org/10.12737/2110854) EDN: KWXANI
Myagkov A.Yu. *Indirect methods in sensitive research*. Moscow: INFRA-M publ., 2024. 245 p. DOI: [10.12737/2110854](https://doi.org/10.12737/2110854) (In Russ.)
4. *Мягков А.Ю.* Сенситивные исследования: опыт ретроспективного анализа и концептуализации // Социологический журнал. 2023. Том 29. № 3. С. 8–28. DOI: [10.19181/socjour.2023.29.3.1](https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.3.1) EDN: BKJOVE
Myagkov A.Yu. Sensitive research: retrospective analysis and conceptualization *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2023. Vol. 29. No. 3. P. 8–28. DOI: [10.19181/socjour.2023.29.3.1](https://doi.org/10.19181/socjour.2023.29.3.1) (In Russ.)
5. *Юдин Г.Б.* Территориальная локализация и уровень неответов в массовом опросе // Социологический журнал. 2008. № 1. С. 49–72. Дата обращения 20.10.2025. URL: <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/983/937>¹⁵
Yudin G.B. Territorial localization and nonresponse rate in mass surveys. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2008. No. 1. P. 49–72. Accessed 20.10.2025. URL: <https://www.journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/983/937> (In Russ.)
6. Breiman L. Random forests. *Machine Learning*. 2001. Vol. 45. No. 1. P. 5–32. DOI: [10.1023/A:1010933404324](https://doi.org/10.1023/A:1010933404324)
7. Converse J.M. Predicting No Opinion in the Polls. *Public Opinion Quarterly*. 1976. Vol. 40. No. 4. P. 515–530. DOI: [10.1086/268337](https://doi.org/10.1086/268337)
8. Davern M., Rodin H., Beebe T.J., Call K.T. The Effect of Income Question Design in Health Surveys on Family Income, Poverty and Eligibility Estimates. *Health Services Research*. 2005. Vol. 40. No. 5. Pt. 1. P. 1534–1552. DOI: [10.1111/j.1475-6773.2005.00416.x](https://doi.org/10.1111/j.1475-6773.2005.00416.x)

¹⁵ Автор статьи признан иностранным агентом.

9. De Leeuw E.D. Reducing Missing Data in Surveys: An Overview of Methods. *Quality & Quantity*. 2001. Vol. 35. P. 147–160. DOI: [10.1023/A:1010395805406](https://doi.org/10.1023/A:1010395805406)
10. Degenhardt F., Seifert S., Szymczak S. Evaluation of variable selection methods for random forests and omics data sets. *Briefings in Bioinformatics*. 2019. Vol. 20. No. 2. P. 492–503. DOI: [10.1093/bib/bbx124](https://doi.org/10.1093/bib/bbx124)
11. Hansen K., Kneale D. Does How You Measure Income Make a Difference to Measuring Poverty? Evidence from the UK. *Social Indicators Research*. 2013. Vol. 110. P. 1119–1140. DOI: [10.1007/s11205-011-9976-5](https://doi.org/10.1007/s11205-011-9976-5)
12. Heeringa S.G., Hill D.H., Howell D.A. *Unfolding Brackets for Reducing Item Nonresponse in Economic Surveys. AHEAD/HRS Report No. 94–029*. Ann Arbor: Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan, 1993. Accessed 20.10.2025. URL: <https://hrs.isr.umich.edu/publications/biblio/10985>
13. Jabkowski P., Piekut A. Between Task Complexity and Question Sensitivity: Nonresponse to the Income Question in the 2008–2018 European Social Survey. *Survey Research Methods*. 2024. Vol. 18. No. 2. P. 113–135. DOI: [10.18148/srm/2024.v18i2.8117](https://doi.org/10.18148/srm/2024.v18i2.8117)
14. Jabkowski P., Piekut A. Not Random and Not Ignorable. An Examination of Nonresponse to Income Question in the European Social Survey, 2008–2018. *Public Opinion Quarterly*. 2023. Vol. 36. No. 3. DOI: [10.1177/1525822X231194178](https://doi.org/10.1177/1525822X231194178)
15. Jansen W., Verhoeven W.J., Dessens J., Róbert P. The long and short of asking questions about income: a comparison using data from Hungary. *Quality & Quantity*. 2013. Vol. 47. No. 4. P. 1957–1969. DOI: [10.1007/s11135-011-9636-5](https://doi.org/10.1007/s11135-011-9636-5)
16. Kaminska O., McCutcheon A.L., Billiet J. Satisficing Among Reluctant Respondents in a Cross-National Context. *Public Opinion Quarterly*. 2010. Vol. 74. No. 5. P. 956–984. DOI: [10.1093/poq/nfq062](https://doi.org/10.1093/poq/nfq062)
17. Krosnick J.A. Response strategies for coping with the cognitive demands of attitude measures in surveys. *Applied Cognitive Psychology*. 1991. Vol. 5. No. 3. P. 319–335. DOI: [10.1002/acp.2350050305](https://doi.org/10.1002/acp.2350050305)
18. Kuha J., Butt S., Katsikatsou M., Skinner C.J. The Effect of Probing “Don’t Know” Responses on Measurement Quality and Nonresponse in Surveys. *Journal of Official Statistics*. 2018. Vol. 34. No. 1. P. 26–40. DOI: [10.1080/01621459.2017.1323640](https://doi.org/10.1080/01621459.2017.1323640)
19. Kurs M.B., Rudnicki W.R. Feature Selection with the Boruta Package. *Journal of Statistical Software*. 2010. Vol. 36. No. 11. P. 1–13. DOI: [10.18637/jss.v036.i11](https://doi.org/10.18637/jss.v036.i11)
20. Lepkowski J. Non-observation error in household surveys in developing countries. *Household Surveys in Developing and Transition Countries*. Ed. by Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. N.Y.: United Nations, 2005. P. 149–169. Accessed 20.10.2025. URL: https://unstats.un.org/unsd/hhsurveys/pdf/Chapter_8.pdf
21. Lusardi A., Mitchell O.S. The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*. 2014. Vol. 52. No. 1. P. 5–44. DOI: [10.1257/jel.52.1.5](https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5)
22. Mignogna G., Carey C.E., Wedow R. et al. Patterns of item nonresponse behaviour to survey questionnaires are systematic and associated with genetic loci. *Nature Human Behaviour*. 2023. Vol. 7. P. 1371–1387. DOI: [10.1038/s41562-023-01632-7](https://doi.org/10.1038/s41562-023-01632-7)
23. Paas F.G. Training strategies for attaining transfer of problem-solving skill in statistics: A cognitive-load approach. *Journal of Educational Psychology*. 1992. Vol. 84. No. 4. P. 429–434. DOI: [10.1037/0022-0663.84.4.429](https://doi.org/10.1037/0022-0663.84.4.429)
24. Pearce-Morris J., Choi S.-W., Roth V., Young R. Substantive Meanings of Missing Data in Family Research: Does “Don’t Know” Matter? *Journal of Family Issues*. 2014. Vol. 35. No. 5. P. 665–690. DOI: [10.1080/01494929.2014.938292](https://doi.org/10.1080/01494929.2014.938292)

25. Riphahn R.T., Serfling O. Item non-response on income and wealth questions. *Empirical Economics*. 2005. Vol. 30. No. 2. P. 521–538. DOI: [10.1007/s00181-005-0247-7](https://doi.org/10.1007/s00181-005-0247-7)
26. Rothacher Y., Strobl C. Identifying Informative Predictor Variables With Random Forests. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*. 2024. Vol. 49. No. 4. P. 595–629. DOI: [10.3102/10769986231193327](https://doi.org/10.3102/10769986231193327)
27. Schwartz L., Paulin G. Improving response rates to income questions. *American Statistical Association (ASA) Section on Survey Research Methods Proceedings*. 2000. P. 965–970. Accessed 20.10.2025. URL: http://www.asasrms.org/Proceedings/papers/2000_165.pdf
28. Tourangeau R., Yan T. Sensitive Questions in Surveys. *Psychological Bulletin*. 2007. Vol. 133. No. 5. P. 859–883. DOI: [10.1037/0033-2909.133.5.859](https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.5.859)
29. Wang K. Effects of unfolding brackets on the quality of income data in a telephone survey. *Survey Practice*. 2010. Vol. 3. No. 3. P. 1–7. DOI: [10.29115/SP-2010-0014](https://doi.org/10.29115/SP-2010-0014)
30. Yan T., Curtin R., Jans M. *The Impact of Unit Nonresponse on Income Nonresponse*. Ann Arbor: Survey Research Center, University of Michigan, 2006. 22 p. Accessed 20.10.2025. URL: <https://data.sca.isr.umich.edu/fetchdoc.php?docid=32879>

Статья поступила в редакцию: 20.10.2025; поступила после рецензирования и доработки: 16.04.2026; принята к публикации: 11.05.2026.

Received: 20.10.2025; revised after review: 16.04.2026; accepted for publication: 11.05.2026.

МАССОВЫЕ ОПРОСЫ, ЭКСПЕРИМЕНТЫ, МОНОГРАФИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.2
EDN: BYPVJN

М.В. ШАКЛЕИНА¹, С.Г. БАБАЯН²

¹ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.
119234, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 61.

² Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова в Ереване.
0025, Ереван, ул. Вардананц, д. 17.

СОЦИАЛЬНАЯ КОМФОРТНОСТЬ КАК ЛАТЕНТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ: ВОЗМОЖНОСТИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ОСНОВЕ ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ¹

Аннотация. Социальная комфортность рассматривается в статье как латентная характеристика качества жизни населения, измеряемая на основе поисковых запросов пользователей сети на региональном уровне. Информационная база сформирована по данным поисковых запросов Google Trends: ежемесячные данные с 01.01.2015 по 01.01.2025, которые сгруппированы в двенадцать блоков, отражающих ключевые аспекты социальной комфортности. Методология базируется на отборе поисковых запросов с использованием семантических моделей (NAVEC), стандартизированной обработке временных рядов, применении метода главных компонент и построении агрегированного интегрального индикатора по методологии С.А. Айвазяна. Построены временные профили социальной комфортности и выделены доминирующие запросы, изменения интенсивности которых связаны с ростом или снижением сводного индикатора. Это позволяет рассматривать поисковую активность населения как чувствительный индикатор изменений в сфере труда, безопасности, общественных настроений, а также реакции населения на меры государственной политики. Результаты анализа за период с 2015 по 2025 г. демонстрируют трансформацию поведенческих стратегий: переход от стратегий накопления к адаптации и сбережению ресурсов в ответ на внешние шоки. Валидность построенного интегрального индикатора осуществляется путем сопоставления с показателями официальной статистики (ожидаемая продолжительность жизни, реальные доходы, скорректированный чистый национальный доход на душу населения, политическая стабильность).

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-18-00319 «Экономико-демографический анализ качества жизни населения России».

В заключении рассматриваются три региональных кейса — Приморский край, Калининградская область, Москва — с применением генетического подхода. Показано, что социально-экономический генотип является фильтром восприятия условий проживания и дополняет традиционные оценки качества жизни характеристикой внутренней структуры факторов и их иерархии, что принципиально важно для адресного проектирования экономической и социальной политики.

Ключевые слова: социальная комфортность; качество жизни; поисковые запросы; Google Trends; интегральный индикатор; социально-экономический генотип; регионы России.

Для цитирования: Шаклеина М.В., Бабаян С.Г. Социальная комфортность как латентная характеристика качества жизни: возможности измерения на основе поисковых запросов // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 30–54. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.2](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.2) EDN: BYPVJN

Введение

Измерение качества жизни традиционно относится к числу центральных задач в социологических и экономических исследованиях. Вместе с этим в современной исследовательской практике отмечается, что основная сложность обусловлена не только многочисленностью используемых определений и показателей, но и самой природой измеряемых явлений. Такие категории, как «социальное благополучие», «удовлетворенность жизнью», «социальное самочувствие», «уровень счастья», «качество жизни», обладают латентным, многомерным и контекстно обусловленным характером [40; 1]. Их сведение к единственной обобщенной оценке неизбежно сглаживает различия в восприятии условий жизни, структуре потребностей и значимости отдельных сфер повседневной жизни. Методологическая проблема состоит в том, что одинаковые или близкие значения сводного показателя могут скрывать разные сочетания частных оснований благополучия и неблагополучия. Более того, устойчивость позитивных общих оценок нередко сохраняется даже при заметных изменениях внешней среды, тогда как частные оценки и повседневные приоритеты смещаются значительно быстрее [3; 4]. Выявленная ограниченность обобщенных оценок актуализирует обращение к категории «социальная комфортность», которая позволяет рассматривать качество жизни через призму «контекстуальных условий социальной жизни индивида, мотивирующих к различным формам активности и выражающихся в балансе предпочтений, свойств среды и склонностей индивида» [8].

В настоящем исследовании социальная комфортность не отождествляется с категорией «качество жизни». Качество жизни рассматривается как более широкая многомерная категория, включающая объективные условия жизни, доступность ресурсов, субъективные оценки населения. Социальная комфортность понимается как латентная характеристика восприятия окружающих условий, которая определяет, каким образом контекстные свойства среды отражаются в повседневных практиках, интересах и реакциях населения, выраженных частотой и структурой поисковых запросов. Анализируемая категория занимает промежуточное положение между объективными условиями и субъективными оценками

и наблюдается не напрямую, а через поисковую активность в Интернете. Категория «социальная комфортность» выступает аналитическим срезом «качества жизни», позволяющим перейти от общей оценки условий жизни к анализу структуры повседневных проблем, ожиданий и адаптационных стратегий.

В центре внимания оказываются не только ресурсы и уровень их обеспеченности, но и то, каким образом населением воспринимаются безопасность, здоровье, инфраструктурная доступность, занятость, экологическая ситуация, политическая стабильность и другие характеристики повседневной среды. Таким образом, предметом анализа становится не столько оценка уровня социальной комфортности в том или ином регионе, сколько обеспечивающие ее факторы сферы повседневной жизни, которые оказываются наиболее чувствительными для населения. При этом их приоритетность различается в региональном контексте. Это связано с историческими, культурными, институциональными особенностями развития территорий, задающими своеобразный фильтр восприятия условий жизни населением. Объяснить различие внутренней структуры социальной комфортности в настоящем исследовании предполагается через определение социально-экономического генотипа региона, «понимаемого как совокупность исторически сформированных и воспроизводимых социальных, институциональных и производственных кодов, определяющих направленность его развития» [5].

Традиционные источники данных — официальная статистика — позволяют лишь частично решить данную задачу, так как публикуются с временным лагом и недостаточно чувствительны к быстрым изменениям повседневной социальной среды. Массовые опросы строятся на субъективных оценках индивидов, но подвержены эффектам адаптации и социальной желательности, вследствие чего структура переживаемых дефицитов и приоритетов сглаживается [18; 19; 31; 37; 39].

В качестве дополнения к традиционным источникам обоснованно рассматривается статистика поисковых запросов населения, интерпретируемая как наблюдаемый поведенческий отклик на изменения условий жизни. В исследованиях [32; 34] рассматриваются ее преимущества использования, так как, в отличие от опросов населения, исключаются искаженные ответы респондентов. В научной литературе показано, что поисковая активность чувствительна к изменениям эмоционального состояния, ситуации на рынке труда, проблемам здоровья, безопасности и иным внешним шокам, что позволяет использовать ее как дополнительный эмпирический источник при измерении латентных характеристик благополучия и качества жизни [11; 16].

Исследовательский вопрос статьи формулируется следующим образом: в какой мере поисковые запросы могут использоваться для оценки социальной комфортности как латентной характеристики качества жизни и как социально-экономический генотип региона влияет на структуру воспринимаемых населением проблем и приоритетов в региональном контексте? Достижение установленной цели осуществляется путем решения следующих задач:

- формирование семантически обоснованного набора поисковых запросов в разрезе блоков социальной комфортности на основе морфологической нормализации и критериев семантической близости;
- построение блочных интегральных индикаторов по данным Google Trends с предварительной очисткой рядов и последующим оцениванием весов блоков в сводном индикаторе на уровне региона;

- оценка аналитических возможностей концепции социально-экономического генотипа для интерпретации межрегиональных различий в структуре блочных индикаторов социальной комфортности на примере трех контрастных региональных кейсов.

Возможности поисковой статистики в оценке латентных категорий благосостояния

Использование данных поисковых запросов, соцсетей в современных исследованиях наиболее популярно. Расширение доступа к цифровым сервисам открыло новые возможности для эмпирических исследований в экономике, финансах, психологии, социологии. В зарубежной литературе показано, что поисковая активность может использоваться как оперативный индикатор субъективного благополучия, эмоциональных состояний и социального напряжения, а также как дополнительный источник информации при построении композитных индексов качества жизни [11; 16; 17; 28; 38]. Особый интерес представляет чувствительность поисковых данных к кризисным событиям, изменениям на рынке труда, проблемам здоровья и психологического состояния, что делает их полезными для мониторинга реакций населения на внешние шоки и меры государственной политики [12; 22; 29]. Тем самым в современной литературе сформировалось представление о поисковых запросах не только как об инструменте описания отдельных тем, но и как об эмпирической основе для измерения латентных характеристик благополучия.

Вместе с тем в существующих исследованиях сохраняются ограничения, характерные для российского контекста. Значительная часть работ посвящены либо оценке латентных категорий благосостояния на национальном уровне, либо отдельным аспектам благополучия, прежде всего психологическому состоянию и здоровью. Кроме того, региональные сопоставления разработаны заметно слабее, особенно в российских исследованиях, где поисковая статистика чаще используется для общестрановых оценок, постановки задачи или анализа отдельных аспектов поисковой активности населения [7; 9].

В настоящем исследовании предлагается новый способ измерения социальной комфортности как латентной компоненты качества жизни на основе региональных поисковых запросов, которые используются в структурированной системе тематических блоков, сопоставимой с логикой исследований качества жизни. Основное внимание сосредоточено не только на измерении уровня социальной комфортности, но и на выявлении внутренней структуры формирующих его факторов, что позволяет интерпретировать межрегиональные различия через иерархию приоритетов населения и повышает значимость результатов для обоснования адресных мер экономической и социальной политики.

Данные

В сервисе анализа и обработки данных поисковых запросов населения Google Trends рассчитывается и публикуется нормированный индекс поискового запроса, а не абсолютное число запросов. Значения формируются следующим

образом: для выбранных территорий и периода общий объем поиска по данному запросу делится на общее число всех поисковых запросов для выбранной территории и периода, далее ряд масштабируется в диапазоне от 0 до 100 (100 — пиковое значение интереса в рассматриваемом окне, 0 — минимальный или недостаточный объем данных).

В настоящем исследовании использованы ежемесячные временные ряды интенсивности онлайн-запросов по трем регионам: Калининградская область, Москва, Приморский край и в целом по России за период с 01.01.2015 по 01.01.2025. Формирование набора запросов по основным тематическим блокам социальной комфортности происходило с помощью пакета PyTrends от Python.

Ограничения исходных данных Google Trends

При использовании данных Google Trends необходимо учитывать ряд присущих им ограничений, которые сформулированы в том числе в работе [24]. Главная проблема заключается в изменяющихся результатах загрузки данных при повторном обращении к сервису. Google Trends показывает не точное количество поисковых запросов, а индекс, рассчитанный на основе случайной выборки поисковых сессий за выбранный период. В связи с этим статистика одного и того же поискового запроса, загруженная в разные моменты времени, может немного отличаться. Однако данное ограничение не отменяет результаты исследования по следующим причинам:

1. использование процедур обработки временных рядов существенно снижает влияние стохастичности на конечные результаты;
2. использование большого количества поисковых запросов, которые агрегируются на уровне блоков методом главных компонент, смещает полезную вариацию в один основной фактор, а нескоррелированный шум индивидуальных запросов исчезает при суммировании.

Альтернативным подходом к оценке социальной комфортности через поисковые запросы можно считать использование сервиса Yandex Wordstat. Данная поисковая система представляет загрузку абсолютных значений поисковых запросов, что упрощает расчеты. Однако Yandex Wordstat предоставляет данные с меньшей детализацией по времени, исторический горизонт Yandex короче, что ограничивает возможность ретроспективного анализа за 2015–2025 гг. на одной и той же платформе. Сравнение моделей, построенных на данных Google Trends и Yandex Wordstat, не проводится в настоящей работе, но представляет исследовательский интерес и может быть рассмотрено в дальнейшем.

Методология

Методология построения, оценки и интерпретации результатов представляет собой сложную многоэтапную процедуру, которую для облегчения восприятия удобно представить в виде блок-схемы (рис. 1).

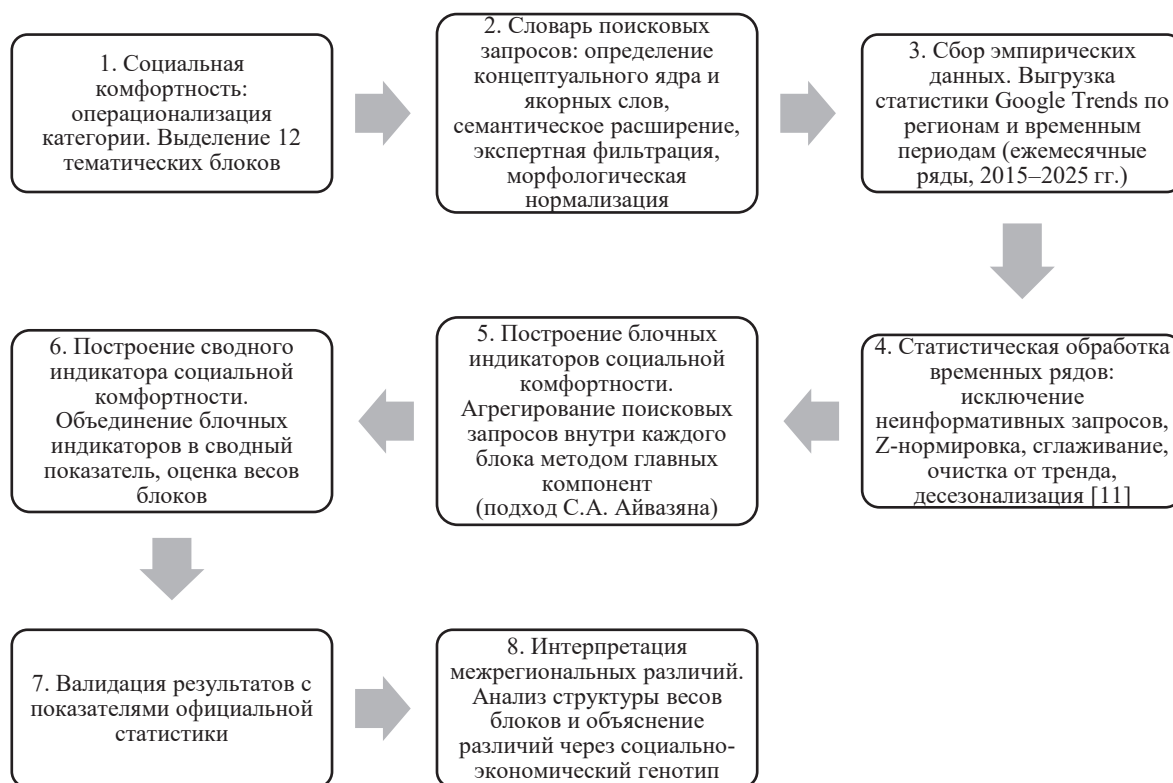


Рис. 1. Блок-схема процесса построения оценки и интерпретации интегрального индикатора социальной комфортности с использованием поисковых запросов

Источник: составлено авторами.

На *первом этапе* определяется структура латентной категории социальной комфортности. В монографии М.В. Шаклеиной [8] социальная комфортность определяется как 12 взаимодополняющих друг друга компонент: здоровье и медицинское обслуживание, образование и обучение, социальная поддержка и пенсионное обеспечение, финансовое положение, трудовая деятельность и условия труда, безопасность, политическая стабильность и участие в выборах, отдых и свободное время, экология и окружающая среда, инфраструктура (транспорт, связь, Интернет), этические нормы и ценности, жилье и условия проживания. Двенадцать тематических блоков соотносятся с традиционными компонентами качества жизни по предметной области, однако измеряются интенсивностью поисковой активности, а не статистическими или опросными показателями. Это позволяет рассматривать социальную комфортность не как замену традиционных оценок качества жизни, а как их поведенческое дополнение, обладающее более высокой временной разрешающей способностью и чувствительностью к скрытой структуре приоритетов населения.

Второй этап связан с отбором поисковых запросов Google Trends. Он является критически важным в моделировании сложных социально-экономических категорий — на уровне словаря закладывается конструктивная валидность будущего индикатора. Метаанализ 360 англоязычных работ показал, что лишь 58% статей минимально объясняют логику выбора запросов и связь с исследуемым явлением [26].

Для решения обозначенной проблемы предлагается формализованный двухшаговый процесс семантического отбора запросов для 12 блоков социальной комфортности. На первом шаге формируется *концептуальное ядро*: для каждого блока выделяются 5–10 содержательных концептов (например, «Здоровье и медицинское обслуживание» вмещает концепты «Доступность и организация медицинской помощи», «Диагностика и лечение», «Финансовые и правовые механизмы медицинского обслуживания», «Профилактика и образ жизни»). Якорные слова внутри концептов подбираются не списком терминов, а по смысловой структуре конструкта². Такой шаг обеспечивает конструктивную валидность: каждый запрос интерпретируемо соотносится с тем аспектом, который измеряется официальной статистикой и обследованиями, и нет смещения в сторону «модной» темы. Полный состав концептов, якорных слов и дополнительных иллюстративных материалов приведен в дополнительном материале авторов. На втором шаге выполняется *семантическое расширение*: якорные термины переводятся в векторные представления с использованием русскоязычной модели NAVES [14; 15; 36]; далее рассчитывается усредненный вектор блока как формализованный образ соответствующей компоненты социальной комфортности. По косинусной близости извлекаются семантические соседи (кандидаты запросов). Значение косинусной близости находится в диапазоне от -1 до 1 . Чем ближе это число к 1 , тем слова более близки по контексту. Соответственно, если данный показатель близок к -1 , то слова не похожи по смыслу. Далее применяется порог релевантности, в результате выводятся поисковые запросы, у которых косинусная близость с исходным (ключевым) словом была выше $0,5$ [36]. Заключительным фильтром выступает экспертная валидация, позволяющая сохранить широту (синонимы, разговорные варианты) и глубину (термины, реально используемые населением). Пример поиска семантически близких слов представлен на рисунке 2. Запросы «депрессия» и «боль» образуют один кластер, они соединены пунктирной линией и находятся отдаленно от остальных, так как их векторы наиболее близки друг к другу в данном контексте.

² См.: Приложение 1, таблица 1.1, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

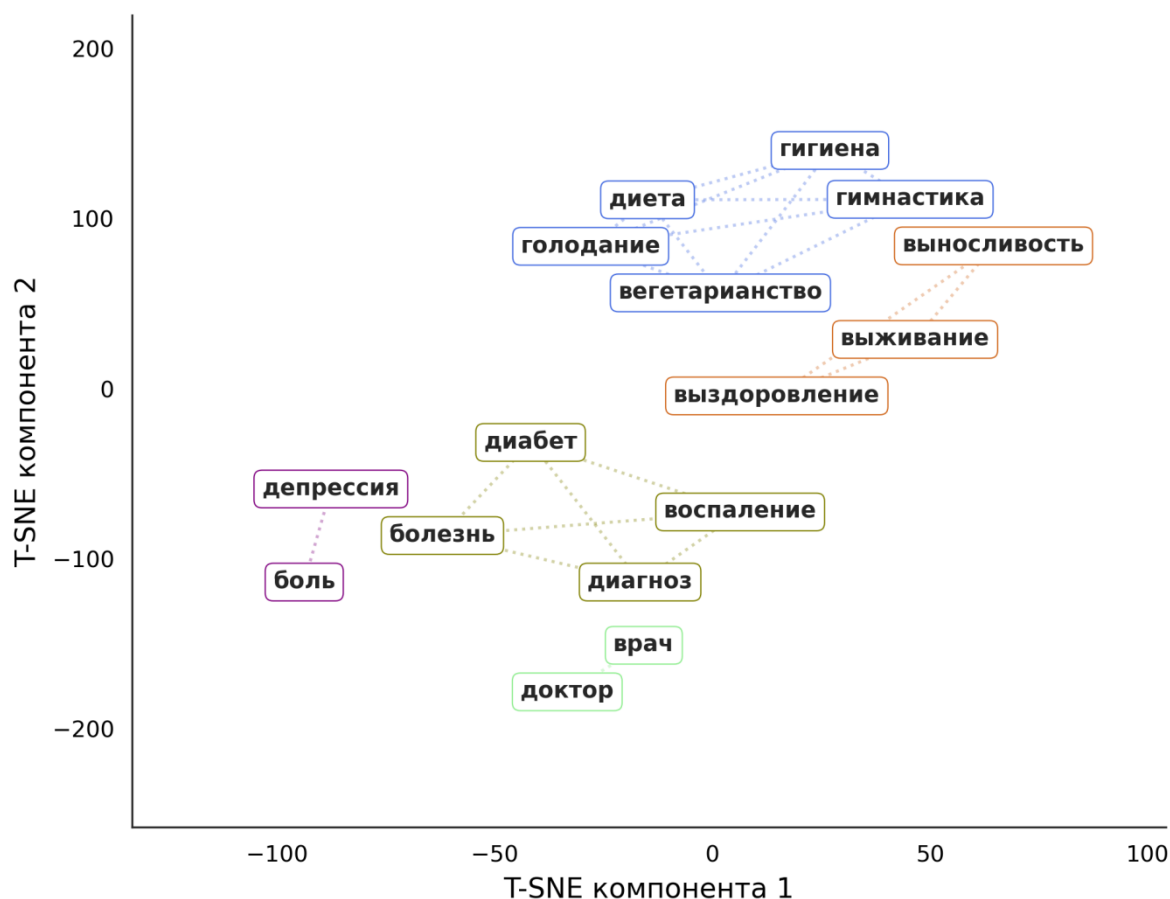


Рис. 2. Определение косинусной близости между поисковыми запросами блока «Здоровье и медицинское обслуживание»

Источник: составлено авторами на основе анализа поисковых запросов Google Trends.

На *третьем этапе* полученные списки слов подвергаются морфологической нормализации (лемматизация, приведение к единственному числу и именительному падежу, удаление глагольных форм), что обеспечивает сопоставимость запросов и корректность выгрузок. Далее через PyTrends формируются месячные ряды популярности запросов (2015–2025 гг.), которые приводятся к единому масштабу и очищаются стандартными процедурами. Всего отобрано 1084 поисковых запроса, после процедур очистки осталось 1032 слова³.

Результатом является воспроизводимый набор лексических конструкций по каждому блоку, пригодный для построения блочных и интегральных индикаторов социальной комфортности и для гармонизации разнородных источников (поиск, соцсети, официальная статистика) в едином семантическом пространстве.

На *четвертом этапе* происходит обработка временных рядов поисковых запросов.

³ См.: Приложение 1, таблица 1.2, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

В качестве примера рассмотрим динамику индекса Google Trends (по шкале от 0 до 100) по поисковым запросам: «болезнь», «врач», «стресс», «спорт» (рис. 3). Наблюдаемые пиковые значения (локальные максимумы) отражают периоды повышенной относительной популярности соответствующих запросов, при этом прямое сопоставление уровней между различными запросами методологически некорректно. Представленная динамика иллюстрирует ключевое ограничение исходных данных Google Trends, заключающееся в различии масштабов измерения, что исключает возможность проведения корректного сравнительного анализа. Преодоление данного ограничения достигается посредством применения Z-нормировки, в результате чего формируются стандартизированные ряды данных в едином масштабе (рис. 4), которые очищаются в дальнейшем от трендовой компоненты, сезонных эффектов, а также иных кратко- и среднесрочных колебаний с помощью сглаживания временных рядов (рис. 5).

В результате исходные данные очищаются от тренда и сезонности и приобретают свойства стационарного случайного процесса, близкого к «белому шуму»: математическое ожидание стремится к нулю, дисперсия остается постоянной, автокорреляционные зависимости отсутствуют или статистически незначимы (рис. 6).

Рассмотренные этапы являются основными методами обработки и применены для всех поисковых запросов каждого из 12 блоков.

На *пятом и шестом этапах* строятся блочные и сводный индикаторы социальной комфортности. После обработки временных рядов для каждого тематического блока строится блочный индикатор социальной комфортности. Агрегирование осуществлялось с помощью метода модифицированной главной компоненты согласно методологии С.А. Айвазяна [1]. Выбор данного метода обусловлен тем, что в исследовании используются большое число взаимосвязанных индикаторов, а задача состоит не в сохранении всех частных рядов, а в выявлении *скрытой общей компоненты*, лежащей в основе поисковой активности внутри каждого блока. После построения блочных индикаторов создается сводный интегральный индикатор социальной комфортности по взвешенной евклидовой метрике. Сводный индикатор социальной комфортности агрегирует значения 12 блочных индикаторов в единый интегральный показатель. При этом вклад каждого блока определяется системой нормированных неотрицательных весов, отражающих долю объясненной дисперсии первой главной компоненты соответствующего блока [1] (веса нормированных поисковых запросов представлены в Приложении 2⁴). Численные значения построенных индикаторов варьируют в диапазоне от 0 до 10 согласно проведенной нормировке.

В рамках *седьмого этапа* происходит валидация интегрального индикатора социальной комфортности с показателями официальной статистики посредством сопоставления их динамики, а также расчета коэффициента корреляции и его статистической значимости.

На *восьмом этапе* проводится интерпретация результатов, межрегиональных различий через определение социально-экономического генотипа. Сравниваются весовые коэффициенты блочных индикаторов социальной комфортности у трех регионов с доминирующим генотипом: промышленным, инновационным, институционально-социальным.

⁴ См.: Приложение 2, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

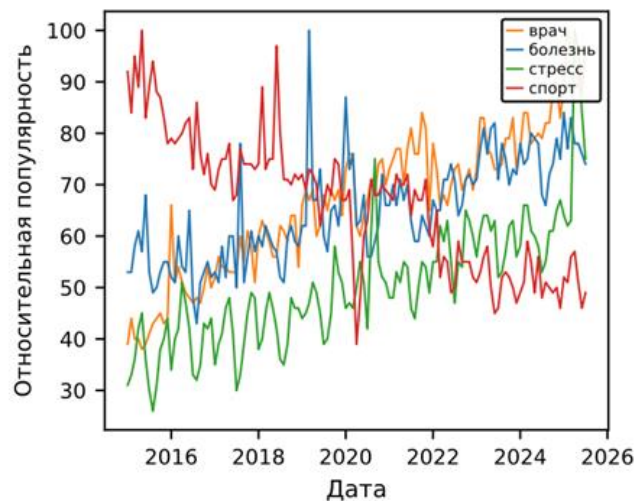


Рис. 3. Исходные временные ряды поисковых запросов с 2015 по 2025 г.

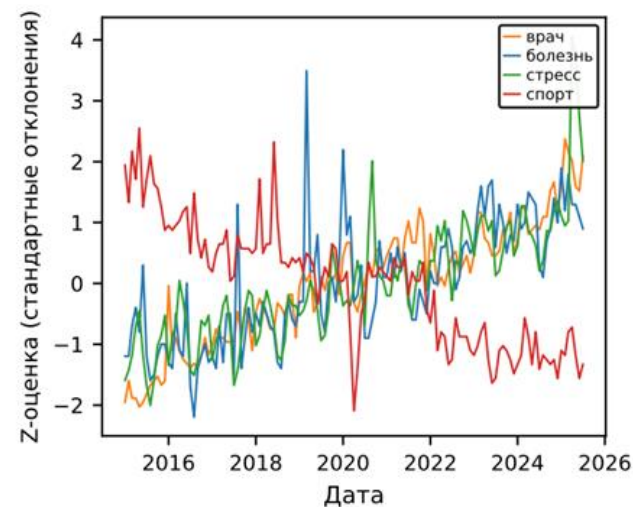


Рис. 4. Временные ряды после Z-нормировки

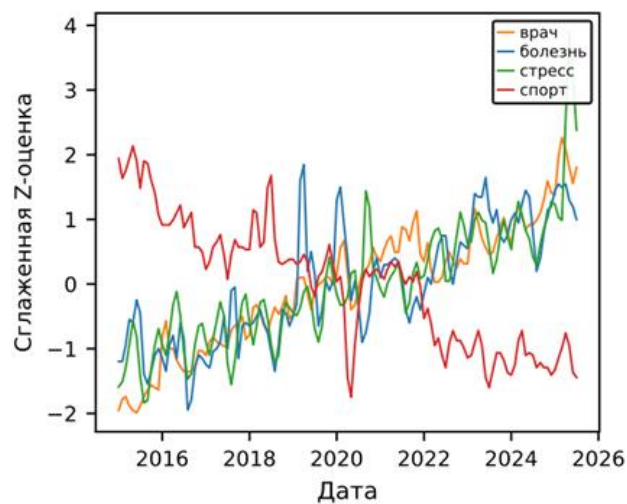


Рис. 5. Временные ряды после сглаживания

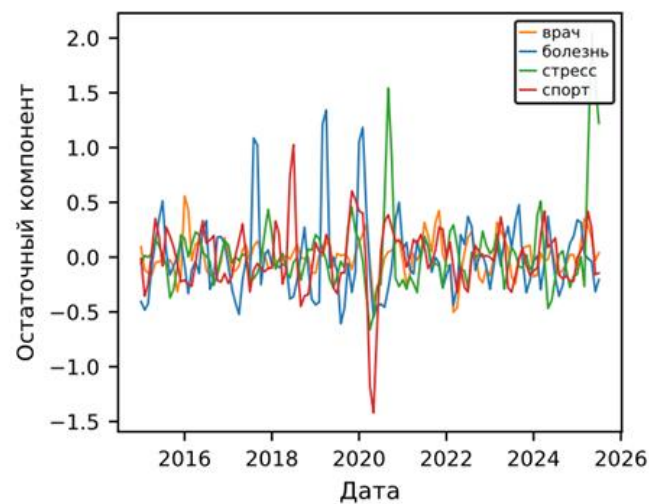


Рис. 6. Финальный результат обработки временных рядов поисковых запросов

Источник: составлено авторами на основании обработанных данных.

Интегральный индикатор, рассчитанный по поисковым запросам Google Trends, измеряет интенсивность поведенческого внимания населения к сферам социальной комфортности. Согласованная интерпретация на уровне численных значений индикатора и его структуры позволяет обеспечить его наибольшую информационную силу. Высокое значение индикатора означает, что поисковая активность по 12 блокам в данный период обладает заметной интенсивностью и согласованностью; низкое значение — что концентрация поискового интереса падает. Анализ динамики структуры блочных индикаторов позволяет определить их вклад в динамику сводного индикатора социальной комфортности, а доминирующие запросы внутри блоков формируют траектории поведенческого интереса: «развивающие» (то, что формирует человеческий капитал) и «адаптационные» (поиск ресурсов в условиях ограничений, стресс, беспокойство).

Для интерпретации весовой структуры блочных индикаторов можно использовать ее сопоставление с уровнями потребностей. Такое сопоставление содержательно с точки зрения интерпретации поисковых запросов Google Trends как цифрового следа дефицита или напряженности в соответствующих темах: при росте неопределенности в экономике интерес населения смещается к базовым потребностям (например, питание и безопасность), тогда как в стабильные периоды повышается относительная значимость поисковых запросов, отражающих потребности более высокого порядка. В работе [27] предложены индексы удовлетворенности иерархических потребностей, которые позволяют определять, на каких уровнях формируется дефицит удовлетворения, как это связано с субъективным благополучием. Снижение интегральной оценки рассматривается не как ухудшение сразу всех компонент, а как смещение в сторону конкретных уровней потребностей.

Результаты и валидация

Интерпретация результатов

Динамика сводного интегрального индикатора социальной комфортности демонстрирует структурные сдвиги в поведенческих приоритетах населения в периоды внешних шоков (рис. 7).

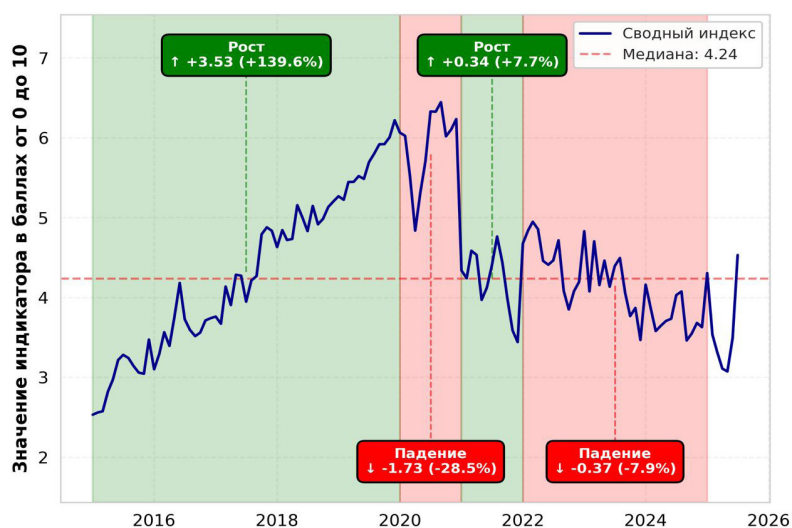


Рис. 7. Динамика сводного интегрального индикатора социальной комфортности с отмеченными периодами роста и падения

Источник: составлено авторами на основе расчетов в Python.

Таблица 1

Прирост (в абсолютном выражении) блочных компонент социальной комфортности за выбранный период

Компоненты социальной комфортности	2015–2020 (рост)	2020–2021 (падение)	2021–2022 (рост)	2022–2025 (падение)
Здоровье и медицинское обслуживание	+5,35	–0,54	+2,25	+0,54
Образование и обучение	+5,16	+1,45	+0,82	–1,95
Социальная поддержка и пенсионное обеспечение	+3,86	–7,05	–0,15	–0,87
Финансовое положение	+2,45	–4,96	+0,47	–2,17
Трудовая деятельность и условия труда	+7,62	–8,47	+0,11	+1,95
Жилье и условия проживания	+3,95	–3,85	–0,89	–2,99
Этические нормы и ценности	+3,83	+3,27	+1,95	–3,60
Безопасность	+4,32	+3,23	+2,05	–1,27
Политическая стабильность и участие в выборах	+2,79	–8,43	–0,11	+3,48
Отдых и свободное время	–2,45	–0,67	+0,03	–0,45
Экология и окружающая среда	–4,09	–0,68	+0,73	–2,07
Инфраструктура (транспорт, связь, Интернет)	+5,11	+2,12	+1,27	+0,57

Источник: составлено авторами на основе расчетов в Python.

В период 2015–2020 гг. увеличение численного значения сводного индикатора формируется прежде всего за счет роста поисковой активности в блоках «Трудовая деятельность и условия труда», «Здоровье и медицинское обслуживание», «Образование и обучение», при этом «Экология» и «Отдых и свободное время» выступают сдерживающими компонентами⁵. Такая конфигурация согласуется с фазой посткризисной стабилизации после шоков 2014–2015 гг. и постепенного возвращения домохозяйств к стратегиям активного планирования.

На уровне семантики запросов рост «трудового» блока поддерживают маркеры адаптации к рынку труда и формализации занятости (например, усиление интереса к «вакансиям», «зарплате», «НДФЛ», «стажу», «переподготовке»). В блоке «Образование и обучение» положительная динамика формируется ростом запросов, связанных со школьной и дошкольной темами и профессиональными ролями («экстерн», «педагог», «ясли», «учитель», «логопед»), при одновременном снижении значимости вузовских слов («семестр», «сессия», «бакалавр»), что может интерпретироваться как перераспределение внимания от формальной университетской траектории к прикладным образовательным сервисам и раннему развитию. В блоке «Здоровье и медицинское обслуживание» рост обеспечивается расширением медицинского пула запросов, ориентированных на симптомы, ди-

⁵ См. Приложение 3, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

агностику и обращение к системе здравоохранения («расстройство», «медицина», «симптом», «клиника», «врач», «болезнь»), при снижении доли «оздоровительных» и профилактических запросов («фитнес», «ходьба», «гимнастика»).

Фаза снижения 2020–2021 гг. обусловлена пандемийным шоком, что проявилось в отрицательном вкладе блоков *«Трудовая деятельность и условия труда»* и *«Социальная поддержка и пенсионное обеспечение»*⁶. Рынок труда ответил сдвигом от традиционных карьерных траекторий («контракт», «должность») к адаптивным формам («удаленка», «резюме»), отражая рост нестандартной занятости. Одновременно вырос спрос на информацию об экстренных мерах господдержки («отсрочки», «ПФР», «ФСС»), что соответствует политике антикризисных социальных выплат и кредитных каникул.

В период 2021–2022 гг. индикатор социальной комфортности восстанавливается за счет роста блоков *«Здоровье и медицинское обслуживание»*, *«Безопасность»* и *«Этические нормы и ценности»* при поддержке инфраструктурных и образовательных компонент⁷. В социально-экономическом плане это соответствует фазе адаптации после острого пандемийного шока: общество возвращается к режиму упорядочивания повседневности, но структура интереса остается риск-ориентированной. В блоке *«Безопасность»* положительный вклад дают индикаторы устойчивости и предотвращения («стойкость», «предупреждение», «стабильность», «твердость»), а также слова, указывающие на «жесткость» или «прочность» как метафору защиты, что интерпретируется как повышение чувствительности к угрозам и потребность в контролируемости социальной среды. В блоке *«Здоровье и медицинское обслуживание»* усиливается возрастание интереса к теме медицинского обслуживания («симптом», «терапия», «боль», «синдром»), тогда как часть лексики, ориентированной на отдых, релаксацию, не выступает основным источником роста, что указывает на приоритет восстановительных и лечебных практик. В ценностном блоке одновременно учащаются запросы на «смысл», «единство», «религию», «христианство», «этику», что можно понимать как компенсаторный механизм символического единства общества в условиях сохраняющейся неопределенности.

Наиболее показателен с экономической точки зрения период 2022–2025 гг. К декабрю 2023 г. индикатор снизился до 3,47. Снижение индикатора сфокусировано в сферах долгосрочного планирования: *«Жилье и условия проживания»* и *«Финансовое положение»*⁸. В жилищном блоке замечен отход от инвестиционной и кредитной активности («кредит», «новостройка») к управлению операционными издержками («коммунальные платежи», «капремонт»). Это напрямую коррелирует с ужесточением денежно-кредитной политики, высокими ключевыми ставками и уменьшением ипотечного кредитования. Санкционное давление и инфляция сузили горизонт планирования, что сместило приоритеты домохозяйств от накопления и инвестиций к экономии и сохранению базового потребления.

⁶ См. Приложение 4, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

⁷ См. Приложение 5, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

⁸ См. Приложение 6, URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9561/9373>

Снижение концентрации поискового интереса в блоке «*Этические нормы и ценности*» связано с падением интереса к словам «философия», «этика», «гуманность», «трусость», в то же время положительный вклад в индекс внесли слова «служение», «отвага», «воля». Данные понятия характеризуют рост интереса к личностным характеристикам, имеющим значение в современной практике. Увеличение запросов в блоке «*Политическая стабильность и участие в выборах*» на институциональную лексику («право», «суд», «полномочия») отражает не усиление легитимности, а рациональный спрос на предсказуемость формальных правил в условиях высокой неопределенности.

Анализ динамики сводного индикатора социальной комфортности позволяет сделать вывод о ключевой трансформации поведенческих стратегий: переход от стратегий накопления и роста благосостояния (до 2020 г.) к стратегиям адаптации и сбережения ресурсов в условиях перманентных экзогенных шоков. Это свидетельствует о перемещении фокуса внимания, а не о росте или снижении объективного уровня жизни. Главное преимущество предложенного индикатора состоит в том, что он позволяет обозначить сдвиг поведенческих стратегий еще до того, как тот будет зафиксирован официальной статистикой.

Валидизация по социально-экономическим показателям

Первоначальное доказательство валидности построенного индикатора социальной комфортности представляется через сопоставление с традиционными социально-экономическими показателями: ожидаемая продолжительность жизни при рождении (число лет), реальная заработная плата (темпы роста, %), скорректированный чистый национальный доход на душу населения (в постоянных ценах 2015 г., долл), политическая стабильность (процентильный ранг). Поскольку рассматриваемые показатели имеют разные единицы измерения и разрядность, то представляется целесообразным визуализировать их совместную динамику с интегральным индикатором социальной комфортности в единой шкале от 0 до 10 баллов (рис. 8).

Отмечается умеренная корреляция ($r = 0,3$; $p = 0,021$) интегрального индикатора социальной комфортности с показателем ожидаемой продолжительности жизни при рождении, который используется при расчете международных индексов счастья⁹ и человеческого развития¹⁰, для валидации построенных индикаторов [33; 41].

Реальная заработная плата широко используется в международных исследованиях как внешний критерий валидности индексов качества жизни. Коэффициент корреляции между темпами роста реальной заработной платы и социальной комфортностью составляет $r = 0,44$; $p = 0,001$. Стабильная и статистически значимая связь между динамикой реальных доходов и агрегированными показателями благополучия рассматривается как эмпирическое подтверждение того, что композитные индексы отражают не только субъективные оценки, но и объективные экономические условия проживания населения [13; 21; 23].

⁹ Happy Planet Index. — URL: <https://happyplanetindex.org>; World Happiness. — URL: <https://www.worldhappiness.report>.

¹⁰ Human Development Reports. — URL: <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2025> (дата обращения 13.08.2026).

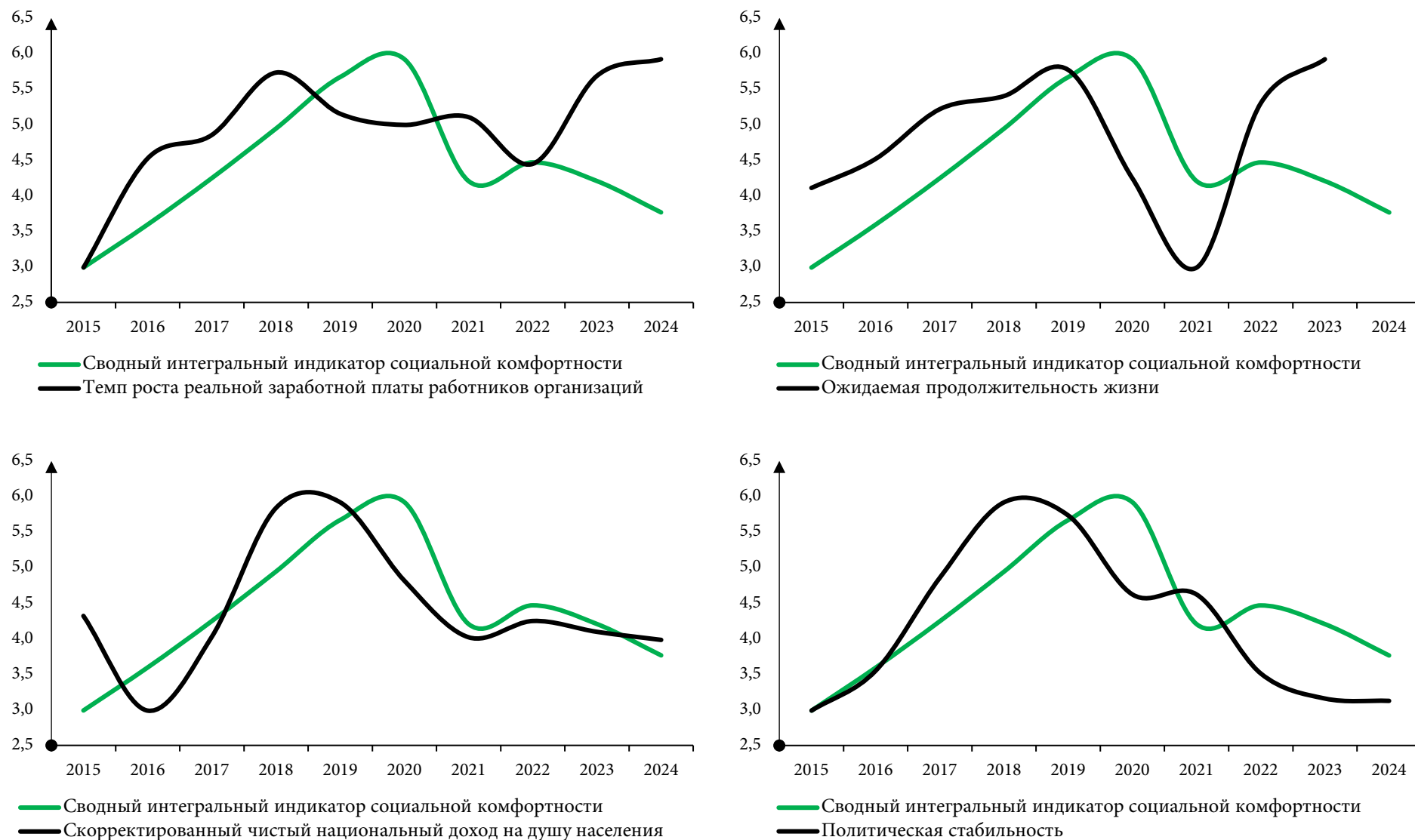


Рис. 8. Сравнительная динамика сводного интегрального индикатора социальной комфортности и макроэкономических индикаторов

Источник: составлено авторами на основании расчетов в Python и данных Всемирного банка.

Наиболее сильная значимая корреляция наблюдается между сводным индикатором социальной комфортности и скорректированным чистым национальным доходом на душу населения ($r = 0,7$; $p = 0,001$). Полученный вывод согласуется с результатами международных исследований, согласно которым средняя удовлетворенность жизнью и субъективное благополучие возрастают по мере роста дохода на душу населения, хотя в более развитых экономиках предельный эффект ослабевает [20; 30].

Политическая стабильность как индикатор качества управления имеет сильные эмпирические связи с интегральным индикатором социальной комфортности ($r = 0,722$; $p = 0,001$). Вывод согласуется с международными эмпирическими исследованиями, в которых политическая стабильность рассматривается как значимый элемент качества институтов, положительно связанный с субъективным благополучием и качеством жизни населения [25; 35].

Дополнительной стратегией валидации в качестве приоритетного направления будущих исследований является сопоставление построенного индикатора с индексами субъективного благополучия по данным массовых опросов ВЦИОМа (индекс удовлетворенности жизнью, индекс социального оптимизма, индекс самооценок материального положения). В предшествующих работах авторов [7] показано, что Google-индикаторы социального самочувствия имеют статистически значимую связь с индексами ВЦИОМа.

Интерпретация результатов через социально-экономический генотип

В рамках предложенной методологии впервые предлагается возможность оценки социальной комфортности на региональном уровне по поисковым запросам в контексте определенного социально-экономического генотипа. Возможности применения генетического подхода к проблеме регионального развития подробно представлены в работах [2; 5; 6]. Выбор трех региональных кейсов — Калининградская область, Москва, Приморский край — обусловлен не только различием доминирующего генотипа [2], который определяет свой «фильтр восприятия», задаваемый наследственными характеристиками территории, но и стратегическими ориентирами пространственного развития России до 2035 г. [10]. В Докладе «Россия 2035: пространство развития», подготовленном в Институте народнохозяйственного прогнозирования РАН (далее — Стратегия пространственного развития), подчеркиваются инерционность пространственных пропорций и необходимость опоры одновременно на поляризованное развитие (крупнейшие агломерации как центры притяжения населения, инвестиций и научно-технологического потенциала) и на поддержку геостратегических территорий, значимых для связности и внешнеэкономической переориентации. В этой парадигме три региональных кейса — Калининградская область, Москва, Приморский край — образуют триаду разных пространственных моделей:

1. Москва — крупнейший агломерационный центр роста, где концентрация высокотехнологичных производств и инвестиций является устойчивым драйвером роста;

2. Калининградская область — западный геостратегический анклав, который выделяется в Стратегии пространственного развития в числе территорий приоритетного национального внимания;

3. Приморский край — восточный геостратегический регион, который входит в «восточный вектор», согласно Стратегии пространственного развития, значительная роль отводится развитию транспортно-логистической инфраструктуры, формированию опорных центров роста.

Выбранные регионы не образуют репрезентативную выборку и не позволяют экстраполировать полученные результаты на все субъекты Российской Федерации с аналогичным социально-экономическим генотипом. Выявленные различия в весовой структуре блочных индикаторов социальной комфортности следует интерпретировать как предварительные эмпирические свидетельства, требующие последующей проверки на расширенной совокупности регионов.

На основе проведенных расчетов по методологии С.А. Айвазяна [1] в региональном контексте получены весовые коэффициенты компонент (блочных интегральных индикаторов) социальной комфортности (табл. 2). Вес понимается как вклад соответствующего блока в вариацию регионального профиля социальной комфортности.

Таблица 2

Веса блочных индикаторов социальной комфортности в рамках производственного, инновационного, институционально-социального генотипов, %

Блоки социальной комфортности	Приморский край (производственный генотип)	Калининградская область (инновационный генотип)	Москва (институционально- социальный генотип)
Безопасность	12,8	12,5	14,1
Здоровье и медицинское обслуживание	13,5	11,1	12,6
Финансовое положение	11,4	12,2	7,0
Экология и окружающая среда	9,6	11,4	16,0
Инфраструктура (транспорт, связь, Интернет)	10,1	8,4	5,7
Политическая стабильность и участие в выборах	7,6	7,4	9,5
Отдых и свободное время	6,9	6,7	5,5
Трудовая деятельность и условия труда	6,6	6,1	7,8
Этические нормы и ценности	5,1	6,8	7,5
Социальная поддержка и пенсионное обеспечение	6,3	5,2	5,5
Образование и обучение	6,5	7,6	7,0
Жилье и условия проживания	3,5	4,6	1,7

Продолжение таблицы 2

Блоки социальной комфортности	Приморский край (производственный генотип)	Калининградская область (инновационный генотип)	Москва (институционально- социальный генотип)
Значение сводного индикатора социальной комфортности в 2024 г.	3,39 из 10	4,75 из 10	4,76 из 10
Абсолютное изменение сводного индикатора социальной комфортности в 2024 г. по отношению к 2015 г.	-1,50	+2,08	+1,48
Максимальное/минимальное за период 2015–2024 гг.	6,33 / 1,99	6,52 / 2,74	5,74 / 2,13

Источник: составлено авторами на основе расчетов.

Для территорий с доминирующим *производственным генотипом* характерны наследуемая экономическая специализация, сильная ресурсная база; для регионов с *инновационным генотипом* — способность к технологическому обновлению, развитие человеческого потенциала, цифровых сервисов; с *институционально-социальным генотипом* — устойчивая правовая среда, сильные институты, высокое качество управления [2; 5]. На примере трех региональных кейсов показано, что различия в социально-экономическом генотипе могут сопровождаться различиями в структуре социальной комфортности.

Числовые значения сводного интегрального индикатора социальной комфортности (Приморский край — 3,39, Калининградская область — 4,75, Москва — 4,76 за 2024 г.) не представляют однозначной интерпретации в контексте категорий «высокая» или «низкая» социальная комфортность. В пределах допустимого диапазона значений (от 0 до 10) в 2024 г. поисковая активность по компонентам социальной комфортности была приблизительно на одинаковом уровне. В Приморском крае концентрация поискового интереса ниже, что выражается также в отличающейся структуре запросов поисковой активности населения.

Анализ весовых коэффициентов интегрального индикатора социальной комфортности трех регионов (Приморский край, Калининградская область, Москва) демонстрирует, как доминирование того или иного генотипа влияет на структуру значимых потребностей населения. Различия в весах блоков между регионами интерпретируются как отражение не случайных колебаний интересов населения, а более глубоких моделей адаптации к среде, закрепленных в наследственных характеристиках территории.

Для Приморского края, отнесенного к производственному генотипу [2], наибольшие веса приходятся на «Здоровье и медицинское обслуживание» (13,5%), «Безопасность» (12,8%), «Финансовое положение» (11,4%) и «Инфраструктуру» (10,1%), что указывает на высокую значимость базовых и обеспечивающих условий воспроизводства жизни. Социальная комфортность формируется «снизу» иерархии потребностей, в значительной мере зависит от преодоления издержек расстояния, логистической уязвимости и нестабильности доступа к ключевым

услугам. Приморье — восточный геостратегический регион, пространственная связность и транспортная доступность являются не дополнительным, а базовым условием комфортности.

В инновационном генотипе, представленным в Калининградской области, структура весов становится более сбалансированной, не наблюдается выраженной концентрации на обеспечивающих факторах, как в производственном генотипе, возрастает роль «*Экологии и окружающей среды*» (11,4%), «*Образования и обучения*» (7,6%) и других характеристик социальной среды, определяющих ее способность отвечать на внешние и внутренние вызовы. Социальная комфортность поддерживается за счет гибкости институциональных и инфраструктурных решений, способности территории замещать пространственные ограничения качеством среды и доступностью услуг.

Для Москвы, отнесенной к институционально-социальному генотипу, максимальные веса имеют «*Экология и окружающая среда*» (16,0%), «*Безопасность*» (14,1%), «*Здоровье и медицинское обслуживание*» (12,6%), «*Политическая стабильность и участие в выборах*» (9,5%), «*Трудовая деятельность и условия труда*» (7,8%) и «*Этические нормы и ценности*» (7,5%). Москва представляет собой сильный агломерационный центр, где комфортность формируется не вокруг базовых потребностей, а выше по иерархии потребностей (качество управляемости, качество экологической ниши, доверие к системе, моральные ценности), на первый план выходят более сложные требования к качеству социальной среды.

Заключение и выводы

В статье предложен и апробирован подход к измерению социальной комфортности как латентной компоненты качества жизни населения на основе поисковой статистики Google Trends. Он измеряет латентную интенсивность поведенческого внимания населения и определяет не сами условия среды и их удовлетворенность, а реакцию населения на них.

Методическая новизна подхода обеспечена формализованным построением словаря запросов по 12 тематическим блокам, включающим морфологическую нормализацию и семантическое расширение на основе векторных представлений русскоязычной модели NAVES, что позволило перейти от основных «якорных» тем к воспроизводимым наборам лексических конструкций, пригодным для дальнейшей гармонизации с другими источниками. Полученные месячные ряды популярности запросов за 01.01.2015 — 01.01.2025 приведены к сопоставимому виду посредством стандартизированной обработки, что снижает риск ложных корреляций, возникающих из-за общего тренда или сезонности.

Эмпирические результаты показали, что сводный индикатор социальной комфортности демонстрирует не только краткосрочные реакции на внешние шоки, но и более глубокую перестройку поведенческих приоритетов домохозяйств. Наиболее отчетливо данная трансформация проявляется в 2022–2025 гг.: снижение сводного индикатора социальной комфортности концентрируется в блоках долгосрочного планирования («*Жилье и условия проживания*», «*Финансовое положение*») и сопровождается смещением интереса от инвестиционно-кредитной активности к управлению текущими издержками. Одновременно рост запросов в блоке

«Политическая стабильность и участие в выборах» на институциональную лексику интерпретируется как рациональный спрос на предсказуемость формальных правил при высокой неопределенности. Сводным индикатором социальной комфортности представляется переход от стратегий накопления к стратегиям адаптации и сбережения ресурсов, что согласуется с выводом о снижении экономических ожиданий населения.

Доказательная база индикатора усилена внешней проверкой через сопоставление с социально-экономическими показателями, в числе которых ожидаемая продолжительность жизни, реальные доходы, скорректированный чистый национальный доход на душу населения, политическая стабильность.

Интерпретация межрегиональных различий расширена за счет включения концепции социально-экономического генотипа территории: распределение весов блоков социальной комфортности в трех региональных кейсах (Приморский край, Калининградская область, Москва) демонстрирует, что доминирующий генотип развития соотносится со структурой значимых потребностей населения. Для региона с доминирующим производственным генотипом сводный показатель в большей степени формируется «снизу» — через блоки базовых потребностей (здоровье, безопасность, финансовое положение, инфраструктура), тогда как в институционально-социальном профиле возрастает значимость блоков, связанных с качеством среды и институтами.

Различия в весах блоков интерпретируются не как случайное расхождение тематических интересов пользователей поисковых систем, а как отражение глубинных различий в типе хозяйственного развития, институциональной плотности, пространственном положении региона и накопленных способах адаптации к внешним ограничениям. Тем самым социальная комфортность предстает как производная от исторической траектории региона.

Основные ограничения проведенного исследования выражаются в специфике используемых данных и региональном срезе. Региональная часть анализа представлена тремя кейсами (Приморский край, Калининградская область, Москва), что позволяет выявить различия во внутренней структуре социальной комфортности на территориях с различным социально-экономическим генотипом, но не обеспечивает статистической репрезентативности для всей совокупности регионов. Перспективным направлением дальнейшего исследования является расширение эмпирической базы на все субъекты Российской Федерации или на группы регионов, представляющие разные социально-экономические генотипы. Кроме того, проверка робастности полученных выводов посредством применения повторных выгрузок Google Trends, сопоставления с данными Яндекс Wordstat и использования опросов ВЦИОМа для учета возможных социально-демографических смещений цифровой аудитории является важным направлением будущих исследований.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Шаклеина Марина Владиславовна — кандидат экономических наук, доцент кафедры эконометрики и математических методов экономики, Московская школа экономики, МГУ имени М.В. Ломоносова. **Телефон:** +7 (916) 041-56-91. **Электронная почта:** shakleina.mv@gmail.com SPIN-код: 1389-5565

Бабаян Сергей Геворгович — студент 4-го курса направления подготовки «Экономика», филиал МГУ имени М.В. Ломоносова в Ереване. **Телефон:** +374 558-17-77. **Электронная почта:** sergo.babayan@bk.ru

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. VOL. 32. NO. 3.
P. 30–54. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.2](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.2)

Research Article

MARINA V. SHAKLEINA¹, SERGEY G. BABAYAN²

¹ Lomonosov Moscow State University.

61, 1 Leninskie Gory, 119234, Moscow, Russian Federation.

² Branch of Lomonosov Moscow State University in Yerevan.

17, Vardanants St., 0025, Yerevan, Republic of Armenia.

SOCIAL COMFORT AS A LATENT DIMENSION OF QUALITY OF LIFE: MEASUREMENT POSSIBILITIES BASED ON SEARCH QUERY DATA

Abstract. This article considers social comfort as a latent dimension of quality of life measured through regional online search behavior. The empirical base is constructed from Google Trends data covering monthly observations from January 1st 2015 to January 1st 2025 grouped into twelve blocks reflecting the key dimensions of social comfort. The methodology combines search query selection using semantic models (NAVEC), standardized time-series processing, principal component analysis, and the construction of an aggregate index following Aivazyán's approach. Temporal profiles of social comfort are identified, and dominant search queries are extracted, with changes in their intensity associated with increases or decreases in the composite indicator. This makes it possible to interpret search activity as a sensitive proxy for changes in labor conditions, safety, public sentiment and public responses to government policy. The results for 2015–2025 reveal a shift in behavioral strategies from accumulation to adaptation and resource preservation in response to external shocks. The validity of the index is assessed through comparison with official statistical indicators, including life expectancy, real incomes, adjusted net national income per capita and political stability. The article concludes with three regional cases – Primorsky Krai, Kaliningrad Oblast and Moscow – showing that the socio-economic genotype filters perceptions of living conditions and complements conventional life quality assessments.

Keywords: social comfort; quality of life; search queries; Google Trends; integral index; socioeconomic genotype; regions of Russia.

For citation: Shakleina, M.V., Babayan, S.G. Social Comfort as a Latent Dimension of Quality of Life: Measurement Possibilities Based on Search Query Data. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 30–54. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.2](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.2)

Acknowledgements. This research was funded by Russian Science Foundation grant № 25-18-00319, “Economic and demographic analysis of the quality of life of the Russian population”.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

Marina V. Shakleina — Candidate of Economical Sciences, Associate Professor, Department of Econometrics and Mathematical Methods in Economics, Moscow School of Economics, Lomonosov Moscow State University. **Phone:** +7 (916) 041-56-91. **Email:** shakleina.mv@gmail.com **ORCID:** 0000-0002-1947-8640 **ResearchID:** AAS-5460-2020

Sergey G. Babayan — Fourth-Year Undergraduate Student, Economics Programme, Branch of Lomonosov Moscow State University in Yerevan. **Phone:** +374 558-17-77. **Email:** sergo.babayan@bk.ru **ORCID:** 0009-0009-1132-686X **ResearchID:** OUV-3212-2026

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Айвазян С.А. Анализ качества и образа жизни населения. Эконометрический подход. М.: Наука, 2012. — 432 с. EDN: [WNTANH](#)

- Aivazyan S.A. *Analysis of Quality and Lifestyle of the Population: An Econometric Approach*. Moscow: Nauka publ., 2012. 432 p. (In Russ.)
2. Кайсина П.А., Шаклеина М.В., Светличная С.В. Проблема повышения качества жизни населения: роль социально-экономического генотипа в формировании стратегии развития регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2025. Т. 18. № 6. С. 71–89. DOI: [10.15838/esc.2025.6.102.3](https://doi.org/10.15838/esc.2025.6.102.3) EDN: [HPFVRD](https://www.edn.ru/HPFVRD)
Kaysina P.A., Shakleina M.V., Svetlichnaya S.V. Improving the Quality of Life of the Population: The Role of the Socio-Economic Genotype in Shaping Regional Development Strategies. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*. 2025. Vol. 18. No. 6. P. 71–89. DOI: [10.15838/esc.2025.6.102.3](https://doi.org/10.15838/esc.2025.6.102.3) (In Russ.)
 3. Кученкова А.В., Татарова Г.Г. Субъективное благополучие: проблема анализа качественной (не)однородности населения (часть 1) // Социологические исследования. 2024. № 4. С. 14–25. DOI: [10.31857/S0132162524040029](https://doi.org/10.31857/S0132162524040029) EDN: [PMJHXT](https://www.edn.ru/PMJHXT)
Kuchenkova A.V., Tatarova G.G. Subjective well-being: the problem of analyzing population qualitative heterogeneity (Part 1). *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2024. No. 4. P. 14–25. DOI: [10.31857/S0132162524040029](https://doi.org/10.31857/S0132162524040029) (In Russ.)
 4. Кученкова А.В., Татарова Г.Г. Субъективное благополучие: проблема анализа качественной (не)однородности населения (часть 2) // Социологические исследования. 2024. № 5. С. 66–78. DOI: [10.31857/S0132162524050058](https://doi.org/10.31857/S0132162524050058) EDN: [FCJIVG](https://www.edn.ru/FCJIVG)
Kuchenkova A.V., Tatarova G.G. Subjective well-being: the problem of analyzing population qualitative heterogeneity (Part 2). *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2024. No. 5. P. 66–78. DOI: [10.31857/S0132162524050058](https://doi.org/10.31857/S0132162524050058) (In Russ.)
 5. Мыслякова Ю.Г. Генетический подход в исследованиях устойчивого экономического развития регионов // Журнал экономической теории. 2020. Т. 17. № 4. С. 837–848. DOI: [10.31063/2073-6517/2020.17-4.8](https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-4.8) EDN: [YPCLOF](https://www.edn.ru/YPCLOF)
Myslyakova Yu.G. Genetic Approach in Studies of Sustainable Economic Development of Regions. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii*. 2020. Vol. 17. No. 4. P. 837–848. DOI: [10.31063/2073-6517/2020.17-4.8](https://doi.org/10.31063/2073-6517/2020.17-4.8) (In Russ.)
 6. Мыслякова Ю.Г., Неклюдова Н.П. Теоретический подход к региональному развитию с учетом социально-экономического генотипа территории // Журнал экономической теории. 2021. Т. 18. № 1. С. 103–115. DOI: [10.31063/2073-6517/2021.18-1.7](https://doi.org/10.31063/2073-6517/2021.18-1.7) EDN: [HJLIQK](https://www.edn.ru/HJLIQK)
Myslyakova Yu.G., Neklyudova N.P. A Theoretical Approach to Regional Development Considering the Socio-Economic Genotype of Territory. *Zhurnal ekonomicheskoi teorii*. 2021. Vol. 18. No. 1. P. 103–115. DOI: [10.31063/2073-6517/2021.18-1.7](https://doi.org/10.31063/2073-6517/2021.18-1.7) (In Russ.)
 7. Фантазини Д., Шаклеина М.В., Юрас Н.А. Big Data в определении социального самочувствия населения России // Прикладная эконометрика. 2018. № 50. С. 43–66.
Fantazzini D., Shakleina M.V., Yuras N.A. Big Data in Measuring the Social Well-Being of the Population of Russia. *Prikladnaya ekonometrika*. 2018. No. 50. P. 43–66. (In Russ.)
 8. Шаклеина М.В. Теория, методология и моделирование механизма комплексного мониторинга социальной комфортности: монография. Вологда: ВолНЦ РАН, 2021. — 134 с. EDN: [PEOKEW](https://www.edn.ru/PEOKEW)
Shakleina M.V. *Theory, Methodology and Modeling of the Mechanism for Comprehensive Monitoring of Social Comfort: Monograph*. Vologda: Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences publ., 2021. 134 p. (In Russ.)
 9. Шаклеина М.В., Волкова М.И., Шаклеин К.И., Якиро С.Р. Возможности интеграции Google Trends и официальной статистики при оценке социальной комфортности и прогнозировании финансового положения населения // Финансы: теория и прак-

- тика. 2021. Т. 25. № 5. С. 215–234. DOI: [10.26794/2587-5671-2021-25-5-215-234](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-5-215-234) EDN: [ZXSGMT](https://www.edn.ru/2021-25-5-215-234)
- Shakleina M.V., Volkova M.I., Shaklein K.I., Yakiro S.R. Prospects for Integrating Google Trends and Official Statistics in Assessing Social Comfort and Forecasting the Financial Situation of the Population. *Finansy: teoriya i praktika*. 2021. Vol. 25. No. 5. P. 215–234. DOI: [10.26794/2587-5671-2021-25-5-215-234](https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-5-215-234) (In Russ.)
10. Широ́в А.А., Кузнецова О.В., Михеева Н.Н., Узьяков М.Н. Роль пространственного развития при достижении национальных целей российской экономики // Проблемы прогнозирования. 2025. № 4. С. 11–23. DOI: [10.47711/0868-6351-211-11-23](https://doi.org/10.47711/0868-6351-211-11-23) EDN: [FRWLMD](https://www.edn.ru/2025-11-23)
Shirov A.A., Kuznetsova O.V., Mikheeva N.N., Uzyakov M.N. The Role of Spatial Development in Achieving the National Goals of the Russian Economy. *Problemy prognozirovaniya*. 2025. No. 4. P. 11–23. DOI: [10.47711/0868-6351-211-11-23](https://doi.org/10.47711/0868-6351-211-11-23) (In Russ.)
 11. Algan Y., Beasley E., Guyot F., Higa K., Murtin F., Senik C. Big Data Measures of Well-Being: Evidence From a Google Well-Being Index in the United States. *OECD Statistics Working Papers*. 2016. DOI: [10.1787/5jlz9hpg0rd1-en](https://doi.org/10.1787/5jlz9hpg0rd1-en)
 12. Al-Kenane K., Boy F., Alsaber A., Nafea R., AlMutairi S. Digital epidemiology of high-frequency search listening trends for the surveillance of subjective well-being during COVID-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*. 2024. Vol. 15. Art. 1442303. DOI: [10.3389/fpsyg.2024.1442303](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1442303)
 13. Boarini R., Comola M., de Keulenaer F., Manchin M., Smith R. Can governments boost people's sense of well-being? The impact of selected labour market and health policies on life satisfaction. *Social Indicators Research*. 2013. Vol. 114. No. 1. P. 105–120. DOI: [10.1007/s11205-013-0386-8](https://doi.org/10.1007/s11205-013-0386-8)
 14. Bochkarev V.V., Savinkov A.V., Shevlyakova A.V. Predicting the Valence Rating of Russian Words Using Various Pre-trained Word Embeddings. *International Conference on Speech and Computer*. Cham: Springer Nature Switzerland, 2024. P. 349–361. DOI: [10.1007/978-3-031-78014-1_26](https://doi.org/10.1007/978-3-031-78014-1_26)
 15. Bogacheva E., Puchkovskaia A., Smetannikov I. Named entity recognition for Russian historical texts. *CSAI'19: Proceedings of the 2019: 3rd International Conference on Computer Science and Artificial Intelligence*. 2019. P. 13–17. DOI: [10.1145/3374587.3374637](https://doi.org/10.1145/3374587.3374637)
 16. Brodeur A., Clark A.E., Flèche S., Powdthavee N. COVID-19, lockdowns and well-being: Evidence from Google Trends. *Journal of Public Economics*. 2021. No. 193. P. 1–8. DOI: [10.1016/j.jpubeco.2020.104346](https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104346)
 17. Ciommi M., Gigliarano C., Emili A., Taralli S., Chelli F.M. A new class of composite indicators for measuring well-being at the local level: An application to the Equitable and Sustainable Well-being (BES) of the Italian Provinces. *Ecological Indicators*. 2017. Vol. 76. P. 281–296. DOI: [10.1111/j.1468-0297.2008.02150.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02150.x)
 18. Clark A.E., et al. Lags and leads in life satisfaction: A test of the baseline hypothesis. *The Economic Journal*. 2008. Vol. 118. No. 529. P. F222–F243. DOI: [10.1111/j.1468-0297.2008.02150.x](https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2008.02150.x)
 19. Conti G., Pudney S. Survey design and the analysis of satisfaction. *Review of Economics and Statistics*. 2011. Vol. 93. No. 3. P. 1087–1093. DOI: [10.1162/REST_a_00202](https://doi.org/10.1162/REST_a_00202)
 20. Deaton A. Income, Health, and Well-Being around the World: Evidence from the Gallup World Poll. *Journal of Economic Perspectives*. 2008. Vol. 22 (2). P. 53–72. DOI: [10.1257/jep.22.2.53](https://doi.org/10.1257/jep.22.2.53)
 21. Decancq K., Fleurbaey M., Schokkaert E. Inequality, income, and well-being. *Handbook of Income Distribution*. 2015. Vol. 2. P. 67–140. DOI: [10.1016/B978-0-444-59428-0.00003-5](https://doi.org/10.1016/B978-0-444-59428-0.00003-5)

22. Díaz F., Henríquez P. A., Winkelried D. Heterogeneous responses in Google Trends measures of well-being to the COVID-19 dynamic quarantines in Chile. *Scientific Reports*. 2022. Vol. 12. No. 1. Art. 14514. DOI: [10.1038/s41598-022-18514-z](https://doi.org/10.1038/s41598-022-18514-z)
23. Dolan P., Peasgood T., White M. Do we really know what makes us happy? A review of the economic literature on the factors associated with subjective well-being. *Journal of Economic Psychology*. 2008. Vol. 29. No. 1. P. 94–122. DOI: [10.1016/j.joep.2007.09.001](https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.09.001)
24. Franzén A. Big data, big problems: Why scientists should refrain from using Google Trends. *Acta Sociologica*. 2023. Vol. 66. Iss. 3. P. 343–347. DOI: [10.1177/00016993221151118](https://doi.org/10.1177/00016993221151118)
25. Helliwell J.F., Huang H., Grover S., Wang S. Empirical linkages between good governance and national well-being. *Journal of Comparative Economics*. 2018. Vol. 46 (4). P. 1332–1346. DOI: [10.1016/j.jce.2018.01.004](https://doi.org/10.1016/j.jce.2018.01.004)
26. Holzl J., Keusch F., Sajons C. The (mis)use of Google Trends data in the social sciences: A systematic review, critique, and recommendations. *Social Science Research*. 2025. Vol. 126. Art. 103099. DOI: [10.1016/j.ssresearch.2024.103099](https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2024.103099)
27. Hyde M., Wiggins R.D., Higgs P., Blane D.B. A measure of quality of life in early old age: the theory, development and properties of a needs satisfaction model (CASP-19). *Aging & Mental Health*. 2003. Vol. 7. No. 3. P. 186–194. DOI: [10.1080/1360786031000101157](https://doi.org/10.1080/1360786031000101157)
28. Jaidka K., Giorgi S., Schwartz H.A., Ungar L.H., Eichstaedt J.C. Estimating geographic subjective well-being from Twitter: A comparison of dictionary and data-driven language methods. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 2020. Vol. 117. No. 19. P. 10165–10171. DOI: [10.1073/pnas.1906364117](https://doi.org/10.1073/pnas.1906364117)
29. Jimenez A., Santed-Germán M.A., Ramos V. Google Searches and Suicide Rates in Spain, 2004–2013: Correlation Study. *JMIR Public Health and Surveillance*. 2020. Vol. 6. Iss. 2. P. 1–15. DOI: [10.2196/10919](https://doi.org/10.2196/10919)
30. Jorm A.F., Ryan S.M. Cross-national and historical differences in subjective well-being. *International Journal of Epidemiology*. 2014. Vol. 43 (2). P. 330–340. DOI: [10.1093/ije/dyt188](https://doi.org/10.1093/ije/dyt188)
31. Krumpal I. Determinants of social desirability bias in sensitive surveys: a literature review. *Quality & quantity*. 2013. Vol. 47. No. 4. P. 2025–2047. DOI: [10.1007/s11135-011-9640-9](https://doi.org/10.1007/s11135-011-9640-9)
32. Mavragani A., Tsagarakis K. YES or NO: Predicting the 2015 Greek Referendum results using Google Trends. *Technological Forecasting and Social Change*. 2016. Vol. 109. P. 1–5. DOI: [10.1016/j.techfore.2016.04.028](https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.028)
33. Morris M.D. A physical quality of life index. *Urban Ecology*. 1978. Vol. 3. Iss. 3. P. 225–240. DOI: [10.1016/0304-4009\(78\)90015-3](https://doi.org/10.1016/0304-4009(78)90015-3)
34. Brochado A. Google Search-Based Sentiment Indexes. *IIMB Management Review*. 2020. Vol. 32. Iss. 3. P. 325–335. DOI: [10.1016/j.iimb.2019.10.015](https://doi.org/10.1016/j.iimb.2019.10.015)
35. Ott J.C. Government and Happiness in 130 Nations: Good Governance Fosters Higher Level and More Equality of Happiness. *Social Indicators Research*. 2011. Vol. 102. P. 3–22. DOI: [10.1007/s11205-010-9719-z](https://doi.org/10.1007/s11205-010-9719-z)
36. Popova E., Spitsyn V. Sentiment Analysis of Short Russian Texts Using BERT and Word2Vec Embeddings. *CEUR Workshop Proceedings*. 31. “GraphiCon 2021 — Proceedings of the 31st International Conference on Computer Graphics and Vision”. 2021. P. 1011–1016. DOI: [10.20948/graphicon-2021-3027-1011-1016](https://doi.org/10.20948/graphicon-2021-3027-1011-1016)
37. Reisinger J. Subjective Well-Being and Social Desirability. *Journal of Public Economics*. 2022. Vol. 214. Art. 104745. DOI: [10.1016/j.jpubeco.2022.104745](https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2022.104745)

38. Ruggeri K., Garcia-Garzon E., Maguire Á., Matz S., Huppert F.A. Well-being is more than happiness and life satisfaction: a multidimensional analysis of 21 countries. *Health and Quality of Life Outcomes*. 2020. No. 18 (192). P. 1–16. DOI: [10.1186/s12955-020-01423-y](https://doi.org/10.1186/s12955-020-01423-y)
39. Sprangers M.A.G., Schwartz C.E. Integrating Response Shift into Health-Related Quality of Life Research: A Theoretical Model. *Social Science & Medicine*. 1999. Vol. 48. No. 11. P. 1507–1515. DOI: [10.1016/S0277-9536\(99\)00045-3](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(99)00045-3)
40. Stiglitz J.E., Sen A., Fitoussi J.P. *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. 2008. 291 p. Accessed 05.07.2026. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/8131721/8131772/Stiglitz-Sen-Fitoussi-Commission-report.pdf>
41. Yonk R.M., Smith J.T., Wardle A. Building a quality of life index. *Social Indicators Research*. 2017. Accessed 12.08.2026. DOI: [10.5772/67821](https://doi.org/10.5772/67821)

Статья поступила в редакцию: 30.03.2026; поступила после рецензирования и доработки: 13.05.2026; принята к публикации: 18.05.2026.

Received: 30.03.2026; revised after review: 13.05.2026; accepted for publication: 18.05.2026.



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.3
EDN: ETTQNP

И.О. ГОРЮНОВ¹, З.Е. ДОРОФЕЕВА²

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН.

117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5.

² Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.

ДИНАМИКА И ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТАТУСА ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В РОССИИ (2003–2024 гг.)¹

Аннотация. В статье анализируются динамика и особенности социально-экономического статуса интернет-пользователей в России в период с 2003 по 2024 г. на основе данных РМЭЗ НИУ ВШЭ. Цель исследования — оценка, в какой степени конкретные показатели социально-экономического статуса объясняют использование Интернета индивидом, а также того, как эта взаимосвязь менялась за рассматриваемый период. Для целей исследования интернет-пользователи были разделены на когорты в зависимости от периода, в котором они впервые стали использовать Интернет. Особое внимание уделяется роли образования, профессиональной квалификации и уровню дохода как факторов, объясняющих факт использования Интернета. Показано, что представители первой когорты интернет-пользователей отличаются более высоким уровнем образования и профессиональной квалификации по сравнению с остальными когортами, тогда как различия в доходах между когортами выражены слабее. Выявлено существование внутри первой когорты индивидов, которые использовали Интернет наиболее универсально, а также характеризовались более высокими показателями социально-экономического статуса. Результаты показывают, что влияние социально-экономического статуса на использование Интернета со временем ослабевает: если в 2000-х гг. факторы образования, профессиональной квалификации и дохода сильно объясняли использование Интернета, то по мере его распространения в России данные связи становились менее выраженными и приобретали более сложный характер.

Ключевые слова: социально-экономический статус; интернет-пользователи в России; цифровое неравенство; когортный анализ; РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Для цитирования: Горюнов И.О., Дорофеева З.Е. Динамика и особенности социально-экономического статуса интернет-пользователей в России (2003–2024 гг.) // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 55–77. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.3 EDN: ETTQNP

¹ В статье использованы результаты проекта HSE-MS-2025-007, выполненного в НИУ ВШЭ.

Введение

В России и в мире цифровизация общества и повседневных практик развивается высокими темпами, что сопровождается повышением исследовательского интереса к связанным с ней социальным изменениям. Одним из ключевых направлений современных исследований является анализ трансформаций социальных процессов и социальной структуры в условиях цифровизации.

Существует множество исследовательских подходов, на базе которых разработаны международные индексы и оценки, свидетельствующие об уровне цифровизации и проникновения Интернета в конкретной стране. В России к концу 2025 г., по оценкам отчета Digital 2026, насчитывалось 94,4% интернет-пользователей². О доступности и распространенности Интернета в России также свидетельствуют данные Международного союза электросвязи (МСЭ)³. Согласно данным МСЭ, Россия занимает 22-е место из 194 стран в мире по дешевизне интернет-услуг (показатель *fixed broadband basket* — пакет услуг широкополосного Интернета с объемом трафика более 5 гигабайт в месяц). Для России этот показатель в 2025 г. составил 6,41 долл. в месяц, или 0,53% от валового национального дохода на душу населения. Для сравнения: самый дорогой Интернет зафиксирован на Британских Виргинских островах (121 долл.), а самый дешевый — в Иране (0,55 долл.). Исследователи сегодня сходятся во мнении, что Интернет в России становится все более доступным для все большего количества разных социальных групп во всех сферах, включая социальную сферу, образование, здравоохранение и др. [6].

Однако такая «цифровая зрелость» в России наблюдается лишь в последние годы, особенно начиная с пандемийного периода. Важно отметить, что история развития Интернета в России проходит через много этапов, когда Интернет не был доступен широкому кругу граждан. Во второй половине 1990-х гг. впервые был зарегистрирован домен .ru, появились первые отечественные браузеры Rambler, Яндекс, Mail.ru, а персональные компьютеры и позднее смартфоны становились все более распространенными среди индивидов и домохозяйств. Российские социологи наблюдают рост вовлеченности населения в использование Интернета и цифровых технологий: доля пользователей увеличилась с 25% в конце 2000-х гг. до 50% к 2012 г. и достигла примерно 75% к 2019 г. [10].

Мы обозначим некоторые отправные позиции, с которых рассматривается проблематика данной статьи. Во-первых, было установлено, что между показателями, характеризующими интернет-активность россиян (использование Интернета, цели его использования, пользование персональными компьютерами, планшетами, смартфонами и т. д.), и показателями, описывающими социально-экономический статус (уровни доходов, образования, профессиональная квалификация), существует значимая связь [3]. Во-вторых, были выявлены существенные различия между использующими Интернет в рабочих, образовательных, бытовых

² Kemp S. Digital 2026: The Russian Federation (Цифровые тенденции в Российской Федерации 2026) // DataReportal. 2025. — URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-russian-federation> (дата обращения 10.02.2026).

³ International Telecommunication Union. ICT Prices. ITU Statistics. — URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/ICTprices/default.aspx#analyses> (дата обращения: 10.02.2026).

и досуговых целях. Эти различия обуславливаются в первую очередь показателями социально-экономического статуса: для группы пользователей, применяющих более продуктивные интернет-практики, характерна более высокая доля представителей с высокими уровнями дохода, образования и профессиональной квалификации [4]. В-третьих, были выявлены социально-демографические группы, которые в большей степени подвержены интернет-эксклюзии. К ним относятся, в частности, индивиды в возрасте от 65 лет, проживающие в сельской местности. Однако нам точно неизвестно, как сила этих взаимосвязей менялась со временем.

Далее рассмотрим некоторые теоретические основания исследования интернет-пользователей, а также актуальные позиции российских ученых в этом направлении. Эмпирическая часть работы построена на анализе уровня проникновения Интернета в России в динамике и выделении нескольких когорт интернет-пользователей на основании временного периода, в котором их представители впервые стали использовать Интернет.

Теоретические основания исследования интернет-пользователей

Исследованиям, посвященным использованию Интернета, предшествовала работа по теоретизации и осмыслению процессов цифровизации общества. Первыми о необходимости такой теоретизации заявили авторы концепции постиндустриального общества (Э. Тоффлер, Д. Белл) в контексте смен общественных формаций и ухода от индустриальной модели производства благ [1; 12]. В рамках социальной теории сложилась сетевая парадигма (Б. Уэллман, Х. Уайт, Б. Латур, М. Кастельс и др.), рассматривающая социальную структуру как систему отношений и связей между социальными акторами. В рамках данной парадигмы получили развитие сетевой анализ [15; 16] и акторно-сетевая теория [9], а также концепции сетевого общества и информационного общества, посвященные анализу социальных последствий распространения информационно-коммуникационных технологий [7; 8; 13; 14]. Несмотря на различия между указанными направлениями, их общей теоретико-методологической основой остается использование понятия «сети» для описания социальной структуры.

Если концепции сетевого и информационного общества объясняют трансформацию социальной структуры под влиянием цифровизации, то структуралистский конструктивизм П. Бурдьё позволяет рассматривать использование Интернета как разновидность социальной практики, обусловленной положением индивида в социальном пространстве и распределением различных форм капитала [2]. В этой перспективе различия интернет-практик могут быть связаны с неодинаковым объемом экономического, культурного и социального капитала пользователей.

В конце XX в. М. Кастельс писал: «Возникновение сетевого общества не может быть понято без взаимодействия между этими двумя относительно автономными тенденциями: развитием новых информационных технологий и попыткой старого общества перевооружиться, используя власть технологии на службе технологии власти» [8, с. 69]. В этой мысли заключен фундаментальный принцип, вокруг которого

М. Кастельс строит свою теорию. Не отвергая положения учения К. Маркса, Кастельс говорит, что капитализм как базис общественного устройства остается актуальным в наше время, однако на него накладывается новая надстройка — информационная революция, породившая новые информационные технологии и Интернет.

М. Кастельс называет сетевую структуру универсальной организационной структурой для всех видов коммуникации в социальных отношениях, а Интернет — «ключевой технологией информационной эпохи» [7, с. 8]. Так, теоретический проект Кастельса позволяет рассматривать интернет-пользователей не как совокупность индивидов, использующих определенную технологию, а как участников новой социальной структуры, в которой сетевые формы коммуникации становятся доминирующим способом организации социальных отношений.

В то же время в теории поднимаются вопросы о связях интернет-практик с теоретическими концепциями социальной структуры, социального действия и социального статуса. Например, в концепции информационного общества [14] (Ян ван Дейк) и в работах М. Кастельса [8] акцентируется, что информационные технологии в современном обществе стали основным социальным и экономическим ресурсом, благодаря которому индивиды могут улучшать свои статусные позиции. Если Кастельс анализирует прежде всего трансформацию социальной структуры, то Дейк сосредоточивается на особенностях использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Он отмечал, что использование ИКТ (таких как телевидение, телефон и Интернет) только в досуговых целях (без учета учебных и рабочих активностей) стало занимать большее количество времени в повседневности индивидов в развитых странах. Сравнивал транспортное и информационное конструирование мира: «Сети становятся нервной системой нашего общества, и можно ожидать, что эта инфраструктура окажет большее влияние на всю нашу социальную и личную жизнь, чем когда-то строительство дорог для перевозки товаров и людей» [14, р. 2].

Ян ван Дейк оперирует понятиями «информационное» и «сетевое» как характеризующими разные стороны новой действительности, при этом разграничивая информационное общество и сетевое общество. С его точки зрения, информационное общество описывает новые виды социальных практик в условиях цифровизации. Оно характеризуется, в частности, динамичным развитием информационной активности, высокими требованиями к уровню образования на рынке труда и ролью, которую играют средства массовой информации в формировании культуры. В рамках концепции информационного общества Дейка особенно интересует вопрос нового типа социального неравенства, которое он определяет как «цифровое неравенство» [13]. Он предлагает трехуровневую модель «цифрового неравенства»: наличие и качество доступа к Интернету; использование его (возможности, навыки, мотивация); преимущества, которые индивиды получают от пользования Интернетом. Можно сказать, что это универсальная модель типологизации интернет-пользователей. Таким образом, Дейк не исключает из фокуса внимания тезис о неравномерности глобализации сетевого общества (поддерживаемый М. Кастельсом) и о разных темпах цифровизации жизни в развитых и развивающихся странах.

Говоря о «сетевом», Дейк подразумевает, скорее, вопросы трансформации организационных форм и структуры (переход с микросоциологического на макро-социологический уровень). Кроме того, он типологизирует сети на физические

и органические, нейронные и социальные, медиа и технические, а также вводит проблематику дуальности иерархических и гетероиерархических структур (как у Кастельса — иерархические и сетевые системы) [14]. Именно в гетероиерархических структурах элементы одного уровня могут взаимодействовать между собой и с элементами других уровней без жесткой подчиненности. Отсутствие закрепления контроля в таких структурах обеспечивается за счет информационно-коммуникационных технологий и Интернета.

На основе изложенных теоретических позиций можно сделать вывод, что обозначенные подходы изучают социальные практики, обусловленные процессом цифровизации повседневности. На наш взгляд, теоретики «сетевого» общества формируют необходимую теоретическую и методологическую рамку (акцентируя внимание на цифровых технологиях и их институционализации) для исследования, например, интернет-практик с точки зрения индивидуальных особенностей в социальной структуре. Кроме обозначенных авторов, эту проблематику также разрабатывали М. Хардт, А. Негри, А. Бард, Я. Зодерквист, Р. Хассан [5], однако их работы остаются за пределами данного раздела ввиду ограниченности объема.

Возвращаясь к вопросу поиска связи между использованием Интернета и социально-экономическим статусом пользователей, отметим, что рассмотренные выше теоретические концепции не позволяют однозначно определить направление влияния между этими аспектами. Мы считаем данный вопрос дискуссионным и обозначим, что в настоящей статье будет исследоваться обратная связь: насколько конкретный социально-экономический статус объясняет использование Интернета индивидом.

Актуальные направления исследования интернет-пользователей в России

Сегодня интерес российских исследователей в направлении цифровизации повседневных практик охватывает широкий спектр тем — от межпоколенческих сравнений интернет-пользователей до изучения интернет-зависимости.

В монографии исследователей Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ [6] подробно рассматриваются многие аспекты цифровизации повседневности: цифровые сервисы, социальные сети, онлайн-покупки, цифровая грамотность населения и другие. Оставляя за рамками настоящей статьи подробный обзор содержания данной работы, остановимся на некоторых интересующих нас аспектах. В контексте анализа социально-экономического статуса интернет-пользователей особый интерес представляют предложенные авторами индекс цифровизации повседневных практик и индекс цифровизации индивидов, позволяющие оценить степень включенности населения в цифровую среду. В 2024 г. среднее значение индекса цифровизации повседневных практик свидетельствовало об относительном паритете между аналоговыми и цифровыми формами жизнедеятельности россиян. При этом уровень цифровизации существенно варьировался в зависимости от сферы практик: он был значительно выше в области финансовых операций и ниже в сферах, связанных с физической активностью. В зависимости от применяемых критериев к группе с высоким уровнем цифровизации авторы

относят от 7 до 21% населения России. Существенное влияние на получаемые от использования Интернета выгоды оказывают уровень цифровых навыков и количество применяемых цифровых устройств, при этом в 2024 г. позитивные эффекты отмечали более 75% российских интернет-пользователей.

В.В. Радаев рассматривает границы между вовлеченностью в Интернет и зависимостью от него, анализируя межпоколенческие различия между миллениалами и зумерами в периоды их взросления [10]. Показано, что у более молодых поколений закономерно увеличивается время, затрачиваемое на использование Интернета. Однако сами цифровые инфраструктурные условия остаются относительно стабильными: доля обладания персональными компьютерами удерживается на уровне 65–70% начиная с 2011–2012 гг., что совпадает с этапом активного распространения мобильного Интернета. Данные результаты указывают, что межпоколенческие различия в интернет-практиках в большей степени связаны не с неравным доступом к цифровым устройствам, а с различиями в социально-экономических позициях индивидов, в их образовательных траекториях и характере использования Интернета (учебные, трудовые, финансовые и досуговые практики).

Еще одно направление исследований связано с анализом цифрового неравенства и его пересечения с другими формами неравенства. В отдельных работах указывается, что цифровой разрыв способен усиливать социально-экономическое неравенство, хотя по показателям базового доступа к Интернету разрыв между городскими и сельскими территориями постепенно сокращается [11].

Таким образом, сегодня исследовательская повестка в области цифровизации российского общества преимущественно сосредоточена на анализе отдельных интернет-практик, уровней цифровых навыков, а также территориальных и межпоколенческих различий. При этом социально-экономический статус интернет-пользователей — как самостоятельный объект исследования — остается недостаточно концептуализированным и редко попадает в фокус эмпирического анализа. Вместе с тем в условиях массового распространения Интернета в России особую актуальность приобретает анализ того, в какой степени показатели социально-экономического статуса продолжают объяснять уровень использования Интернета и как меняется характер этой взаимосвязи во времени. Для этого необходима эмпирическая проверка на длительном временном интервале, поскольку при таком условии становятся возможными отслеживание перехода цифрового неравенства первого уровня к его более сложным формам, а также оценка того, в какой степени показатели социально-экономического статуса в настоящее время позволяют объяснять эти формы неравенства в российском контексте.

Исследовательские ограничения и гипотезы

В работе используются данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ НИУ ВШЭ, RLMS HSE)⁴ за 2003–2024 гг. (выборка по индивидам, с 12-й по 33-ю волну). В нашем иссле-

⁴ Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Сайт обследования RLMS HSE: <http://www.hse.ru/rlms>

довании мы старались охватить максимально возможный временной период для оценки изменений социально-экономического статуса интернет-пользователей начиная с 2003 г. (в этом году в анкете РМЭЗ НИУ ВШЭ впервые появляется блок вопросов об использовании Интернета).

При формировании аналитической базы данных были заданы следующие ограничения. Во-первых, респонденты, отрицательно ответившие на вопрос о наличии персонального компьютера и участвовавшие в опросе до 2012 г., технически не могли попасть в число интернет-пользователей. Это связано с изменением методологии составления опросника РМЭЗ НИУ ВШЭ: до 2011 г. включительно вопрос об использовании Интернета задавался только при наличии персонального компьютера, который в тот период рассматривался как основной способ доступа к сети. Во-вторых, из анализа были исключены респонденты моложе 14 лет.

В настоящей статье будем придерживаться понятия «социально-экономический статус» как собирательного, состоящего из трех элементов: уровня дохода, уровня образования и профессиональной квалификации. В исследовании используется подход к анализу социально-экономического статуса интернет-пользователей путем выделения когорт на основе временных периодов, в которых респонденты впервые стали использовать Интернет.

Были определены следующие временные периоды: 2003–2006 гг., 2007–2011 гг., 2012–2024 гг. Такое деление основано прежде всего на этапах распространения и уровне институционализации Интернета в России. Выше было отмечено, что исследователи обращают внимание на исторические периоды его развития. Период 2003–2006 гг. соответствует раннему расцвету интернет-эпохи в стране, когда сетью, по разным оценкам, пользовались от 10 до 20% населения. Период 2007–2011 гг. отражает ускоренное развитие домашнего Интернета, появление интернет-инфраструктуры в большинстве регионов России, первые проекты в области государственных онлайн-услуг, а численность интернет-пользователей в те годы составляла от 25 до 50% населения. Начиная с 2012 г., по оценкам доступных источников информации, доля интернет-пользователей в России превышала 50% населения. В то же время первая половина 2010-х гг. ознаменовалась массовым распространением мобильного Интернета, смартфонов и различных цифровых платформ.

В рамках исследования проверяются следующие гипотезы.

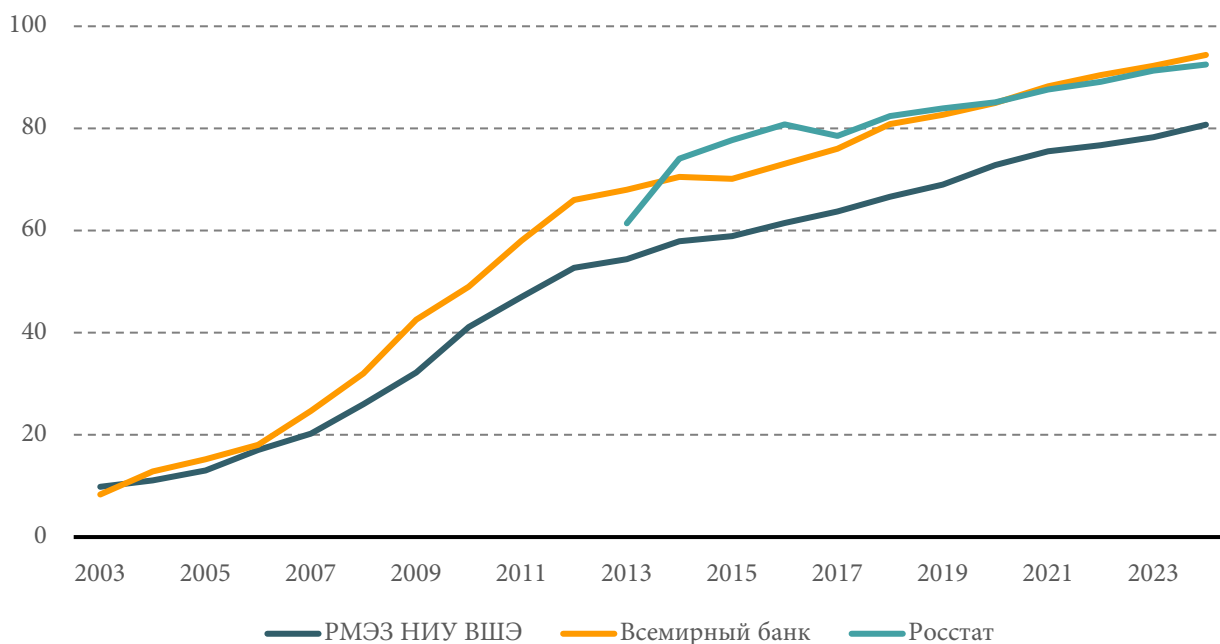
Н1: Индивиды, которые начали использовать Интернет в 2003–2006 гг., изначально имели более высокие показатели социально-экономического статуса по сравнению с теми, кто стал использовать Интернет в более поздние периоды.

Н2: Рост доходов индивидов из более ранних когорт выше, чем из поздних.

Н3: Внутри первой когорты пользователи, которые обладают более высокими показателями социально-экономического статуса, выходят в Интернет с более разнообразными целями.

Н4: Влияние показателей социально-экономического статуса на факт доступа к Интернету ослабевает со временем.

На рисунке 1 приведена динамика численности интернет-пользователей в России в 2003–2024 гг., по данным РМЭЗ НИУ ВШЭ, Росстата⁵ и Всемирного банка⁶.



**Рис. 1. Доля интернет-пользователей в России в 2003–2024 гг.,
% от численности населения**

За наблюдаемый период доля интернет-пользователей в России возросла с 8–9 до 80–90% от численности населения страны в возрасте от 14–15 лет (в зависимости от методологии конкретного источника), что свидетельствует о высоких темпах проникновения Интернета в России за последние 20 лет.

Отметим, что методология отнесения респондентов к интернет-пользователям в представленных источниках различается: Всемирный банк учитывает частоту использования не менее 1 раза за 3 месяца перед опросом, в то время как РМЭЗ НИУ ВШЭ и Росстат — не менее 1 раза за 12 месяцев перед опросом. Разрыв между данными РМЭЗ НИУ ВШЭ, Росстата и Всемирного банка, вероятно, также обусловлен методологическими различиями. Панельный характер данных РМЭЗ НИУ ВШЭ и более полная представленность социально уязвимых групп населения могут приводить к более низким долям интернет-пользователей (разрыв составляет в среднем 10 п. п.).

Также наблюдения Росстата по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей начинаются лишь с 2013 г., когда в России были приняты ряд федеральных нормативно-правовых документов, посвященных развитию «информационного общества» в стране.

⁵ Росстат. Информационное общество. Статистические показатели. — URL: <https://www.rosstat.gov.ru/statistics/infocommunity> (дата обращения 10.02.2026).

⁶ World Bank. World Development Indicators. DataBank. — URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (дата обращения 10.02.2026).

Распределение выборки на когорты

В таблице 1 представлено распределение респондентов на когорты.

Таблица 1

Наполненность когорт интернет-пользователей

Номер когорты	Когорта 1	Когорта 2	Когорта 3
Годы	2003–2006	2007–2011	2012–2024
Наполненность, чел.	2562	8520	13831
Доля от общей выборки, %	10,3	34,2	55,5

Данные, приведенные на рисунке 2, отображают смещение возрастного распределения интернет-пользователей в сторону старших возрастных групп по мере формирования более поздних когорт⁷. В первой когорте медианный возраст составляет 26 лет (квартильный размах — от 20 до 36 лет); во второй медианный возраст увеличивается до 30 лет (квартильный размах — от 22 до 42 лет); в третьей медианный возраст достигает 34 лет (квартильный размах — от 22 до 50 лет). Таким образом, представленная возрастная структура по когортам отражает рост включенности всех возрастных групп населения России в пользование Интернетом за рассматриваемый период.

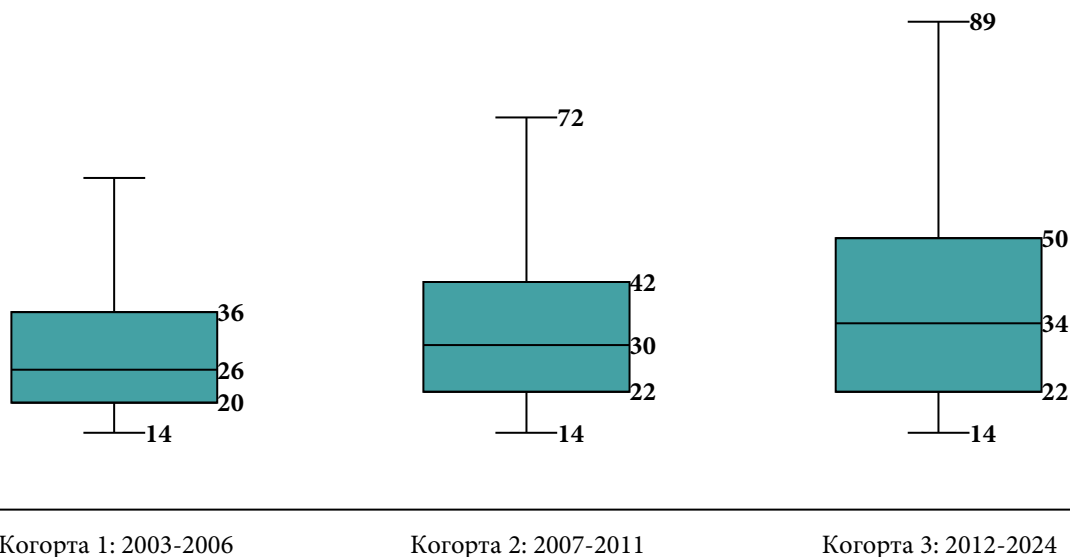


Рис. 2. Возрастная структура интернет-пользователей в когортах

⁷ Для оценки статистической значимости различий в возрасте между когортами был применен дисперсионный анализ (ANOVA) и построены графики со столбцами ошибок, отражающими доверительные интервалы средних значений. Полученные результаты свидетельствуют о статистически значимых различиях между когортами, при этом доверительные интервалы средних значений не перекрываются.

Дальнейший анализ и проверка выдвинутых в исследовании гипотез будут проведены на переменных, отражающих показатели социально-экономического статуса интернет-пользователей. В работе используются следующие показатели: доход по основному месту работы (приведенный к ценам 2024 г.), уровень образования и профессиональная группа.

Проверка гипотезы Н1: индивиды, которые начали использовать Интернет в период 2003–2006 гг., изначально имели более высокие показатели социально-экономического статуса по сравнению с теми, кто начал использовать Интернет в более поздних периодах

В рамках проверки данной гипотезы анализировались показатели респондентов на момент первого года использования ими Интернета, зафиксированного в исследовании РМЭЗ НИУ ВШЭ (табл. 2).

Таблица 2

Средний доход интернет-пользователей в год первого использования ими Интернета, распределение по когортам, руб. (приведены к ценам 2024 г.)

Когорта	Средний доход	95%-ные доверительные интервалы
Когорта 1: 2003–2006	44 383,64	42 312,35 – 46 454,92
Когорта 2: 2007–2011	45 409,71	44 402,08 – 46 417,33
Когорта 3: 2012–2024	46 403,93	45 528,30 – 47 279,55

Перекрытие доверительных интервалов указывает на отсутствие статистически значимых различий в средних доходах между когортами. Отметим при этом, что наблюдаемый рост среднего дохода в когортах может в значительной степени отражать общеэкономическую динамику и структурные изменения в доходах населения в период с начала 2000-х до 2010-х гг.

Более заметны различия между когортами в разрезе уровня образования интернет-пользователей в год первого использования Интернета⁸ (рис. 3).

Как можно заметить, внутри первой когорты наблюдается наибольшая доля респондентов с законченным высшим образованием (около 35%), тогда как внутри третьей когорты эта доля минимальна (22–23%). В то же время по мере распространения Интернета среди населения увеличивается доля интернет-пользователей со средним уровнем образования, достигая максимальных значений в третьей когорте. Таким образом, с течением времени включенность в интернет-среду становится менее селективной по уровню образования.

⁸ Проверка критерия хи-квадрат Пирсона подтверждает статистически значимые различия в распределении уровней образования между когортами ($\chi^2 = 738,999$; $p < 0,001$).

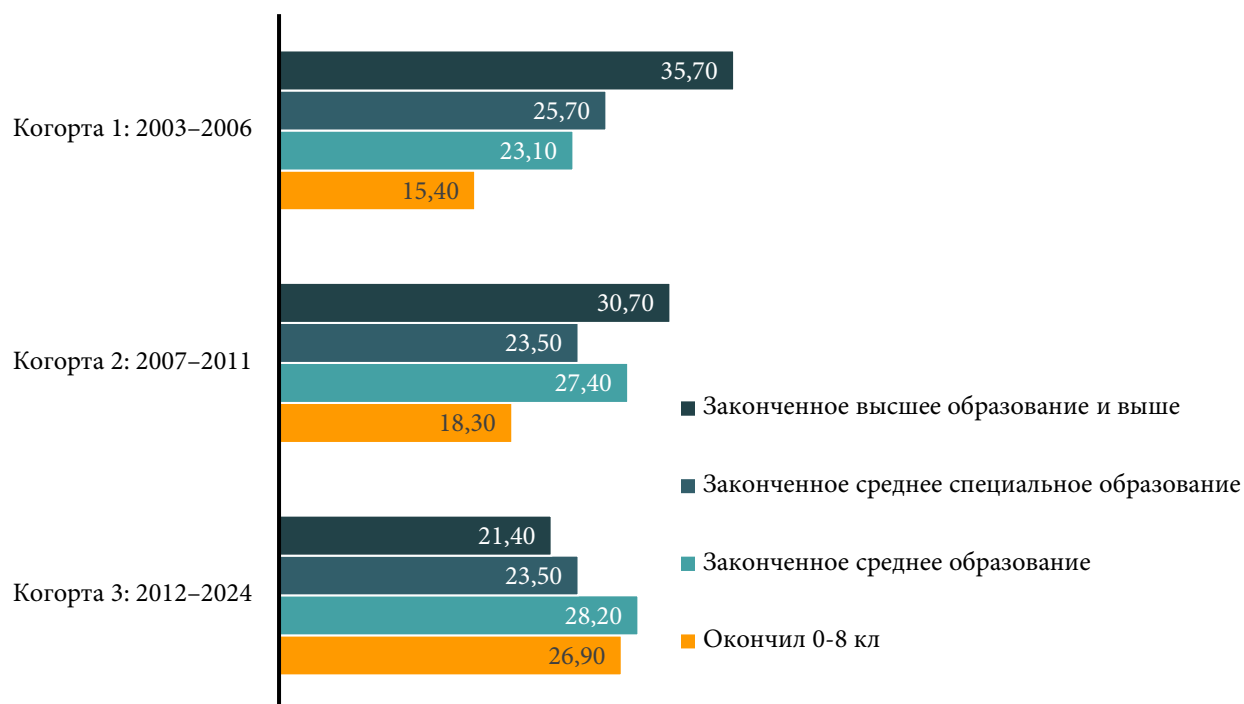


Рис. 3. Уровень образования интернет-пользователей в год первого использования Интернета: распределение по когортам, % внутри каждой когорты (сумма по строке = 100%)

Иным способом анализа респондентов по уровню образования является подсчет среднего количества лет, инвестированных в образование. Такой подход позволяет превратить образовательную компоненту в метрический показатель, количественно отследить различия в образовании, тогда как категориальная шкала может не учитывать особых различий внутри одной образовательной категории. В данных РМЭЗ НИУ ВШЭ зафиксированы следующие образовательные ступени респондентов: учеба на профессиональных курсах; учеба в ПТУ, ФЗУ, ФЗО без и со средним образованием; учеба в техникуме, медицинском, музыкальном, педагогическом, художественном училище; учеба в институте, университете, академии; учеба в аспирантуре, ординатуре. В таблице 3 приведены показатели среднего количества лет, инвестированных в образование, в год первого использования Интернета для каждой когорты.

Таблица 3

Среднее количество лет, инвестированных в образование, в год первого использования Интернета

Когорта	Среднее количество лет, инвестированных в образование	95%-ные доверительные интервалы
Когорта 1: 2003–2006	13,68	13,55 – 13,80
Когорта 2: 2007–2011	13,18	13,11 – 13,24
Когорта 3: 2012–2024	12,06	12,00 – 12,11

Разница между первой и третьей когортами составляет более полутора лет обучения, что существенно в рамках образовательных траекторий.

Рассмотрим различия в профессиональной структуре внутри когорт⁹ (рис. 4).



Рис. 4. Профессиональные группы интернет-пользователей в год первого использования Интернета: распределение по когортам, % внутри каждой когорты (сумма по строке = 100%)

В ранних когортах доминируют специалисты высшего и среднего уровней квалификации, тогда как в более поздних когортах возрастает доля работников торговли и услуг, офисных служащих, а также квалифицированных и неквалифицированных рабочих. Полученные результаты свидетельствуют о снижении профессиональной селективности Интернета по мере его массового распространения.

Подводя итоги проверки гипотезы Н1, согласно которой индивиды, начавшие использовать Интернет в 2003–2006 гг., имели в тот период более высокие показатели социально-экономического статуса, отметим, что она находит частичное эмпирическое подтверждение. Представители первой когорты характеризуются более высоким уровнем образования, большей продолжительностью обучения и преобладанием высококвалифицированных профессиональных групп. В то же время различия по уровню дохода выражены существенно слабее и могут быть обусловлены макроэкономическими факторами соответствующего временного периода.

Проверка гипотезы Н2: *рост доходов индивидов из более ранних когорт выше, чем у поздних*

Данная гипотеза отчасти соотносится с гипотезой Н1, однако учитывает исключительно доходную компоненту социально-экономического статуса интернет-пользователей. Выше было отмечено, что при анализе показателей социально-экономического статуса в первый год использования Интернета не было выявлено существенно значимых различий в среднем доходе респондентов.

⁹ Профессиональная структура интернет-пользователей существенно различается между когортами, что подтверждается результатами критерия хи-квадрат Пирсона ($\chi^2 = 664,551$; $p < 0,001$).

Перейдем к анализу кривых дохода для каждой когорты на протяжении всего рассматриваемого периода (2003–2024 гг.). Для каждой когорты были рассчитаны средний доход в каждый год, а также соответствующие доверительные интервалы (рис. 5).

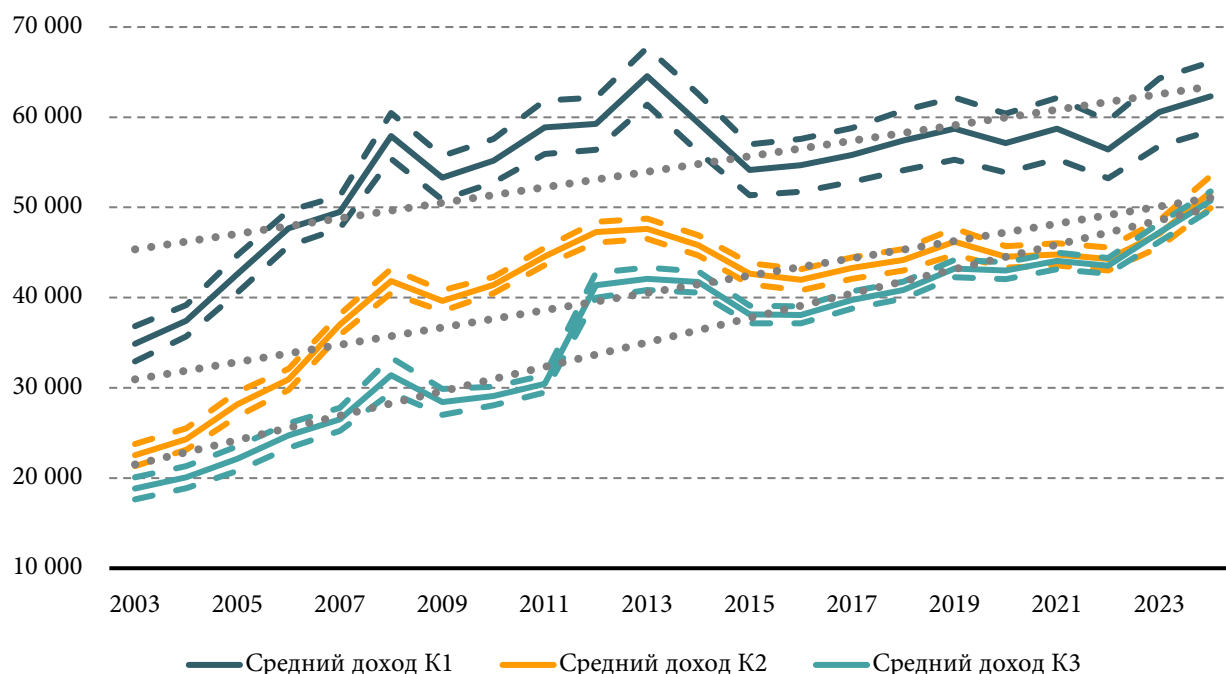


Рис. 5. Динамика средних доходов в когортах, руб.

Для каждой когорты характерен общий макроэкономический тренд: рост в середине 2000-х гг., снижение в кризисные периоды (2008, 2014 гг.), а также последующая нормализация тренда. Это указывает на доминирующее влияние макроэкономических факторов, формирующих доходные кривые независимо от времени первого использования Интернета.

На протяжении всего периода средний доход респондентов первой когорты остается выше по сравнению с остальными, а в третьей когорте фиксируются наименьшие значения доходов. При этом различия между средними доходами респондентов из второй и третьей когорт имеют менее устойчивый характер, а примерно с 2018 г. сокращаются. В то же время расширение доверительного интервала для доходов респондентов первой когорты может указывать на неоднородность группы по уровню дохода.

Результаты показали, что различия в средних доходах между первой и остальными двумя когортами являются статистически значимыми, в то время как различия в средних доходах между второй и третьей когортами в основном статистически незначимы, на что также указывает перекрытие доверительных интервалов.

По построенным линиям тренда видно, что рост доходов респондентов первой когорты не выше, чем у остальных. В целом анализ кривых дохода показывает, что различия между когортами интернет-пользователей по доходу имеют ограниченный характер, во многом обусловленный общим доходным трендом

в стране. Предполагая, что использование Интернета в 2003–2006 гг. требовало больших финансовых ресурсов (абонентская плата, техническое оснащение), можно отметить, как сформулированный Р. Мертоном «эффект Матфея» отражается на общей ситуации с динамикой средних доходов в когортах: наиболее доходные группы в начале 2000-х гг. аккумулируют внутри себя все больше ресурсов, чем остальные. Таким образом, гипотеза Н2 не находит подтверждения в рамках нашего исследования.

Проверка гипотезы Н3: *внутри первой когорты пользователи, которые обладают более высокими показателями социально-экономического статуса, выходят в Интернет с более разнообразными целями*

Для проверки гипотезы Н3 необходимо ограничить наблюдения временным отрезком 2003–2006 гг. При этом были отобраны уникальные идентификаторы респондентов. В рамках проверки данной гипотезы воспользуемся процедурой кластеризации через метод k -средних, а среди оснований для кластеризации отберем вопросы о целях использования Интернета, которые присутствовали в опроснике РМЭЗ НИУ ВШЭ в рассматриваемый период (см. табл. 4).

Таблица 4

Результаты кластеризации интернет-пользователей методом k -средних

Использование Интернета...	Кластер 1 ($N = 1505$)	Кластер 2 ($N = 771$)	Кластер 3 ($N = 592$)
для учебы	0	0	0
для работы	1	1	0
для развлечений	1	0	1
для общения с другими людьми	1	0	0
для получения информации о новостях	1	0	0
для расширения кругозора, повышения своего культурного уровня	1	0	0
для получения справочных материалов	1	1	0
для покупок, получения товаров и услуг	0	0	0

Исходя из результатов кластеризации, отметим, что в первый кластер попали респонденты, использующие Интернет для шести целей, во второй кластер — для двух целей, а в третий кластер — для одной цели.

Предполагаем, что представители первого кластера могут характеризоваться более высокими показателями социально-экономического статуса, связанными с наиболее разнообразным использованием Интернета, включая учебные, профессиональные и информационные цели. В то же время во второй кластер попали респонденты, использующие сеть для работы и получения справочных материалов, что можно назвать функциональным использованием. Представители третьего кластера используют Интернет лишь для развлечений, а также образуют наименее наполненный кластер.

Сравнивать кластеры предлагаем также по таким показателям, как доход, уровень образования и профессиональная группа. Для оценки различий по уровню дохода между кластерами был использован непараметрический критерий Краскела — Уоллиса. Результаты теста указали на наличие статистически значимых различий в уровне дохода между кластерами¹⁰.

Далее рассмотрим образовательную характеристику, укрупнив изначальную шкалу до двух категорий (наличие или отсутствие высшего образования) (см. табл. 5).

Таблица 5

Таблица сопряженности образование/кластеры, % по столбцу

Образование	Кластер 1 (N = 1504)	Кластер 2 (N = 771)	Кластер 3 (N = 592)	Всего, чел.
Нет высшего образования	54,7	53,7	84,8	1738
Есть высшее образование	45,3	46,3	15,2	1129

При распределении по уровню образования выявляются существенные различия между выделенными кластерами¹¹. Среди респондентов с высшим уровнем образования наибольшая доля приходится на второй кластер (46,3%), тогда как на третий кластер — лишь 15,2%. Среди респондентов без высшего образования доли представлены тоже неравномерно, при этом наибольшая — в третьем кластере (84,8%). Аналогично ситуация и с анализом в разрезе профессиональных категорий (табл. 6)¹².

Таблица 6

Таблица сопряженности профессиональная категория/кластеры, % по столбцу

Профессиональная категория	Кластер 1 (N = 1049)	Кластер 2 (N = 581)	Кластер 3 (N = 248)	Всего, чел.
Категория высшей квалификации	75,4	73,1	36,3	1306
Категория средней квалификации	23,3	25,0	59,3	536
Категория низкой квалификации	1,3	1,9	4,4	36

Большая доля работников высшей профессиональной категории сосредоточена внутри первого кластера (75,4%), тогда как третий кластер представлен меньше (36,3%). Среди работников среднего уровня квалификации наблюдается более равномерное распределение по (первым двум) кластерам, однако наибольшая доля

¹⁰ Анализ средних рангов дохода показывает, что наибольшие значения дохода характерны для первого кластера (средний ранг — 900,21), далее следует второй кластер (788,84), тогда как третий кластер характеризуется наименьшими значениями дохода (683,29).

¹¹ Подтверждается результатами критерия χ^2 Пирсона ($\chi^2(2) = 182,87; p < 0,001$).

¹² Данная переменная также была укрупнена в три категории: к первой категории отнесены законодатели, чиновники и руководители высшего и среднего уровня квалификации; ко второй категории — офисные служащие, работники сферы торговли и услуг, квалифицированные рабочие; к третьей категории — неквалифицированные рабочие всех отраслей.

Профессиональная структура респондентов статистически значимо различается между кластерами ($\chi^2(4) = 150,70; p < 0,001$).

сосредоточена в третьем кластере. Категория низкой квалификации характеризуется наименьшей численностью респондентов, что ограничивает возможности ее содержательной интерпретации.

Подводя итоги проверки гипотезы Н3, можно утверждать, что она подтвердилась. Первый кластер, образованный из респондентов, использующих Интернет наиболее универсально, составили респонденты, обладающие большими доходами, более высоким уровнем образования и более высокой профессиональной категорией.

Проверка гипотезы Н4: влияние показателей социально-экономического статуса на факт использования Интернета ослабевает со временем

Заключительная гипотеза Н4 в нашем исследовании выкристаллизовывается из результатов проверки предыдущих гипотез. Мы зафиксировали, что респонденты первой когорты обладали более высоким уровнем образования и профессиональной квалификации, чем респонденты других когорт, в то же время значимых различий в доходах между когортами обнаружено не было. Наоборот, они стирались на протяжении рассматриваемого периода. Следовательно, предполагаем, что такой фактор динамики социально-экономического статуса, как использование Интернета, мог потерять свою силу за последние годы. Отметим, что ограничением данной гипотезы является то, что в моделях использование Интернета не детализируется по конкретным целям, а учитывается сам факт его использования индивидом.

Для проверки гипотезы Н4 будем использовать бинарную логистическую регрессию в анализе всех рассматриваемых показателей социально-экономического статуса и интерпретацию гамма-коэффициентов для порядковых шкал уровня образования и профессиональной категории.

Начиная с логистической регрессии, мы определили в качестве зависимой переменной использование Интернета; в качестве независимых переменных — наличие/отсутствие высшего образования, принадлежность к профессиональной категории (три категории с опорой на третью), доход; в качестве контрольных переменных — пол, возраст, тип населенного пункта (две категории: «город» (областной центр и город) и «село» (ПГТ и село). Для оценки качества модели также приводятся значения *R*-квадрат Найджелкерка (Nagelkerke R-squared) и количество включенных в анализ наблюдений по каждому году. Результаты приведены в таблице 7.

Сразу отметим некоторые методологические особенности для дальнейшей интерпретации. Во-первых, исходя из немногочисленности интернет-пользователей в начале 2000-х гг. и стремительно увеличивающейся их доли в 2010-х гг., предсказательная способность модели хуже для группы пользователей 2000-х гг. и, соответственно, для тех, кто не использовал Интернет, в 2010-х гг. Во-вторых, начиная с 2019 г. доля правильных предсказаний «нет» стала составлять менее 10%, поэтому было принято решение не интерпретировать показатели модели после 2019 г.

В начале 2000-х гг. наличие высшего образования являлось сильным предиктором использования Интернета: значения отношения шансов стабильно были меньше единицы, что указывает на более низкую вероятность использования Интернета респондентами без высшего образования. Аналогично принадлежность

к профессиональным группам с более низким уровнем квалификации снижает вероятность использования Интернета. Начиная с 2010-х гг. отношения шансов для образования и профессиональных категорий приближаются к единице, а их влияние на вероятность использования Интернета становится менее выраженным.

Таблица 7

Влияние показателей социально-экономического статуса на использование Интернета по годам, 2003–2018 гг.

Год опроса	Оценки отношений шансов для независимых переменных социально-экономического статуса							Показатели качества модели	
	Пол	Возраст	Тип населенного пункта	Образование	Категория высшей квалификации	Категория средней квалификации	Доход	R-квадрат Найджел-керка	Включено в анализ
2003	1,574***	1,062***	3,682***	0,339***	0,390***	$p > 0,05$	1,000***	0,304	2720
2004	1,531***	1,060***	3,362***	0,311***	0,243***	$p > 0,05$	1,000***	0,309	3097
2005	1,434***	1,053***	3,735***	0,345***	0,300***	$p > 0,05$	1,000***	0,291	3149
2006	1,558***	1,066***	3,357***	0,346***	0,360***	$p > 0,05$	1,000***	0,338	4105
2007	1,320***	1,062***	2,633***	0,328***	0,186***	0,489***	1,000***	0,336	4369
2008	$p > 0,05$	1,066***	2,182***	0,333***	0,219***	$P > 0,05$	1,000***	0,338	4721
2009	$p > 0,05$	1,067***	2,374***	0,309***	0,235***	0,619***	1,000***	0,366	4832
2010	$p > 0,05$	1,072***	2,553***	0,301***	0,224***	0,597***	1,000***	0,361	7514
2011	$p > 0,05$	1,078***	2,158***	0,285***	0,202***	0,477***	1,000***	0,352	7928
2012	0,783***	1,083***	2,171***	0,303***	0,236***	0,635***	1,000***	0,345	8241
2013	0,769***	1,086***	1,938***	0,274***	0,220***	0,563***	1,000***	0,340	8198
2014	0,716***	1,088***	2,347***	0,218***	0,192***	0,491***	1,000***	0,344	7106
2015	0,672***	1,087***	2,049***	0,281***	0,198***	0,478***	1,000***	0,342	7035
2016	0,596***	1,085***	2,128***	0,305***	0,251***	0,542***	1,000***	0,317	7219
2017	0,612***	1,088***	1,791***	0,282***	0,164***	0,462***	1,000***	0,315	7296
2018	0,667***	1,088***	1,765***	0,217***	0,160***	0,530***	1,000***	0,310	7033

*** $p < 0,001$.

Несмотря на статистическую значимость коэффициентов, отношения шансов для дохода также стремятся к единице. Это позволяет сделать вывод: доход не обладает существенной объяснительной силой в отношении использования Интернета ни на ранних, ни на поздних этапах его распространения.

Возраст и тип населенного пункта на протяжении рассматриваемого периода сохраняли значимое влияние на вероятность использования Интернета. Более молодые жители городских населенных пунктов стабильно имеют более высокие шансы быть интернет-пользователями, при этом в первые наблюдаемые годы наиболее выраженным коэффициент был у типа населенного пункта, значение которого уменьшилось к 2018 г. Так, можно констатировать, что цифровой геогра-

фический разрыв за рассматриваемый период сократился сильнее, чем возрастной. Гендерные различия в вероятности использования Интернета демонстрируют нелинейную динамику. В начале 2000-х гг. женщины имели более высокие шансы быть интернет-пользователями по сравнению с мужчинами, однако в период массового распространения Интернета данный эффект нивелируется. Начиная с 2010-х гг. наблюдается обратная тенденция: при контроле социально-экономических характеристик женщины имеют статистически значимо более низкую вероятность использования Интернета. Это может свидетельствовать о трансформации гендерных различий — от неравенства доступа к различиям в характере и интенсивности использования цифровых технологий.

Таким образом, результаты регрессионного анализа позволяют сделать предварительный вывод: наибольшее снижение объяснительной силы в отношении факта использования Интернета продемонстрировали такие показатели социально-экономического статуса, как образование и профессиональная принадлежность, тогда как влияние фактора пола имеет асимметричный и меняющийся во времени характер, а роль дохода остается устойчиво слабой на протяжении всего рассматриваемого периода. Проанализируем значения гамма-коэффициентов для профессии и образования (табл. 8).

Оценка связи между переменными через интерпретацию гамма-коэффициентов позволяет оценить направление и силу связи между порядковыми переменными и фактом использования Интернета. Здесь, в отличие от предыдущего этапа исследования, переменные профессии и образования не укрупнялись и используются в первоначальном варианте (имеют более пяти категорий).

Как можно заметить, во всех когортах и практически на всем протяжении рассматриваемого периода наблюдается положительная связь между профессиональной категорией и использованием Интернета: более высокие профессиональные категории связаны с большей вероятностью интернет-включенности. При этом сила данной связи различается между когортами.

В первой когорте значения коэффициентов для профессий в 2000-х гг. находятся в диапазоне от умеренных до достаточно высоких, что указывает на выраженную связь профессиональной категории и использования Интернета. Однако начиная с середины 2010-х гг. связь становится менее устойчивой — коэффициенты теряют статистическую значимость. Это свидетельствует о снижении профессиональной компоненты в определении интернет-пользователей внутри данной когорты. В то же время для второй и третьей когорт значения гамма-коэффициентов для профессии остаются статистически значимыми во все рассматриваемые годы наблюдений. Более того, в обеих когортах значения коэффициентов существенно увеличились к 2024 г. по сравнению с 2007 и 2012 гг.

Гамма-коэффициенты для образования демонстрируют отрицательные значения во всех когортах и во все годы, что связано со спецификой кодировки исходной переменной. Более высокому значению соответствует более высокий уровень образования. Таким образом, более высокий уровень образования связан с большей вероятностью использования Интернета.

Таблица 8

Образование и профессиональная квалификация как факторы использования Интернета: различия по когортам, 2003–2024 гг.¹³

Год	Когорта 1		Когорта 2		Когорта 3	
	Профессиональная квалификация	Образование	Профессиональная квалификация	Образование	Профессиональная квалификация	Образование
2003	0,241***	–0,239***	—	—	—	—
2004	0,298***	–0,263***	—	—	—	—
2005	0,228***	–0,205***	—	—	—	—
2006	0,222***	p>0,05	—	—	—	—
2007	0,353***	–0,134***	0,277***	–0,048	—	—
2008	0,368***	–0,276***	0,262***	–0,144***	—	—
2009	0,427***	–0,367***	0,240***	–0,142***	—	—
2010	0,398***	–0,405***	0,273***	–0,132***	—	—
2011	0,443***	–0,440***	0,193***	–0,044	—	—
2012	0,468***	–0,413***	0,311***	–0,106***	0,325***	–0,117***
2013	0,467***	–0,415***	0,341***	–0,189***	0,338***	–0,108***
2014	0,575***	–0,462***	0,437***	–0,207***	0,355***	–0,074***
2015	0,411	–0,481***	0,401***	–0,256***	0,361***	–0,112***
2016	0,472***	–0,443***	0,413***	–0,246***	0,358***	–0,107***
2017	0,268	–0,376	0,467***	–0,342***	0,412***	–0,128***
2018	0,481	–0,354	0,480***	–0,317***	0,451***	–0,161***
2019	0,190	–0,165	0,476***	–0,284***	0,409***	–0,124***
2020	0,640	–0,183	0,550***	–0,286***	0,401***	–0,138***
2021	0,833	–0,283	0,516***	–0,287***	0,455***	–0,156***
2022	0,796	0,001	0,590***	–0,321***	0,486***	–0,162***
2023	0,591	–0,053	0,590***	–0,245***	0,513***	–0,165***
2024	0,472	–0,024	0,570***	–0,257***	0,475***	–0,127***

*** $p < 0,001$.

Для первой когорты, как и в случае с профессией, фактор образования теряет статистическую значимость с середины 2010-х гг. При этом до 2017 г. значения гамма-коэффициента указывали на сильную связь между использованием Интернета и уровнем образования. Во второй и третьей когортах связь между образованием и использованием Интернета остается статистически значимой во все годы наблюдения, однако ее сила ниже, чем в первой когорте.

В совокупности анализ гамма-коэффициентов подтверждает выводы, полученные на основе логистической регрессии. На ранних этапах распространения Интернета его использование было тесно связано с такими показателями соци-

¹³ Категории «Профессиональная квалификация» и «Образование» — порядковые: «Профессиональная квалификация» — от высокой к низкой, «Образование» — от неоконченного среднего до высшего и выше.

ально-экономического статуса, как уровень образования и профессиональная квалификация, тогда как в настоящее время данные связи ослабевают и теряют устойчивый характер. Таким образом, полученные результаты подтверждают выдвинутую ранее гипотезу о том, что объяснительная сила социально-демографических факторов в отношении использования Интернета существенно снизилась по мере его трансформации в повседневную практику.

Заключение

В исследовании рассмотрена прежде всего проблематика связи между использованием Интернета и социально-экономическим статусом интернет-пользователей в России. Важно подчеркнуть: в фокусе анализа была проверка того, в какой мере именно социально-экономический статус (доход, уровень образования и профессиональная квалификация) объясняет факт использования Интернета. В центре внимания находилась динамика социально-экономического статуса пользователей за 2003–2024 гг. Накопленный объем теоретических знаний и результаты эмпирических исследований позволили нам сформулировать несколько гипотез, проверка которых, как представляется, вносит вклад в научную разработанность актуальной и обширной области социологического знания о связи цифровизации повседневности и процессов социальной стратификации в России.

Во-первых, мы выявили, что когорта интернет-пользователей 2003–2006 гг. в стартовый период использования Интернета характеризовалась более высокими уровнями образования и профессиональной квалификации по сравнению с когортами 2007–2011 гг. и 2012–2024 гг. В то же время различия в уровне дохода между когортами в стартовом периоде использования Интернета оказались выражены заметно слабее. Во-вторых, было зафиксировано, что рост доходов ранних интернет-пользователей не превышает аналогичные показатели у других когорт, а выявленные различия совпадают с общим трендом динамики доходов населения в рассматриваемый период. В-третьих, внутри первой когорты сформировался кластер наиболее универсальных пользователей, обладающих более высокими доходами, уровнем образования и профессиональной квалификацией, что может указывать на воспроизводство социально-экономического статуса в особенностях интернет-практик. Наконец, последняя проверяемая гипотеза также нашла подтверждение: по мере распространения Интернета в стране влияние показателей социально-экономического статуса на сам факт его использования ослабевает. Таким образом, мы заключаем, что социально-экономический статус обладает значимой объяснительной силой в использовании Интернета, однако характер этой связи трансформируется во времени: от выраженной стратификации в 2000-х гг. и начале 2010-х гг. к более сложным формам, изучение которых, в частности, требует анализа дополнительных показателей цифровых навыков интернет-пользователей.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Горюнов Иван Олегович — аспирант, младший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. **Телефон:** +7 (495) 772-95-90 (12708). **Электронная почта:** goryunoivan@gmail.com SPIN-код: 6967-3095

Дорофеева Злата Евгеньевна — кандидат социологических наук, доцент, научный сотрудник, Центр лонгитюдных обследований Института социальной политики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ). **Телефон:** +7 (495) 772-95-90 (12708). **Электронная почта:** zdorofeeva@hse.ru SPIN-код: 3984-7680

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 55–77. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.3](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.3)

Research Article

IVAN O. GORYUNOV¹, ZLATA E. DOROFEEVA²

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS.

Bl. 5, 24/35, Krzhizhanovskogo str., 117218, Moscow, Russian Federation.

² HSE University.

20, Myasnitskaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

DYNAMICS AND FEATURES OF THE SOCIO-ECONOMIC STATUS OF INTERNET USERS IN RUSSIA (2003–2024)

Abstract. This article analyzes the dynamics and characteristics of the socio-economic status of internet users in Russia from 2003 to 2024 based on data from the RLMS–HSE. The aim of the study is to assess the extent to which specific indicators of socio-economic status explain an individual's use of the Internet, as well as how this relationship has evolved over the period in question. For the purposes of the study, internet users were divided into cohorts depending on the period in which they first started using the internet. Particular attention is paid to the role of education, professional qualifications and income level as factors explaining internet use. The findings show that people from the first cohort of internet users have higher levels of education and professional qualifications compared to later cohorts, while differences in income between cohorts are less pronounced. The analysis also reveals the existence of a group within the first cohort that is characterized by the most universal patterns of internet use and higher socio-economic status indicators. The results demonstrate that the influence of socio-economic status on internet use weakens over time: while in the 2000's education, professional qualifications and income strongly explained internet use, as internet access expanded in Russia these relationships became less pronounced and more complex.

Keywords: socio-economic status; internet users in Russia; digital divide; cohort analysis; RLMS–HSE.

For citation: Goryunov, I.O., Dorofeeva, Z.E. Dynamics and Features of the Socio-Economic Status of Internet Users in Russia (2003–2024). *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 55–77. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.3](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.3)

Acknowledgements. This work is an output of project HSE-MS-2025-007 implemented at HSE University.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ivan O. Goryunov — Postgraduate Student, Junior Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS. **Phone:** +7 (495) 772-95-90 *12708. **Email:** goryunoivan@gmail.com ORCID: 0009-0000-5987-7358 ResearcherID: IWM-6428-2023

Zlata E. Dorofeeva — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Researcher, HSE University. **Phone:** +7 (495) 772-95-90 *12708. **Email:** zdorofeeva@hse.ru ORCID: 0000-0003-2099-624X ResearcherID: T-9563-2018

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. *Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. И.Л. Иноземцева. Изд. 2-ое, испр. и доп. М.: Academia, 2004. — 788 с. EDN: QOCVVP*
Bell D. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Transl. from Eng.; Ed. by V.L. Inozemtsev. Moscow: Academia publ., 2004. 788 p. (In Russ.)

2. Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики / Пер. с франц. Сост., общ. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2005. — 576 с. EDN: [QOENQL](#)
Bourdieu P. *Social Space: Fields and Practices*. Transl. from French and Ed. by N.A. Shmatko. Moscow: Institute of Experimental Sociology publ.; St. Petersburg: Aleteiya publ., 2005. 576 p. (In Russ.)
3. Горюнов И.О. Интернет-практики и социально-экономическое положение в контексте цифрового неравенства // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2025. № 3 (79). С. 196–207. DOI: [10.52452/18115942_2025_3_196](#) EDN: [XTUAWL](#)
Goryunov I.O. Internet Practices and Socio-Economic Status in the Context of Digital Inequality. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Series: Social Sciences*. 2025. No. 3 (79). P. 196–207. DOI: [10.52452/18115942_2025_3_196](#) (In Russ.)
4. Горюнов И.О. Типологизация интернет-пользователей в России на основе целей и мотивов сетевой активности // Теория и практика общественного развития. 2025. № 8 (208). С. 102–112. DOI: [10.24158/tipor.2025.8.12](#) EDN: [PKYQIG](#)
Goryunov I.O. Typology of Internet Users in Russia Based on the Goals and Motives of Online Activity. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*. 2025. No. 8 (208). P. 102–112. DOI: [10.24158/tipor.2025.8.12](#) (In Russ.)
5. Добринская Д.Е. Социологическое осмысление интернета: теоретические подходы к исследованию сети // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2016. № 4. С. 43–64. DOI: [10.24290/1029-3736-2016-22-4-43-64](#) EDN: [ZGENLF](#)
Dobrinskaya D.E. Sociological Understanding of the Internet: Theoretical Approaches to Network Research. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Series 18. Sociology and Political Science*. 2016. No. 4. P. 43–64. DOI: [10.24290/1029-3736-2016-22-4-43-64](#) (In Russ.)
6. Жизнь онлайн: цифровая трансформация российского общества: коллективная монография / Е.А. Стрельцова (рук. авт. колл.), Л.С. Кузина, В.В. Полякова и др.; Науч. ред. Е.А. Стрельцова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. — 188 с. DOI: [10.17323/978-5-7598-3112-9](#) EDN: [GIXFDG](#)
Life Online: Digital Transformation of Russian Society: collective monograph. Ed. by E.A. Streltsova. Moscow: Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge, HSE University publ., 2025. 188 p. DOI: [10.17323/978-5-7598-3112-9](#) (In Russ.)
7. Кастельс М. Галактика Интернет / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. Екатеринбург: У-Фактория, 2004. — 328 с. EDN: [QTKHYD](#)
Castells M. *The Internet Galaxy*. Transl. from Eng. by A. Matveev, Ed. by V. Kharitonov. Yekaterinburg: U-Faktoriya publ., 2004. 328 p. (In Russ.)
8. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
Castells M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Transl. from Eng., Ed. by O.I. Shkaratan. Moscow: HSE, 2000. 608 p. (In Russ.)
9. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию / Пер. с англ. И. Полонской; Под ред. С. Гавриленко. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 384 с. EDN: [SYZVMJ](#)
Latour B. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Transl. from Eng. by I. Polonskaya, Ed. by S. Gavrilenko. Moscow: HSE University Publishing House, 2014. 384 p. (In Russ.)

10. Радаев В.В. Вовлеченность в использование гаджетов и новые формы зависимости: межпоколенческий анализ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2025. № 28 (4). С. 80–126. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.4.5](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.4.5) EDN: [KFJQOO](https://www.edn.ru/10.31119/jssa.2025.28.4.5)
Radaev V.V. Engagement in Gadget Use and New Forms of Dependence: A Cross-Generational Analysis. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii*. 2025. Vol. 28. No. 4. P. 80–126. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.4.5](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.4.5) (In Russ.)
11. Садырtdинов Р.Р., Варламова Ю.А., Еремеева Е.А. Цифровой разрыв между сельскими и городскими домохозяйствами в России // *ArsAdministrandi* (Искусство управления). 2025. Т. 17. № 3. С. 473–494. DOI: [10.17072/2218-9173-2025-3-473-494](https://doi.org/10.17072/2218-9173-2025-3-473-494) EDN: [DSJALI](https://www.edn.ru/10.17072/2218-9173-2025-3-473-494)
Sadyrtdinov R.R., Varlamova Y.A., Eremeeva E.A. The Digital Divide Between Rural and Urban Households in Russia. *Ars Administrandi*. 2025. Vol. 17. No. 3. P. 473–494. DOI: [10.17072/2218-9173-2025-3-473-494](https://doi.org/10.17072/2218-9173-2025-3-473-494) (In Russ.)
12. Тоффлер Э. Шок будущего / Пер. с англ., научн. ред. П.С. Гуревич. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. — 557 с.
Toffler A. *Future Shock*. Transl. from Eng., Ed. by P.S. Gurevich. Moscow: AST publ., 2002. 557 p. (In Russ.)
13. Van Dijk J. *The Deeping Divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2005. 240 p. DOI: [10.4135/9781452229812](https://doi.org/10.4135/9781452229812)
14. Van Dijk J. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. 2nd ed. L.: SAGE Publications, 2006. 292 p.
15. Wellman B. *Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1988. P. 559–562
16. White H. *Identity and control: a Structural Theory of Social Action*. Princeton: Princeton University Press, 1992. P. 84–92.

Статья поступила в редакцию: 20.03.2026; поступила после рецензирования и доработки: 20.07.2026; принята к публикации: 24.07.2026.

Received: 20.03.2026; revised after review: 20.07.2026; accepted for publication: 24.07.2026.



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.4
EDN: GTBAMI

В.В. РАДАЕВ¹

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 109028, Москва, Покровский бульвар, д. 11, каб. G314.

КТО БОЛЕЕ ВОВЛЕЧЕН В ВИДЕОИГРЫ И СТРАДАЕТ ОТ ИГРОМАНИИ?¹

Аннотация. В работе раскрывается история появления и распространения в России компьютерных и видеоигр. Через призму межпоколенческого анализа на основе репрезентативных количественных данных исследуется рост вовлеченности россиян в видеоигры, а также растущая зависимость от видеоигр. В качестве основного источника информации привлекаются данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ НИУ ВШЭ). Использовались данные за 2023 г., включающие 13 345 респондентов 18 лет и старше, в том числе 41% мужчин и 59% женщин. Кроме сопоставления доли пользователей по поколениям и периодам, применяется логистический регрессионный анализ с показателями вовлеченности и зависимости от цифровых технологий в качестве зависимых переменных. В результате получено, что межпоколенческие различия (за которыми во многих случаях скрывается эффект возраста) значимо влияют на все основные показатели вовлеченности в видеоигры, включая чрезмерную вовлеченность. Сопряженные с ними зависимости также значимо чаще появляются у представителей более молодых поколений. Обнаружены заметные гендерные различия в сторону мужчин. С переходом к самому молодому поколению зумеров нередко эти различия уменьшаются.

Ключевые слова: цифровые технологии; видеоигры; зависимость; поколения; опросы населения; Россия.

Для цитирования: Радаев В.В. Кто более вовлечен в видеоигры и страдает от игромании? // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 78–107. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.4 EDN: GTBAMI

Амбивалентность влияния цифровых технологий (вводные замечания)

Влияние цифровых технологий на нашу повседневную жизнь несомненно превратилось в одну из ключевых исследовательских тем. При этом в рамках концепции межпоколенческого цифрового разрыва постулируется, что успешная вовлеченность в цифровые технологии, в большей степени отличающая молодые поколения, облегчает повседневную жизнь, в то время как неспособность к их

¹ Работа выполнена в Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ. Использованы результаты проекта HSE-MS-2026-105, выполненного в НИУ ВШЭ. Мы благодарим анонимных рецензентов, Л.С. Кузину, М.А. Нагерняк, Е.А. Стрельцову, а также участников семинара Лаборатории экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ за полезные замечания к рукописи данной работы.

освоению порождает состояние уязвимости и отчужденности, что особенно характерно для старших поколений [2; 27]. Не отвергая эти очевидные утверждения, мы намерены несколько усложнить картину. Мы сфокусируемся на неоднозначности влияния самих цифровых технологий, которые, взаимодействуя с людьми и их социальными отношениями, порождают фундаментальную двойственность, или амбивалентность, одновременно давая начало прямо противоположным трендам [3; 37]. И сделаем это на примере компьютерных и видеоигр.

Мы исходим из того, что при чрезмерной интенсивности занятий растущая вовлеченность способна оборачиваться зависимостью. Зависимость от видеоигр — возрастающий глобальный тренд. По данным метаанализа около 500 специальных статей, посвященных ситуации в 64 странах, в 2021 г. было установлено, что зависимости от видеоигр подвержено 6% населения, причем за истекшее с 2011 г. десятилетие эта доля удвоилась [40].

Механику процесса трансформации вовлеченности в зависимость можно представить следующим образом. Цифровые платформы стремятся вовлечь (кооптировать) возрастающее количество поставщиков контента и разных сервисов, а затем все большее число пользователей [25]. Пользователям предоставляется возрастающее число сервисов, причем на бесплатной основе, в обмен на возможность (также бесплатно) собирать их поведенческие данные, которые затем используются для оптимизации работы сервисов и одновременно продаются другим коммерческим организациям [3; 10; 9; 15].

Задача цифровой платформы — не только вовлечь пользователей, но и по возможности замкнуть их на данную платформу. На основе собираемых поведенческих данных алгоритмы предлагают пользователю именно то, что он(-а) желает получить, точнее, то, что выбиралось ранее. Попутно тормозится использование альтернативных продуктов и формируется чувство безальтернативности, необходимости постоянно возвращаться на эту платформу. Разработчики также активно задействовали техники провоцирования зависимости, заимствованные из игровой индустрии и бихевиористских экспериментов [26; 28].

Эта натренированная потребность в постоянном возвращении в итоге превращает вовлеченность в *зависимость*, которая связана с чрезмерной вовлеченностью в определенные занятия и неспособностью контролировать время, уделяемое этим занятиям, что приводит к негативным поведенческим, социопсихологическим и физиологическим последствиям [38]. Зависимость, таким образом, выражается в трех элементах:

- неспособность отказаться от определенных практик;
- возникновение негативных психофизиологических состояний;
- замещение и вытеснение других практик.

В международной практике используется термин «*игровое расстройство*» (gaming disorder), которое, по определению Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), характеризуется следующими признаками: потеря контроля над играми, приоритет игр над другими интересами и повседневной деятельностью, продолжение или усиление игровых практик, несмотря на негативные последствия, а также нарушения в личной, семейной, социальной, образовательной, про-

фессиональной или других важных областях [42; 47]. Содержательно этот термин близок к используемому нами понятию игровой зависимости, но в русском языке, на наш взгляд, «зависимость» отражает интересующие нас процессы более точно.

Цифровая зависимость формируется постепенно и сходна с зависимостью от аддиктивных товаров (от алкоголя, табачных изделий, психотропных веществ) или аддиктивных практик наподобие компульсивного потребления (шопоголизма) [17]. Она сопряжена с перестройкой жизненных приоритетов и переформатированием габитуса (вымыванием прежних диспозиций и привычных практик). Последствия такого состояния зависимости тоже двойственны: оно приносит временное удовольствие, которое сродни опьянению, и одновременно порождает фрустрации с чувством вины, сходные с похмельем. С течением времени зависимость может усиливаться и в какой-то момент перерасти в патологии (психические расстройства), то есть из пристрастия превратиться в болезнь.

Впрочем, общих рассуждений о возрастающей зависимости от цифровых технологий в целом и видеоигр в частности уже явно недостаточно. Применительно к российскому опыту недостает эмпирических подтверждений на основе достоверных данных. Именно такие подтверждения мы и планируем предоставить в этой работе вместе с данными о растущей вовлеченности в гейминг.

Начнем с короткого изложения истории проникновения видеоигр в повседневную жизнь россиян, а затем на основе новых количественных данных рассмотрим нынешнее состояние дел через призму межпоколенческого анализа, сравнивая самое молодое взрослое поколение зумеров с несколькими предшествующими поколениями. С помощью такого анализа попытаемся выявить наиболее важные тренды и рассмотреть, как вовлеченность в видеоигры способствует нарастанию зависимости (игромании). В ряде случаев, где есть надежные сопоставимые данные, мы сравним российскую ситуацию с результатами зарубежных опросов.

В эмпирической части нами будут проверяться две базовые гипотезы, первая из которых уже неоднократно тестировалась на материале разных цифровых технологий [2; 15; 21], а вторая пока привлекла меньшее внимание.

Гипотеза 1. По мере омоложения поколений возрастает вовлеченность населения в видеоигры.

Гипотеза 2. По мере омоложения поколений возрастает зависимость пользователей от видеоигр.

Мы хотим протестировать еще одну дополнительную гипотезу о возможной связи между интенсивной вовлеченностью в видеоигры и игровой зависимостью, с одной стороны, и зависимостями от алкоголя и курения — с другой. Здесь предлагаются как минимум три альтернативы:

1. одна зависимость сопровождает и, возможно, даже усиливает другую (comorbidity);
2. одна зависимость замещает и вытесняет другую (substitution);
3. избавление от одной зависимости способствует избавлению от другой зависимости (concurrent recovery) [36].

В первом случае число зависимостей увеличивается, во втором — остается прежним, в третьем — сокращается. В предшествующих исследованиях на данных РМЭЗ НИУ ВШЭ² фиксировалось, что для геймеров по сравнению с неиграющими более характерно курить и пить алкоголь [21]. Мы проверим значимость подобной связи на новых данных, используя дополнительные вопросы об игровой зависимости. Отсюда наша заключительная гипотеза:

Гипотеза 3. Интенсивная вовлеченность в видеоигры и игровая зависимость сопровождаются зависимостями от алкоголя и курения.

Приведенные гипотезы будут тестироваться на новых количественных данных. Следует оговорить, что интересующий нас эффект поколения трудно отделять от эффекта возраста [31; 44], поскольку соответствующие вопросы о гейминге задавались только в 2020-е годы.

Вопросы теории и истории

Специфика межпоколенческого анализа

При фиксации поколений мы следуем социологическому подходу и, в отличие от сугубо статистических методов, выделяем их не по формальным десятилетиям и не по годам рождения, а по общезначимым историческим периодам, когда происходило взросление их представителей (формативные годы). При таком подходе границы между поколениями производны от политико-экономических циклов и, следовательно, могут быть разной продолжительности. Мы понимаем условность подобной периодизации и, в отличие от демографов, работающих с длинными волнами, изучаем более короткие волны, пытаюсь при этом уловить тренды, не сводимые к текущим флуктуациям [16; 15]. Мы согласны с тем, что в последний период произошла явная актуализация поколений как аналитической категории, отчасти приходящей на смену классам и другим традиционным категориям социологии [23].

В данной работе будем сравнивать пять российских поколений. Немного упрощая, можно сказать, что самое старшее из них поколение взрослело в брежневскую застойную эпоху увядающего социализма. Реформенное поколение формировалось в турбулентные 1990-е годы с высоким уровнем экономической и политической нестабильности. Старшие миллениалы, напротив, выросли в так называемые нулевые годы — наиболее благополучный и стабильный период (по крайней мере до 2008 г.). Младшие миллениалы начали взрослеть на рубеже 2010-х годов — в период финансового кризиса (2008–2009 гг.), длительной экономической рецессии и начала международных санкций с 2014 г. Наконец, зумеры вступили в период взросления на рубеже 2020-х годов, ознаменованных приходом пандемии, началом СВО и расширением санкций с 2022 г. Годы рождения и взросления этих пяти поколений приведены в таблице 1, причем особенно важны, повторим, именно годы взросления.

² Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE), проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Сайт обследования RLMS HSE: <http://www.hse.ru/rlms>

Таблица 1

Годы рождения и взросления поколений

Поколение	Годы рождения	Годы взросления
Поколение застоя	1947–1967	1964–1984
Реформенное поколение	1968–1981	1985–1999
Старшие миллениалы	1982–1990	2000–2007
Младшие миллениалы	1991–2000	2008–2017
Поколение зумеров	2001 и позднее	2018 и позднее

С точки зрения периода своего взросления, реформенное поколение — последнее советское, а старшие миллениалы — первое постсоветское поколение, в этом отношении между ними проходит важный водораздел. Отметим, что поколение миллениалов первоначально анализировалось нами как одно целое [16], но затем мы разделили его на две большие группы [15; 18; 19]. Главная причина заключается не в чисто возрастных различиях, а в том, что в ходе взросления этого поколения внешние условия в России претерпели значительные изменения, и взрослеющие младшие миллениалы во многом оказались в качественно иной среде.

***Как компьютерные и видеоигры проникали в жизнь россиян
(фрагменты истории)***

Проанализируем коротко, как происходило в России развитие компьютерных и видеоигр. По множественным открытым историческим источникам и опросным данным, мы собрали информацию о датах появления и распространения на российском рынке видеоигр. С некоторой степенью условности выделяем в истории их распространения четыре принципиальные точки: появление игровых устройств и видеоигр и три последовательных уровня вовлеченности пользователей, измеряемых их долей в составе взрослого населения:

- широкая вовлеченность — доля пользователей превысила 25%;
- массовая вовлеченность — доля пользователей превысила 50%;
- всеобщая вовлеченность — доля пользователей превысила 75%.

Используя эту терминологию, обратимся к фрагментам истории видео- и компьютерных игр, виртуальных социальных и игровых миров. Первые в мире игровые приставки Nintendo появились в 1983 г., за ними в 1987 г. последовали игры для персональных компьютеров IBM [8], а знаменитая российская игра «Тетрис» была написана в 1984 г. для компьютера «Электроника-60». Во второй половине 1980-х годов также распространялись советские клоны британского компьютера ZX-Spectrum, широко используемого для видеоигр. И в 1990-е годы основной игровой платформой в России стали именно персональные компьютеры. Что же касается игровых консолей, то первая карманная консоль под брендом «Электроника» появилась на российском рынке еще в 1984 г. Первые же зарубежные консоли были дорогими и малодоступными до появления приставки Dendy в конце 1992 г. За ней последовали игровые консоли Super Nintendo (1994 г.), Game

Boy и PlayStation (1995 г.). Среди игровых жанров в этот период преобладали аркады, квесты, простые экшены и первые симуляторы. Для индустрии были также характерны массовое пиратство и кустарное распространение игр³.

В 2000-е годы персональные компьютеры продолжали доминировать, но укреплялись и консольные проекты. Расширялся спектр игровых жанров. Постепенно набирали популярность многопользовательские онлайн-игры (Massively Multiplayer Online, ММО), вокруг которых начали формироваться широкие сетевые сообщества, обозначая новый тренд в игровой индустрии. Первым значительным проектом в стране в 2002 г. стал «Бойцовский клуб». В 2003 г. был запущен трехмерный виртуальный мир “Second Life”. В том же 2003 г. вышла самая популярная и «долгоиграющая» версия “Counter-Strike” (CS 1.6) — многопользовательской компьютерной игры в жанре шутера от первого лица. В 2004 г. состоялся выход первой версии “World of Warcraft” («Мир военного ремесла») — массовой многопользовательской ролевой онлайн-игры в фэнтезийной вселенной. В 2008 г. Книга рекордов Гиннесса назвала “World of Warcraft” самой популярной MMORPG в мире. И именно в 2008 г. она начала поддерживать русский язык. А пика популярности “World of Warcraft” достигает к 2010 г., когда число подписчиков превысило 12 млн [18]. В 2010 г. состоялся выпуск еще одной популярнейшей игры — “World of Tanks” (с 2022 г. — «Мир танков»).

В 2010-е годы начинается бурный рост рынка мобильных игр и продолжается распространение онлайн-игр для персональных компьютеров, а консоли переходят, скорее, в нишевый сегмент. Наиболее популярными становятся казуальные игры (пазлы, головоломки), онлайн-шутеры, крупные ММО, симуляторы и стратегии. Происходит более активное вовлечение в мобильный гейминг женской аудитории. В 2013 г. выпускается “Dota 2”, по которой проводятся крупнейшие международные киберспортивные турниры. В 2016 г. в России произошло окончательное официальное признание киберспорта (первоначально он признавался в период 2001–2006 гг.), а с 2018 г. ежегодно проводятся чемпионаты России по компьютерному спорту.

В 2020-е годы на передний план среди платформ для игр в России начинают выходить мобильные устройства. Продолжает нарастать жанровое разнообразие. К числу самых любимых жанров относятся пазлы, виртуальные настольные игры, гонки и шутеры. За ними следуют симуляторы, экшены и стратегии. На фоне ухода иностранных компаний происходит усиление роли отечественных разработчиков и рост числа оригинальных российских проектов. Также наблюдалось масштабное возрождение пиратства. С 2021–2022 гг. широкое распространение получили метавселенные, интерес к которым был подогрет пандемией COVID-19 и активным развитием VR-игр с прогнозами экспоненциального роста в будущем. В 2023 г. было заявлено о необходимости поддержки российской игровой индустрии со стороны Правительства Российской Федерации и развернута ее государственная поддержка, включая масштабное субсидирование российских видеоигровых проектов через государственное НКО «Институт развития интернета» [13].

³ См., например, оценки пользователей платформы «Хабр» — <https://habr.com/ru> Это крупная русскоязычная платформа и база знаний для IT-специалистов, программистов, исследователей и техно-энтузиастов, где в формате коллективного блога пользователи сами генерируют, комментируют и оценивают контент.

Приведем общие статистические данные. В 2019–2024 гг. рынок видеоигр в России вырос на 55% и достиг 187 млрд руб. Он составлял лишь около 1% мирового рынка видеоигр, но рос быстрее (мировой рынок за данный период увеличился только на 40%). Рынок видеоигр включает три основных сегмента: игры для персональных компьютеров, на который в 2023 г. приходилось 48% рынка с тенденцией к уменьшению доли; игры для мобильных устройств (43% с тенденцией к увеличению) и игры для консолей (8% рынка) [1]⁴. Консоли сохранили свое присутствие в качестве нишевого сегмента. В 2019–2023 гг., по нашим данным на основе РМЭЗ НИУ ВШЭ, за последние 12 месяцев играли, пользуясь игровой приставкой типа Xbox или PlayStation лишь 3–4% респондентов в возрасте 18 лет и старше.

О том, как менялась с годами доля российских геймеров, нам, к сожалению, известно значительно меньше⁵. Соответствующие вопросы в РМЭЗ НИУ ВШЭ задавались лишь с 2019 г. Данных за 1990-е годы найти не удастся, а данные за 2000-е годы неполны и обрывочны. Однако, судя по данным J'son & Partners Consulting и Mail.ru Group, доля геймеров среди российского населения в возрасте 16 лет и старше до конца 2010-х годов находилась в пределах 10%. Максимальная доля аудитории российских геймеров была зафиксирована в исследованиях, проведенных компаниями «Ромир Мониторинг» и TNS Media в 2006 г., на уровне 13%, но считалась вместе с подростками, начиная с 10-летнего возраста [11]. Убыстренный рост доли российских геймеров начался с 2010 г., когда стали широко распространяться смартфоны с постоянным доступом в Интернет [14]. Важную роль сыграло также появление игровых консолей с онлайн-подключением Xbox 360 в 2005 г. и PS3 в 2006 г. В результате в 2010 г. по доле геймеров среди населения в возрасте 16 лет и старше мы приблизились к четверти [8], к 2012 г. был превышен порог в 30%, то есть достигнута стадия широкого распространения, а в 2015 г. эта доля вышла на уровень 36%, превысив треть населения в возрасте 16 лет и старше⁶. Пик по доле геймеров был достигнут в пандемийный 2021 г. и составил, по данным РМЭЗ НИУ ВШЭ, 40% тех, кто играл в игры с помощью электронных устройств в последние 12 месяцев, но далее произошло снижение до 30% в 2023–2024 гг., и распространение компьютерных и видеоигр не вышло на уровень массового распространения.

Следует оговорить, что опросные данные из разных источников расходятся до 3 раз и более. Так, по результатам опроса ВЦИОМа, в 2024 г. 22% россиян играли в компьютерные игры (среди них 30% мужчин и 16% женщин), а 21% — играли раньше [4]⁷. В то же время, по данным НАФИ [5], доля геймеров в России в 2022 г.

⁴ Игра на мобильных устройствах быстро возрастает. По данным опроса НАФИ, в 2025 г. 73% геймеров играли на мобильных телефонах или планшетах, 40% использовали компьютеры и ноутбуки, 11% играли на консолях [6].

⁵ Мы благодарим Е.А. Чупрова за помощь в поиске информации.

⁶ См. данные Информационной службы Sostav.ru (2012). — URL: https://www.sostav.ru/news/2012/11/01/rossiya_igra_auditoriya_40mln_chelovek/, а также Исследование Mail.ru. Group: профиль российского геймера (2016). — URL: <https://vk.company/ru/press/releases/9576/> (дата обращения 07.07.2026.).

⁷ По некоторым оценкам, в 2023 г. в мире 41% населения были вовлечены в видеоигры или играли ранее, что близко к данным ВЦИОМа. — URL: <https://truelist.co/blog/gaming-statistics/> (дата обращения 22.07.2026.).

составила 60%, по данным NewZoo, в 2021 г. — около 64%⁸, по данным Mediascope, в 2022 г. хотя бы иногда в видеоигры играли 69% опрошенных (правда, речь шла о респондентах от 12 до 64 лет) [12], а по данным НАФИ, в 2025 г. в видеоигры играли даже 75% россиян в возрасте 14 лет и старше, правда, геймерами себя при этом называли лишь 17% из них [6]. Нам эти цифры представляются завышенными, и мы опираемся на более надежные данные РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Важным шагом стало распространение в середине 2010-х годов технологий *виртуальной и дополненной реальности*. Виртуальная реальность (VR-технологии) — созданный техническими средствами мир, транслируемый человеку через его органы чувств. Первый серийный потребительский VR-шлем (Oculus Rift CV1) поступил в продажу в начале 2015 г. Дополненная реальность (AR-технологии) вносит отдельные искусственные элементы в восприятие реального мира. Она получила широкое распространение благодаря популярности таких игр, как “Pokémon Go”, вышедшей в 2016 г. и интегрированной в смартфоны и планшеты. Однако пока в России и во всем мире видеоигры с виртуальной и дополненной реальностью не пользуются большим спросом, в том числе из-за высоких цен и физиологического дискомфорта, возникающего во время использования 3D-гарнитуры. Нет пока в России и проектов по разработке видеоигр с метавселенными [1].

Итак, многие пользовательские цифровые технологии появились в России в доступе для населения еще в 1990-е годы, в период взросления реформенного поколения. Но представители последней советской поколенческой когорты еще не могли ими воспользоваться в полной мере в силу труднодоступности и дороговизны соответствующих устройств (компьютеров, игровых приставок). В период взросления старших миллениалов в 2000-е годы произошла широкая вовлеченность на уровне четверти населения в гейминг.

Осталось сказать, что по мере развития цифровых технологий могут возникать разнонаправленные тренды. Например, на стадиях широкой и массовой вовлеченности может существенно возрастать цифровое неравенство между поколениями за счет того, что более молодые поколения быстрее осваивают новые технологии в части и доступа, и навыков использования. Однако по мере распространения технологий старшие поколения способны постепенно догонять молодых, и в этом случае межпоколенческие различия могут снижаться, а цифровые разрывы преодолеваются. Аналогично увидим, что в более старших поколениях могут возникать заметные гендерные различия, в случае гейминга — явно в пользу мужчин. Причем, в отличие от многих других цифровых технологий, в этом случае с переходом к более молодым поколениям гендерные различия не исчезают.

Методология исследования

Охарактеризуем методологию нашего эмпирического исследования, в том числе основные источники данных, ключевые переменные и используемые аналитические методы.

⁸ См.: Благодаря пандемии объем российского рынка видеоигр вырос на 35% // Радио РБК. 2021. — URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/29/03/2021/6061a30e9a79471323188935 (дата обращения 07.07.2026).

Источники данных

В качестве основного источника информации мы используем данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (РМЭЗ НИУ ВШЭ). Мониторинг представляет собой серию ежегодных общенациональных репрезентативных опросов индивидов и домашних хозяйств, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки. Поскольку вопросы о видеоиграх задавались в РМЭЗ НИУ ВШЭ лишь в последние годы, мы используем результаты опроса индивидов за 2023 г., включающего 13 345 респондентов 18 лет и старше, из них 41% мужчин и 59% женщин.

В качестве других дополнительных источников данных по отдельным темам мы использовали данные предшествующих исследований опросных центров ВЦИОМ и НАФИ. Из зарубежных источников для сравнения привлекаются данные американского исследовательского центра Pew Research Center, который в том числе проводил активные межпоколенческие исследования, используя классификацию поколений, близкую по годам к нашей классификации. Мы не можем назвать подобное использование нами источников триангуляцией в полном смысле слова, скорее, речь идет о дополнительной и иллюстративной информации к нашим опросным данным.

Методы анализа

Начнем с операционализации основных понятий. *Уровень вовлеченности* населения в видеоигры определяется как комплексное понятие, включающее наличие доступа и фактическое использование видеоигр, частоту (интенсивность) этого использования, освоенные навыки и применяемые практики, характеризующие продвинутость пользователя. Сразу оговорим: при характеристике вовлеченности в гейминг мы в основном концентрируемся на самих фактах и частоте участия в видеоиграх, не затрагивая такие важные элементы вовлеченности, как освоенные цифровые навыки и применяемые практики, по которым у нас отсутствуют данные.

Исходный показатель вовлеченности измеряем по доле респондентов, игравших в компьютерные и видеоигры за последние 12 месяцев. Далее применяем *показатель интенсивной вовлеченности* в гейминг, измеряемый на операциональном уровне как ежедневная игра с помощью электронных устройств.

В литературе активно задействуется понятие «*чрезмерное использование*», которое часто отождествляется с зависимостью [24]. В какой мере ежедневная игра является чрезмерной — дискуссионный вопрос, ибо для одной группы ежедневный гейминг может считаться чрезмерным, а для другой уже стал неотъемлемой частью стиля жизни. И когда именно вовлеченность становится «чрезмерной», однозначно определить непросто. В любом случае интенсивная вовлеченность рассматривается нами в качестве переходной ступени к состоянию зависимости, которое предусматривает, кроме увеличения времени использования сверх определенного конвенционального порога, появление определенных негативных последствий для благополучия человека. В данной работе *уровень зависимости* измеряется на основе специальных вопросов с субъективными оценками негативных последствий гейминга. Зависимыми будем считать тех, кто:

- не способен оторваться от видеоигр;
- испытывает негативные эмоции от видеоигр;
- считает, что, по мнению окружающих, нужно меньше играть в видеоигры;
- пытается прекратить играть в видеоигры.

— В международных исследованиях активно применяется тест на *игровые расстройства* (Gaming Disorder Test), построенный по критериям Всемирной организации здравоохранения, которые мы приводили выше [42]. Используемые нами параметры содержательно пересекаются с этими критериями, но все же их не повторяют.

При *межпоколенческом анализе* мы привлекаем данные по пяти поколениям, начиная с поколения застоя, и не берем представителей самых пожилых поколений в возрасте 80 лет и старше. При этом при выявлении эффекта поколений имеются серьезные ограничения. Поскольку наш основной источник информации (РМЭЗ НИУ ВШЭ) содержит опросные данные по участию в видеоиграх только с 2019 г., у нас нет возможности элиминировать прямое влияние возраста, используя ретроспективный анализ [15], то есть не сможем сравнить все ныне живущие поколения в период их взросления. Поэтому в большинстве случаев мы используем данные 2023 г., и на межпоколенческих различиях неизбежно сказывается эффект возраста.

Для проверки устойчивости межпоколенческих различий, кроме непараметрических парных корреляций с использованием коэффициентов корреляции Спирмена, мы применяли *логистический регрессионный анализ* с наличием или отсутствием вовлеченности и наличием или отсутствием зависимости в качестве зависимых бинарных переменных. А в качестве основной независимой переменной использовалась категориальная переменная из выделенных пяти поколений. Кроме того, в регрессии включался набор стандартных независимых переменных, в том числе:

- гендер (женщины или мужчины);
- семейный статус (находится ли в официальном или гражданском браке);
- получение высшего образования (имеет высшее образование или является студентом вуза);
- занятость (есть ли постоянная оплачиваемая работа);
- уровень индивидуального дохода (натуральный логарифм);
- место проживания (городские или сельские поселения).

Проверка мультиколлинеарности независимых переменных проведена с помощью коэффициента инфляции дисперсии (Variance Inflation Factor, VIF), значение которого во всех случаях не превысило 2. Данные переменные использовались преимущественно как контрольные, чтобы определить, насколько устойчиво влияние межпоколенческих различий. Но есть одно важное исключение. Ввиду особой значимости гендерных различий и предполагаемого существования гендерного неравенства в использовании цифровых технологий [4] основные результаты приводятся отдельно для женщин и мужчин. Регрессионные коэффициенты приведены в таблицах 1П–2П в Приложении к статье по адресу: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9562/9374>

Эмпирические результаты

Изложение эмпирических результатов начнем с анализа вовлеченности в компьютерные и видеоигры, а затем перейдем к показателям игровой зависимости (игромании).

Молодые мужчины более вовлечены в видеоигры

Важным элементом использования цифровых технологий стало участие в компьютерных и видеоиграх. Мы сравним уровень вовлеченности в видеоигры по поколениям, оценим некоторые позитивные и негативные следствия подобных занятий, включая элементы возникающей игровой зависимости.

По данным РМЭЗ НИУ ВШЭ, в 2023 г. *играли в игры с помощью электронных устройств* в последние 12 месяцев 29% респондентов в возрасте 18 лет и старше (среди них женщин — 21%, мужчин — почти вдвое больше, 40%). В отличие от социальных сетей, где более активными пользователями являются женщины [20], в видеоигры значительно больше вовлечены мужчины. Интересно, что, по нашим данным, в последние годы общая доля игроков в России не растет. Так, в 2019 г. в любые игры при помощи электронных устройств играли 37% взрослых россиян, своего пика этот показатель достиг в 2021 г. (в период пандемии) — 39%, а затем снизился до 29% в 2023 г.

Снижение доли геймеров в постпандемийный период было достигнуто преимущественно за счет молодых когорт, но именно молодые поколения составляют основную массу геймеров, и время, которое они проводят за видеоиграми, понемногу увеличивается [21]. И с переходом ко все более молодым когортам доля вовлеченных в видеоигры устойчиво возрастает с 20% в поколении застоя до 50% у зумеров, то есть среди самых молодых в 2023 г. играл каждый второй.

Видеоигры демонстрируют важную особенность. В большинстве случаев вовлеченность в цифровые технологии относительно устойчиво возрастает, так как молодые поколения осваивают их быстрее и во все более раннем возрасте, а затем остаются в числе активных пользователей. Специфика же увлечения видеоиграми выражается в том, что представители старших поколений увлекались ими ранее, но по мере взросления многие из них завершали игры и выбывали из состава геймеров, уступая место более молодым⁹. Обратим внимание, что, по данным ВЦИОМа, доли россиян, играющих в компьютерные игры, и россиян, игравших ранее, но прекративших это занятие, примерно одинаковы [7]. И мы обязаны допустить, что представители старших поколений в своем двадцатилетнем возрасте играли не меньше, чем двадцатилетние зумеры в настоящее время. К сожалению, короткий временной ряд в РМЭЗ НИУ ВШЭ не позволяет нам проверить это предположение. И в целом уровень распространения гейминга в России по-прежнему остается недостаточно изученным.

С гендерной точки зрения среди мужчин доля геймеров увеличивалась в среднем на 10 п.п. с каждым более молодым поколением: с каждого пятого (21%) в поколении застоя до почти двух третей (64%) у зумеров. И уже в реформенном поколении возникла широкая, а у младших миллениалов — массовая вовлечен-

⁹ Отчасти это может быть связано с тем, что, несмотря на активное вовлечение взрослых, игры многим не кажутся серьезным занятием. Например, по данным НАФИ, в 2022 г. каждый пятый россиянин (20%) считал взрослых геймеров инфантильными, несерьезными людьми [5].

ность в видеоигры¹⁰. У женщин всплески произошли лишь в самых молодых поколениях — у младших миллениалов, когда доля геймеров выросла с 20 до 27%, и случилась широкая вовлеченность в видеоигры, и особенно у зумеров, у которых эта доля взлетела до 38% (рис. 1).

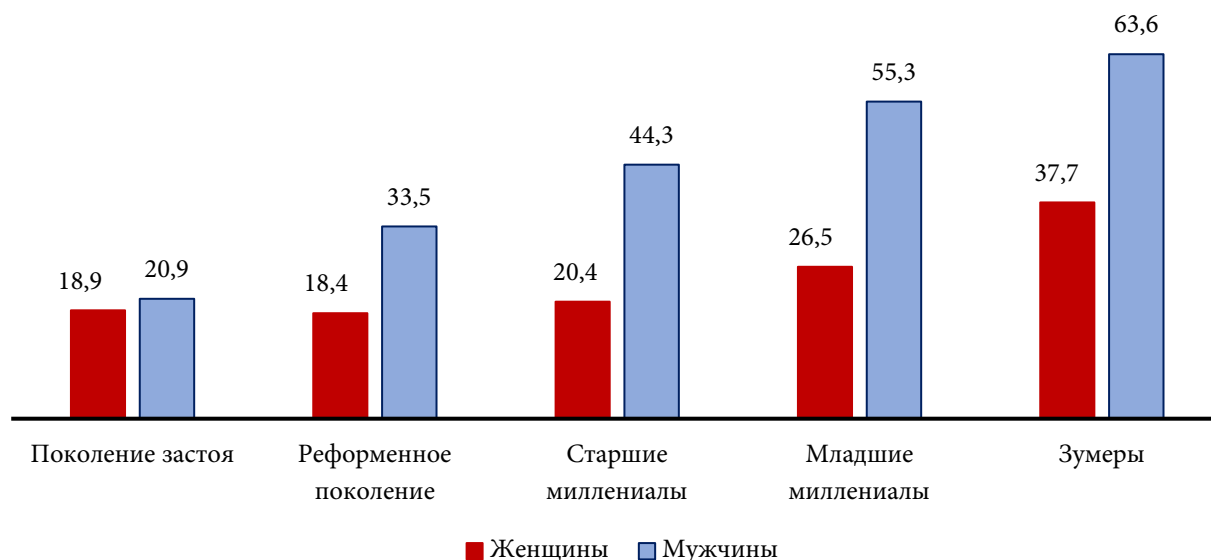


Рис. 1. Доля женщин и мужчин, игравших в игры с помощью электронных устройств в последние 12 месяцев, по поколениям в 2023 г. (% всех респондентов 18+), $N = 10\,705$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Какие игры предпочитают российские геймеры? В 2022 г., когда в РМЭЗ НИУ ВШЭ задавался соответствующий вопрос, на первом месте оказались логические игры (головоломки, пазлы, кроссворды) (12% взрослых респондентов), за ними следовали боевики, стрелялки и аркады (8%), пасьянсы (6%), стратегические игры и гонки (по 5%) и приключенческие игры (4%) (остальные виды игр набирали примерно по 2%).

Кроме самого факта вовлеченности в видеоигры, важна также частота игровых практик. Мы отобрали геймеров, которые в последние 12 месяцев *играли в видеоигры практически ежедневно*. В 2023 г. в эту группу попали 29% геймеров, в том числе 27% среди женщин и 30% среди мужчин. А вот при сравнении поколений в данном случае явного тренда не наблюдается. Пожалуй, только обращает внимание резкое увеличение максимальной вовлеченности в видеоигры у мужчин-зумеров — с 26 до 40% (рис. 2).

Для измерения *количества времени*, затрачиваемого геймерами на видеоигры, задавался специальный вопрос: «За последние 30 дней сколько примерно часов в неделю занимали такие игры?» Чтобы выделить наиболее интенсивно вовлеченных в геймерство, мы выделили тех, кто играл 20 ч и более. В 2024 г. среди геймеров таких оказалось 8%, а среди всех респондентов в возрасте 18 лет и старше — всего 2%. Это кажется небольшой долей, но число часов здесь весьма велико, и к тому же остается неизвестным максимальное количество затрачиваемого времени. Данный показатель может считаться косвенным признаком возможных игровых расстройств [41], к которым обратимся ниже.

¹⁰ Это не противоречит данным ВЦИОМа, по которым среди зумеров играют 59%, среди младших миллениалов — 41% и среди старших миллениалов — 24% (последние по мере взросления чаще завершали «игровую карьеру») [7].

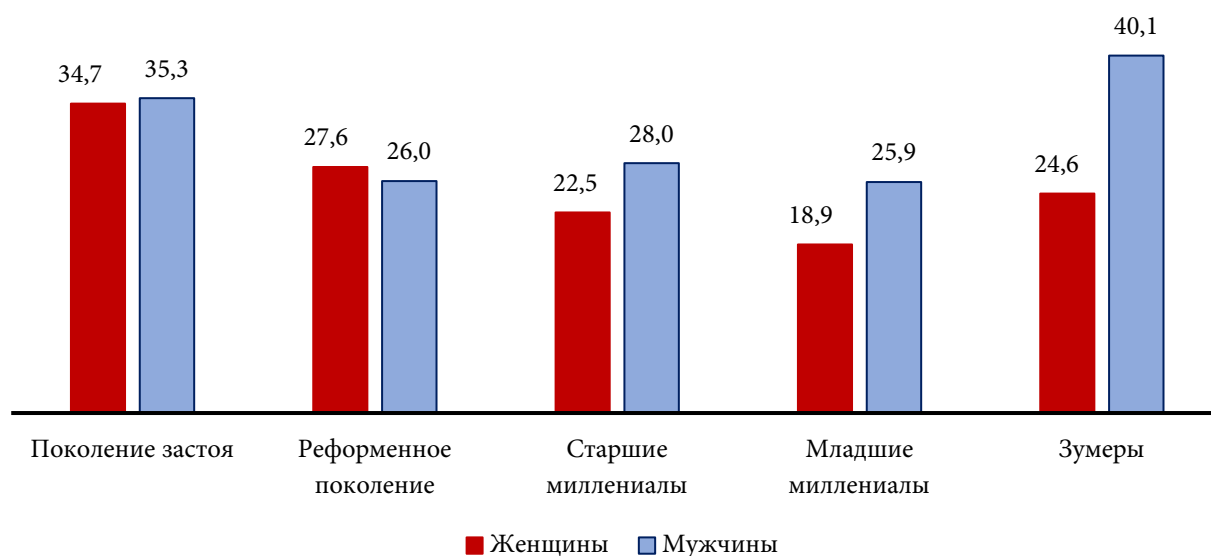


Рис. 2. Доля мужчин и женщин, практически ежедневно игравших в игры с помощью электронных устройств в последние 12 месяцев, по поколениям в 2023 г.
(% геймеров, 18+), $N = 3134$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Когда рассматриваются только геймеры, явных межпоколенческих различий не обнаруживается, за исключением зумеров, у которых доля наиболее активных игроков удваивается по сравнению с младшими миллениалами, достигая 11% у женщин и 15% у мужчин. Среди всех респондентов с омоложением поколений доля наиболее вовлеченных геймеров все же возрастает, но в рамках статистической погрешности, кроме зумеров, где наблюдается явный скачок: у юношей этого поколения доля наиболее активных игроков достигает 9% всех взрослых респондентов. И вновь мужчины опережают женщин во всех поколениях, особенно у зумеров, где разница вырастает до полутора раз (рис. 3).

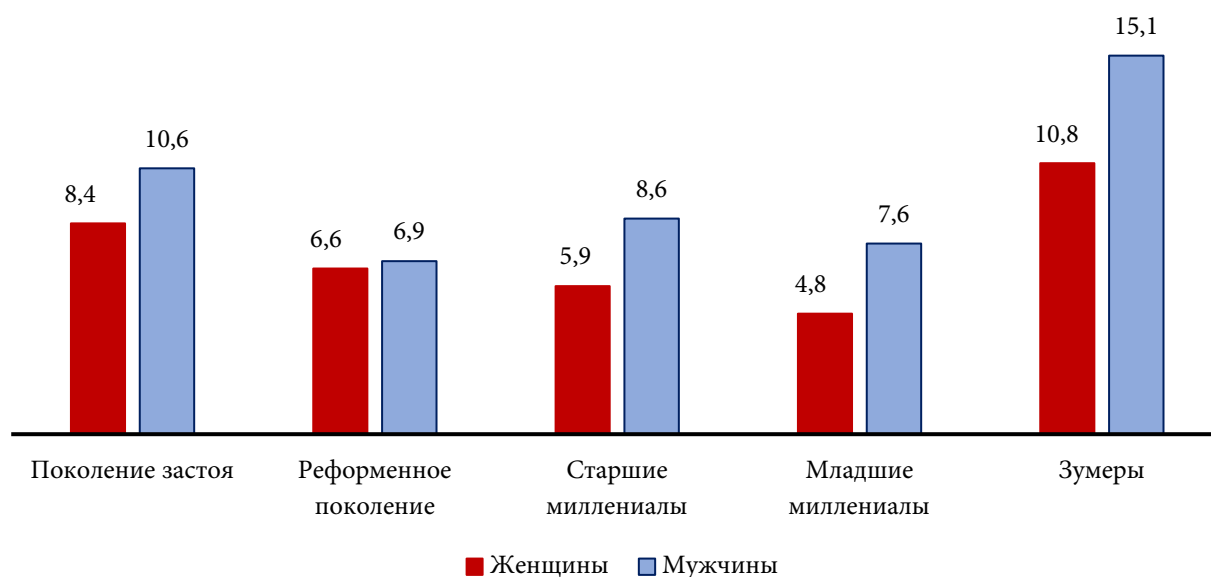


Рис. 3. Доля мужчин и женщин, игравших в игры с помощью электронных устройств 20 ч и более в неделю за последние 30 дней, по поколениям в 2024 г.
(% геймеров, 18+), $N = 2885$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Показателем вовлеченности в видеоигры выступает готовность не только проводить время, но и *тратить финансовые ресурсы*. В связи с этим задавался вопрос: «За последние 12 месяцев Вы тратили деньги на такие игры, не считая покупку оборудования для них?» Платили за свои игровые увлечения в 2023 г. пока немногие, но с каждым более молодым поколением доля таких игроков возрастала с 2% в поколении застоя до 10% у зумеров (в том числе у женщин с 1 до 5% и у мужчин с 3 до 12%) (рис. 4)¹¹. При этом ощутимый рост доли плательщиков начался со старших миллениалов (советские поколения, видимо, платить за игры так и не привыкли). Добавим, что доля игроков-мужчин, берущих на себя такие расходы, во всех поколениях в 2 раза и более превышает долю игроков-женщин.

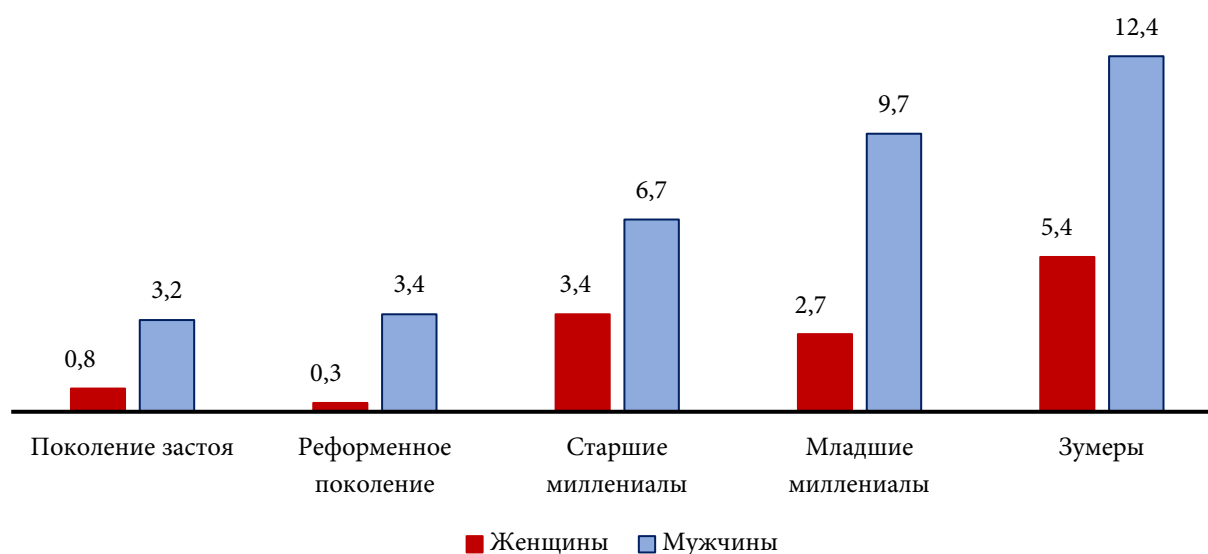


Рис. 4. Доля мужчин и женщин, тративших деньги на видеоигры (не считая покупку оборудования) в последние 12 месяцев, по поколениям в 2023 г. (% геймеров, 18+), N = 3052

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Видеоигры помогают общаться и отдыхать

Неверно было бы считать, что вовлеченность в видеоигры имеет только негативные последствия. Первый из возможных позитивов заключается в *общении с друзьями* благодаря компьютерным или видеоиграм. Это считает для себя важным каждый четвертый респондент (25%), в том числе каждая седьмая женщина (15%) и каждый третий мужчина (33%). Причем важность подобного общения возрастает с каждым более молодым поколением, в итоге доля утраивается от 14% в поколении застоя до 46% у зумеров¹². Добавим, что начиная с реформенного поколения общение, связанное с видеоиграми, значительно важнее именно для мужчин: их доля в 2–2,5 раза выше, чем у женщин,

¹¹ Данные НАФИ за 2022 г. показывали более высокую вовлеченность. По этим данным, 22% россиян, которые увлекались видеоиграми сами либо имели геймеров среди членов семьи, за последний месяц тратили деньги на видеоигры в той или иной форме [5]. По данным опроса НАФИ, в 2025 г. средние годовые расходы одного платящего игрока в России составили 5,1 тыс. руб. [6].

¹² Аналогична доля молодых американских геймеров (47%), которые в 2024 г. заводили друзей, играя в видеоигры, в том числе 35% девушек и 56% юношей. Правда, речь шла о подростках 13–17 лет, поэтому прямое сравнение не вполне правомерно [22].

для которых, напомним, более значимым является общение в социальных сетях. Так, у зумеров-мужчин к 2023 г. она достигает массового распространения (59%), в то время как у женщин едва переходит границу широкого распространения (28%) (рис. 5).

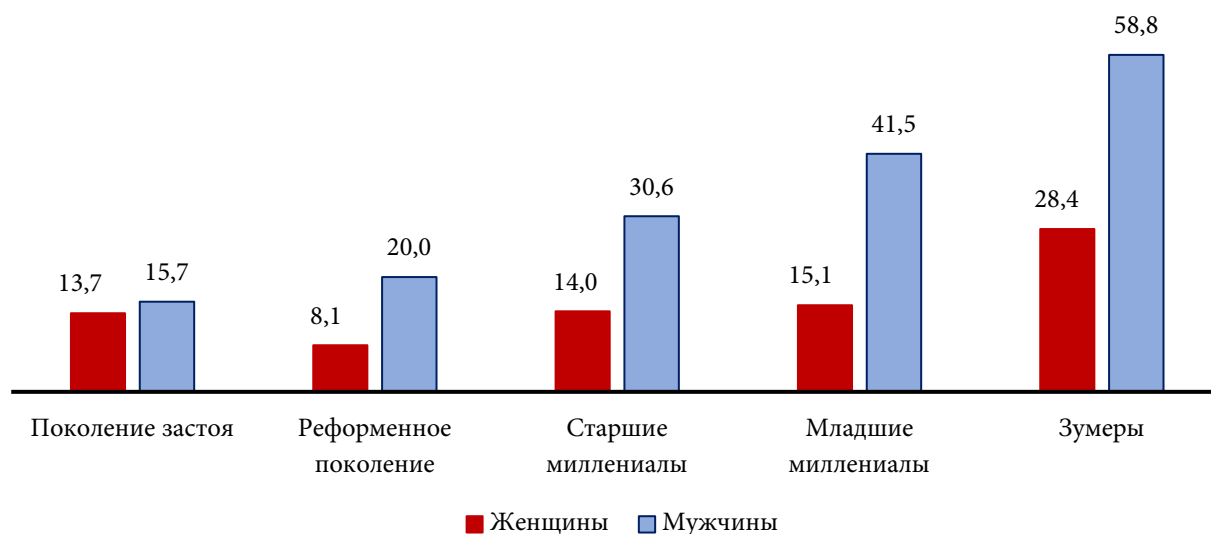


Рис. 5. Доля мужчин и женщин, считающих, что благодаря компьютерным или видеоиграм они могут общаться с друзьями, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров, 18+), $N = 3094$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Среди других позитивных следствий — *компьютерные и видеоигры помогают многим развлечься и отдохнуть*. Судя по всему, этот фактор вовлеченности является главным. Именно он получил фактически всеобщее распространение — на него указывают более трех четвертей всех игроков (77%), включая 75% женщин и 78% мужчин. Межпоколенческие различия здесь не столь велики, но все же соответствующая доля увеличивается с 73% в поколении застоя до 81% у зумеров с наиболее заметным скачком у старших миллениалов (рис. 6). Именно начиная со старших миллениалов возможность отдохнуть и развлечься, играя в видеоигры, становится более важной для мужчин, опережающих женщин на 3–6 п.п.

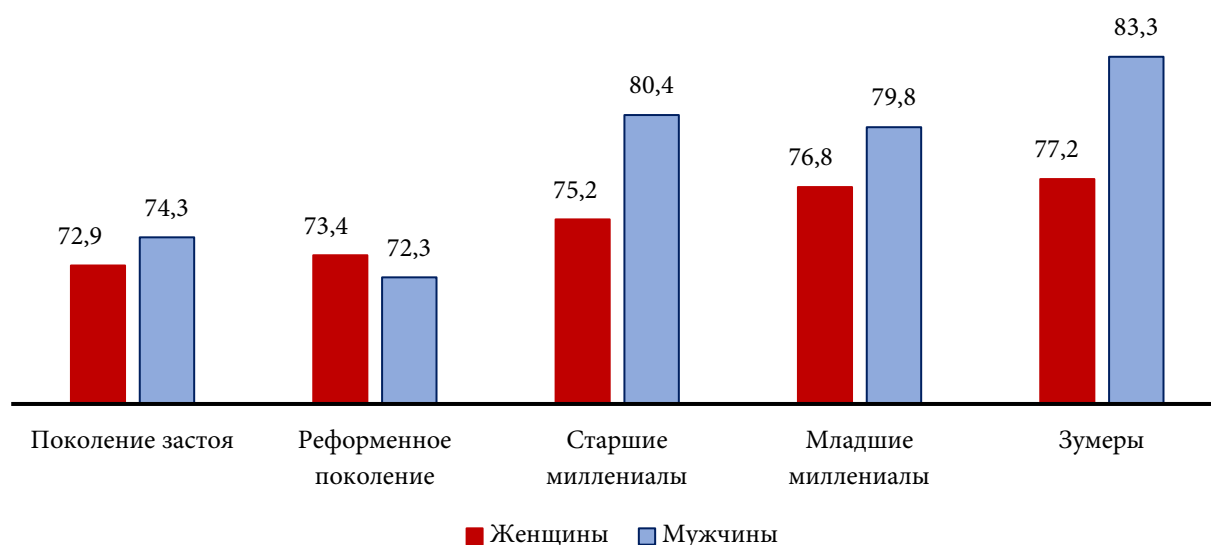


Рис. 6. Доля мужчин и женщин, которым компьютерные и видеоигры помогают развлечься и отдохнуть, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров, 18+), $N = 3096$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Еще один позитивный эффект от видеоигр заключается в том, что геймерство стимулирует *интерес к получению знаний и навыков* в области цифровых технологий [5]. Однако, помимо указанных позитивных следствий, растущая вовлеченность в видеоигры может приводить к игровой зависимости, которую далее и рассмотрим.

Мужчины проявляют игровую зависимость в 2 раза чаще женщин

Вместе с расширением возможностей у пользователей неизбежно возникли новые цифровые риски [45]. Увлеченность компьютерными и видеоиграми способна перерасти в игроманию, порождая особую форму зависимости и психических расстройств. Всемирная организация здравоохранения в 2019 г. официально включила зависимость от видеоигр в перечень заболеваний, это решение вступило в силу с 1 января 2022 г. Было определено, что игровая зависимость (игровое расстройство) может быть непрерывной, эпизодической и повторяющейся. Она характеризуется постоянным или периодическим нарушением способности контролировать частоту или длительность времени, проводимого за видеоиграми в Интернете и офлайн, что приводит в том числе к изменению приоритетов в повседневной деятельности и жизненных интересов в пользу игр, даже при возникновении негативных последствий. Министерство здравоохранения России также готовится к официальному признанию патологического влечения к азартным играм психическим расстройством, и тогда игровая зависимость будет включена в раздел психических и поведенческих нарушений.

В Китае игровая зависимость официально признана болезнью еще в 2008 г. Для ее лечения была разработана специальная программа, которая включает, кроме запрета доступа в Интернет, изоляцию от общества и психотропные препараты. А с 1 сентября 2021 г. вступило в силу новое правило, в соответствии с которым китайские школьники могут играть (кроме праздничных дней) только по одному часу с 20:00 до 21:00 в пятницу, субботу и воскресенье. Контролировать время обязаны игровые компании. Есть вероятность, что примеру Китая последуют другие страны, вводя ограничения на время в онлайн-играх для детей хотя бы на уровне рекомендаций. В России, например, Минпросвещения предлагало запретить школьникам играть в компьютерные игры больше двух часов в неделю, но законодательное решение не было принято.

Обратимся к российским опросным данным, оговорив, что вопросы об игровой зависимости адресовались не всем, а только тем, кто играет в подобные игры (в 2023 г. — 29% ответивших). Первый вопрос касался *неспособности оторваться от компьютерных или видеоигр*. По данному показателю доля зависимых по всей выборке находилась на уровне 12% у женщин и 24% у мужчин, а в целом игровую зависимость испытывал каждый пятый (19%)¹³. При этом она неравномерно, но возрастала с каждым более молодым поколением от поколения застоя к зумерам с 13 до 27% (в том числе с 9 до 17% у женщин и с 20 до 34% у мужчин) (рис. 7).

¹³ Это близко к результатам, полученным НАФИ, в соответствии с которыми четверть российских геймеров (24%) в 2022 г. признавали, что им сложно контролировать время на видеоигры. В большей степени это касалось молодежи в возрасте 18–24 лет. В данной группе 38% геймеров признавались, что им сложно бывает остановиться, когда они играют в видеоигры [5].

Заметим, что буквально в каждом поколении мужчины проявляют игровую зависимость ровно в 2 раза чаще, чем женщины. При этом у женщин рост от поколения к поколению относительно равномерный, а у мужчин он произошел в основном у младших миллениалов и зумеров — с 20–21 до 34%, именно в самых молодых поколениях доля зависимых стала возрастать быстрее.

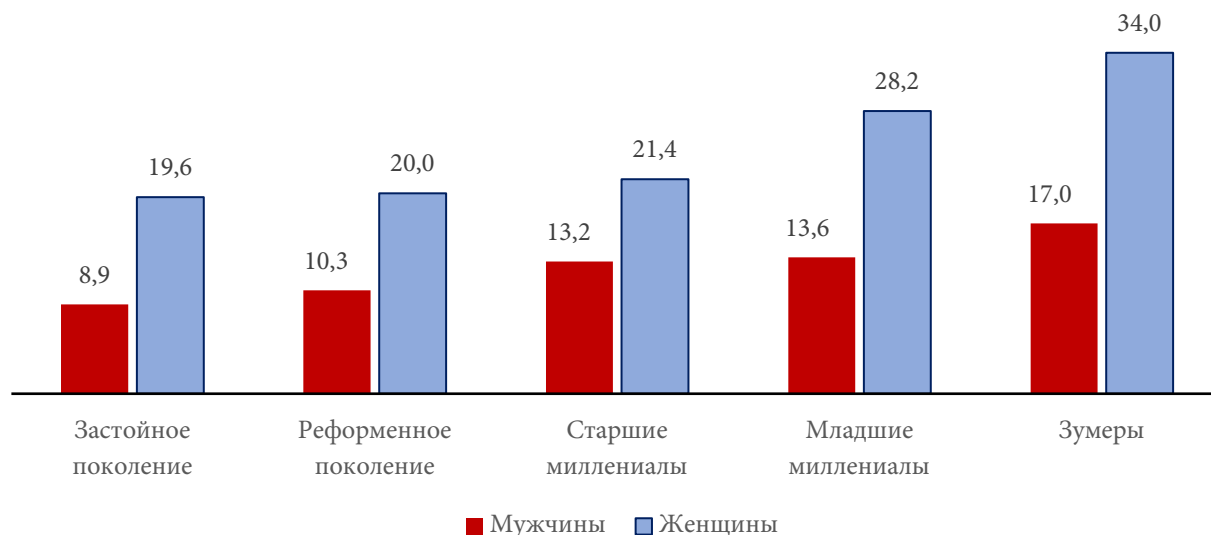


Рис. 7. Доля мужчин и женщин, часто не способных оторваться от компьютерных или видеоигр, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров), $N = 3097$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Компьютерные и видеоигры иногда могут вызывать у геймеров *негативные эмоции*. Отвечая на соответствующий вопрос, на это в 2023 г. пожаловался каждый шестой респондент (16% во всей выборке), в том числе 14% женщин и 18% мужчин. От поколения застоя к зумерам данная доля устойчиво возрастает с 12 до 25%, то есть видеоигры вызывают негативные эмоции у каждого четвертого зумера (включая и женщин, и мужчин) (рис. 8). Гендерные различия в пользу мужчин возникают в отдельных поколениях, но у зумеров они окончательно схлопываются.

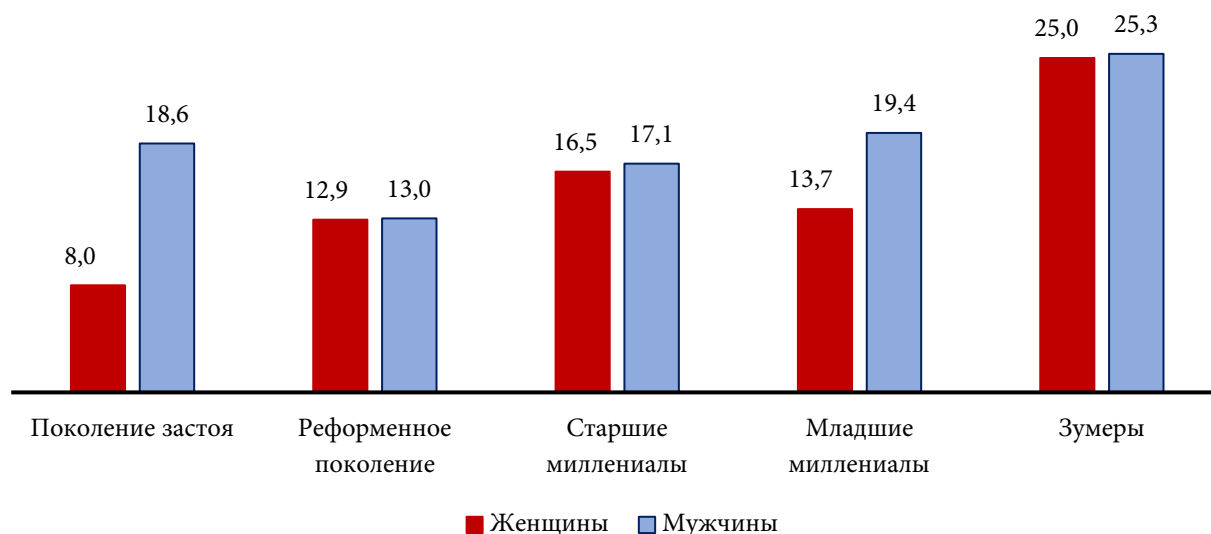


Рис. 8. Доля мужчин и женщин, у которых компьютерные или видеоигры вызывают негативные эмоции, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров, 18+), $N = 3067$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Еще одним важным индикатором выступает *внешняя оценка игровой зависимости* — ситуация, когда окружающие считают, что респонденту следует меньше играть в видеоигры. В 2023 г. в подобной ситуации себя обнаружили 14% взрослых респондентов, включая 7% женщин и 19% мужчин. По поколениям эта доля в целом возрастает с 9% в поколении застоя до 22% у зумеров. Но у мужчин заметный рост произошел лишь у младших миллениалов и зумеров, а у женщин — только у зумеров. И во всех поколениях по данному показателю мужчины опережают женщин в 2,5–3 раза (рис. 9). Иными словами, и по мнению окружающих, мужчины более подвержены игровой зависимости.

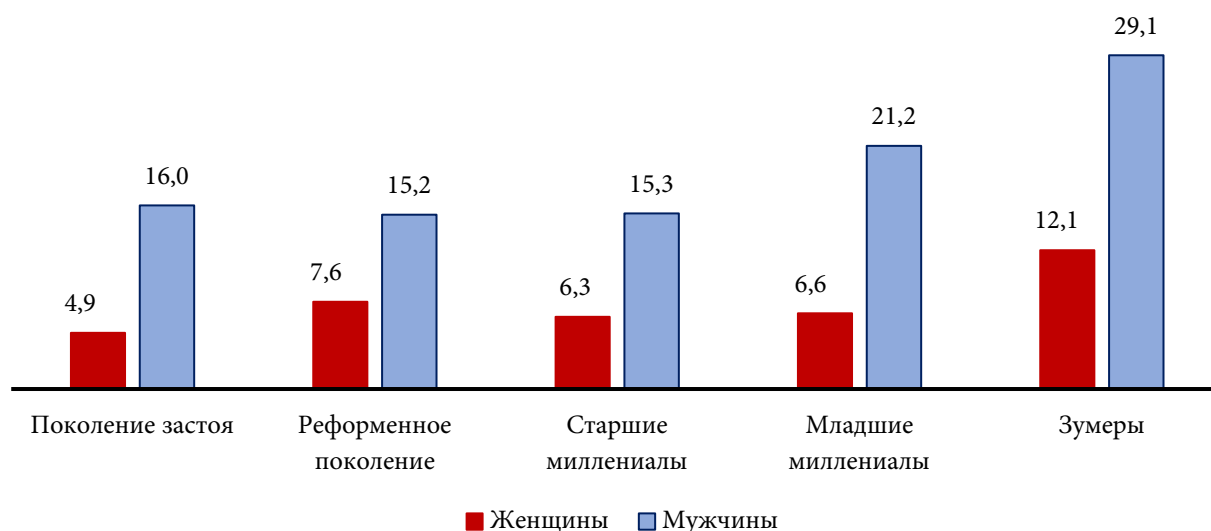


Рис. 9. Доля мужчин и женщин, которым следует меньше играть в компьютерные или видеоигры, по мнению окружающих, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров, 18+), N = 3050

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Еще один способ выявить элементы игровой зависимости применен с помощью вопроса о *попытках прекратить играть в компьютерные или видеоигры*. Пытались покончить с играми в 2023 г. лишь 8% геймеров, причем в равной мере женщины и мужчины (мы не знаем, хотели ли они окончательно бросить или устроить временный игровой детокс). В любом случае выраженных гендерных различий здесь не наблюдается. Мужчины играют чаще и больше подвержены игромании, но пробуют прекратить играть не чаще, чем это делают женщины. Это означает, что большинство игроков-мужчин бросить играть даже и не пытаются. И по поколениям в 2023 г. различия тоже несущественны, за исключением некоего скачка у зумеров — с 5 до 10% среди женщин и с 8 до 11% среди мужчин (рис. 10).

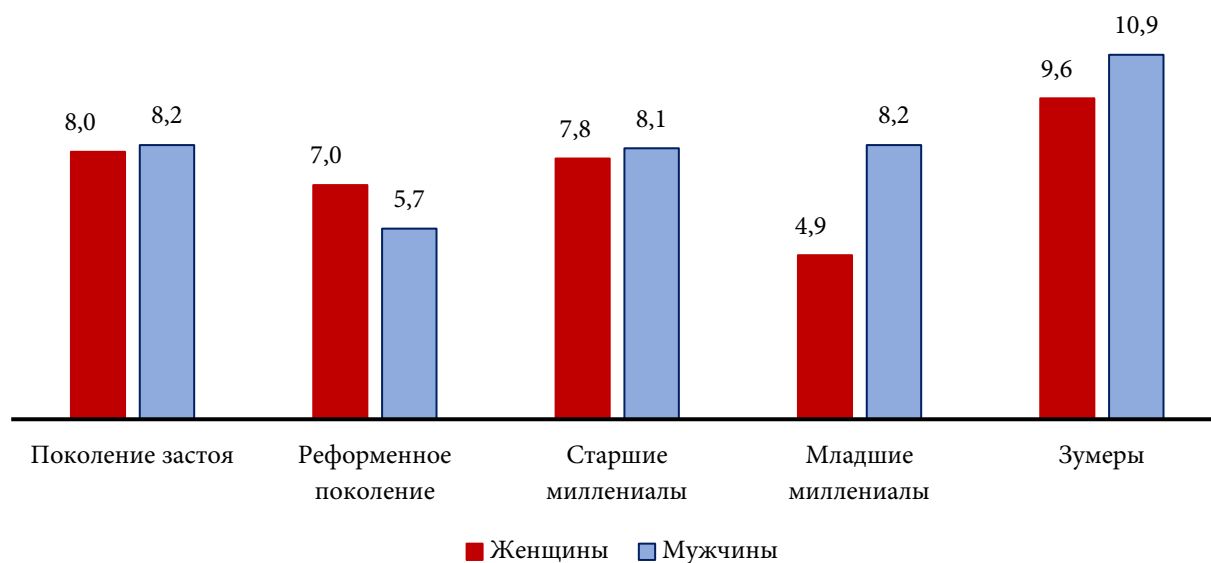


Рис. 10. Доля мужчин и женщин, пытавшихся прекратить играть в компьютерные или видеоигры, по поколениям, в 2023 г. (% геймеров, 18+), $N = 3083$

Источник: РМЭЗ НИУ ВШЭ.

Основные факторы вовлеченности в видеоигры и игровой зависимости (результаты регрессионного анализа)

Результаты регрессионного анализа подтверждают значимое влияние межпоколенческих различий на вовлеченность в компьютерные и видеоигры, а также на готовность тратить на них деньги (кроме оплаты подписок). Чем моложе поколение, тем больше в нем доля геймеров. Но это не касается интенсивной вовлеченности, связанной с ежедневной игрой, — у миллениалов эта доля даже несколько снижается.

Для всех независимо от поколений главная причина вовлеченности в видеоигры — они помогают развлечься и отдохнуть. Но, кроме этого, для более молодых геймеров важно, что благодаря видеоиграм они чаще общаются с друзьями.

Помимо вовлеченности в видеоигры, миллениалы и зумеры чаще своих предшественников испытывают игровую зависимость, обнаруживая неспособность оторваться от видеоигр, и порожаемые играми негативные эмоции. Окружающие чаще советуют им меньше играть, но реально прекратить подобные занятия они пытаются не чаще, чем старшие поколения.

Мужчины вовлечены в игровые практики чаще и интенсивнее женщин, включая расходование денег на видеоигры. Для них геймерство более важно и как средство развлечения, и как способ общения с друзьями. Также более высокая доля мужчин поддается игромании, они признаются, что не способны оторваться от видеоигр. Мужчинам также чаще, чем женщинам, советуют играть поменьше.

Респонденты с высшим образованием и обучающиеся студенты, имеющие оплачиваемую занятость и состоящие в браке, реже занимаются видеоиграми (в том числе ежедневно) и реже подвержены игровой зависимости. Видимо,

у них есть другие занятия, не позволяющие им слишком увлекаться видеоиграми. А состоящие в браке, имеющие больше семейных обязанностей, чаще пытаются прекратить играть вовсе.

С уровнем душевого дохода никаких значимых связей не обнаружено. Что же касается типа поселения, то сельские жители ожидаемо меньше вовлечены в видеоигры и реже рассматривают их как средство отдыха и развлечения, но этим значимые связи фактически ограничиваются.

Регрессионные коэффициенты представлены в таблицах 1П–2П в Приложении (URL: <https://journal-socjournal.ru/index.php/socjour/article/view/9562/9374>).

Связаны ли между собой разные формы зависимости

В заключение проверим нашу третью гипотезу и определим, связаны ли как-то между собой разные формы зависимости, рассмотрев три альтернативы: одна зависимость сопровождает другую (comorbidity); одна зависимость замещает и вытесняет другую (substitution); избавление от одной зависимости способствует избавлению от другой зависимости (concurrent recovery) [36].

Мы собираемся проверить эти предположения на двух важных примерах. Известно, что с середины 2010-х годов в России наблюдался тренд к снижению потребления алкоголя и по доле пьющих, и по среднему объему потребления. Причем было установлено, что важным фактором данного тренда стало уменьшение потребления алкоголя молодыми поколениями [43; 44]. Правомерно предположить, что это снижение могло замещаться у молодежи другими формами зависимости, например геймерством, тем более что в предшествующих исследованиях устанавливались сходные симптомы алкогольной и игровой зависимостей при одновременном сохранении многих различий [35]. А в некоторых исследованиях фиксировалась обратная связь между игровой зависимостью и чрезмерным потреблением алкоголя, которая может трактоваться в пользу их взаимного замещения [29]. Добавим к алкоголю еще одну форму зависимости, связанную с курением, обратив внимание на то, что доля курящих в последние годы в России также демонстрирует тенденцию к сокращению, что подтверждается и данными Росстата, и опросными данными.

Для эмпирической проверки этих предположений на данных РМЭЗ НИУ ВШЭ мы отобрали две группы переменных, с одной стороны, характеризующих потребление алкоголя и курение, а с другой — выражающих разные аспекты игровой зависимости. Первая группа переменных включала:

- сам факт (не)потребления алкоголя за последние 30 дней;
- объем такого потребления;
- опыт чрезмерного потребления алкоголя;
- курение в настоящее время.

С помощью второй группы переменных выделялись респонденты, которые:

- играют в компьютерные или видеоигры;
- играют в эти игры практически ежедневно;

- не способны оторваться от компьютерных или видеоигр;
- испытывают негативные эмоции от компьютерных или видеоигр;
- пытаются прекратить играть в компьютерные или видеоигры.

В результате, по данным 2023 г., обнаружены прямые значимые связи между потреблением алкоголя, курением и самим фактом вовлеченности в видеоигры. При этом с интенсивной (ежедневной) вовлеченностью связано только чрезмерное потребление алкоголя. А с проявлениями игровой зависимости в виде неспособности оторваться от видеоигр или попыток прекратить играть вовсе потребление алкоголя и курение не связаны. Правда, обнаружена значимая связь с испытанием негативных эмоций от видеоигр. Но даже при значимых связях уровень коэффициентов корреляции остается низким (табл. 3).

Можно заключить, что в данном случае новые формы игровой зависимости, связанные с использованием цифровых технологий, не замещают потребление алкоголя и курение, но, скорее, сопровождают друг друга или существуют параллельно. Это приводит к выводу: число зависимостей не убывает, а, скорее, множится, и наша третья гипотеза, скорее, не отвергается.

Таблица 3

Связи между потреблением алкоголя, курением и игровой зависимостью в 2023 г.
(непараметрические коэффициенты корреляции Спирмена)

Индикаторы игровой зависимости	Потребление алкоголя			Курят в настоящее время
	Пили алкоголь за 30 дней	Объем потребления алкоголя	Чрезмерные потребители алкоголя	
Играют в видеоигры	0,165***	0,181***	0,065***	0,141***
Играют в видеоигры практически ежедневно	0,002	0,004	0,049**	0,012
Не способны оторваться от видеоигр	–0,012	0,033	0,025	0,031
Испытывают негативные эмоции от видеоигр	0,034	0,047**	0,042*	0,040*
Пытаются прекратить играть в видеоигры	0,011	0,006	–0,021	0,020

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Социальные последствия вовлеченности в видеоигры

Подводя итоги и оценивая общее влияние видеоигр на состояние и поведение людей, вовлеченных в игровые практики, мы возвращаемся к понятию амбивалентности [37] и считаем это влияние неоднозначным и порождающим разнонаправленные тенденции. Несомненно, занятие видеоиграми приносит участникам определенную пользу, оттачивая самые разные навыки и развивая, помимо моторики, когнитивные и интеллектуальные функции, тренируя память

и способность концентрироваться, помогая удерживать внимание и стимулируя пространственное мышление. Приведенные выше эмпирические данные подтверждают важность видеоигр для общения, поскольку они обеспечивают больше социального взаимодействия и возможностей для социализации. Они помогают отдохнуть, снять накопленное напряжение, развлечься. Кроме того, видеоигры могут эффективно использоваться в образовательном процессе, предлагают дополнительные возможности для трудоустройства.

В то же время при интенсивной вовлеченности видеоигры могут отнимать большое количество времени от других занятий, в том числе от обучения, работы, живого общения с друзьями и иных форм досуга. При формировании же игровой зависимости могут появляться признаки физического и психологического неблагополучия, а также отстранения от реального мира, утраты полезных социальных навыков, замыкания в себе и стремления к затворничеству.

С одной стороны, виртуальные игровые миры предоставили много возможностей для самореализации. В видеоиграх есть выраженные соревновательные и исследовательские элементы, они развивают достигающую мотивацию. С другой стороны, в этих мирах желания удовлетворяются без необходимости идти на социальные и физические риски, что особенно важно для развития юношей [26]. При этом установлено, что игровая зависимость приносит лишь кратковременное удовлетворение, но не делает людей счастливыми, хотя нередко геймеры склонны отождествлять категории удовольствия и счастья [34].

Результаты исследований тоже оказываются противоречивыми. В одних установлена прямая линейная связь между временем, затрачиваемым на видеоигры, и наличием признаков игрового расстройства. Причем геймеры, подверженные игровым расстройствам, тратят на игры в среднем 35–40 ч в неделю [41]. В других исследованиях доказывается, что влияние времени, затрачиваемого на видеоигры, на благосостояние геймеров невелико [46].

Добавим, что в компьютерных и видеоиграх социальный успех достигается быстрее и легче, чем в реальной жизни, и здесь можно добиться высокого статуса, недоступного в обычном мире. Это порождает смещенные ожидания и грозит разочарованиями в будущем, может способствовать развитию аномии в терминах Э. Дюркгейма. Также повышаются риски оказаться объектом разного рода манипуляций и финансового мошенничества.

В итоге, по данным НАФИ, в 2022 г. большинство опрошенных россиян считали, что видеоигры приносят человеку больше вреда, чем пользы, полагая, что увлечение видеоиграми:

- наносит вред здоровью (72%);
- мешает обучению школьников (71%);
- ведет к утрате навыков реального общения (63%).

При этом заметим, что сами геймеры оценивали эффект от видеоигр более позитивно, нежели те, кто ими не увлекается [5]¹⁴.

¹⁴ По данным более позднего опроса НАФИ, в 2025 г. считали, что видеоигры развивают полезные навыки, 62% россиян, повышают целеустремленность — 60%, помогают снять стресс — 61%. Но при этом риски зависимости отмечали 55% россиян, вред здоровью — 52% и негативное влияние на успеваемость детей — 56% [6].

Еще один важный сюжет связан с оценкой влияния агрессивных видеоигр на рост насилия среди подростков и молодых взрослых в реальном мире. Дебаты по этому поводу продолжаются не одно десятилетие и активно поддерживаются в медиа. Результаты научных исследований при этом тоже выглядят противоречивыми. С одной стороны, утверждается, что влияние игр на фактическое насилие стремится к нулю [30]. С другой стороны, говорится, что занятия видеоиграми все же усиливают агрессивность поведения, хотя это влияние и невелико [39]. Прослеживается также зависимость от характера видеоигр. Например, на основе метаисследований утверждалось, что видеоигры, сопряженные с насилием, усиливают агрессивные наклонности и ослабляют просоциальное поведение, а просоциальные игры, где целью является поддержка других игровых персонажей, производят обратный эффект [33].

В 2010-е годы обсуждение агрессивной стороны видеоигр стало предметом моральных паник и в российских медиа, где в сильной степени преобладали мифологизированные представления. И по сей день распространены суждения о том, что агрессивные видеоигры размывают грани между виртуальными и реальными преступлениями, притупляют эмоции и провоцируют насильственное поведение [22]. Мнения российского населения на этот счет тоже расходятся. По данным НАФИ, в 2022 г. 54% россиян думали, что видеоигры делают людей более жестокими и агрессивными в повседневной жизни, а 46% опрошенных, наоборот, считали, что видеоигры позволяют людям выплеснуть агрессию, снять стресс, и это делает их в повседневной жизни добрее, спокойнее [5]. Надежных исследований здесь пока явно не хватает, поэтому следует воздержаться от поспешных выводов.

Основные выводы

Цифровые технологии во взаимодействии с людьми порождают фундаментальную двойственность, или амбивалентность, одновременно давая начало прямо противоположным трендам [3; 37], что подтверждается и полученными нами данными. Эти технологии открывают новые потенциальные возможности, но в то же время приводят к отказу от множества альтернатив в случае возникновения зависимостей. Разработчики также активно задействовали техники провоцирования зависимости, заимствованные из игровой индустрии [28].

Поколения россиян имели разные возможности доступа к цифровым технологиям в свои формативные годы. Многие пользовательские цифровые технологии появились в России в доступе для населения еще в 1990-е годы, в период взросления реформенного поколения. Но представители этой последней советской поколенческой когорты еще не могли ими воспользоваться в полной мере в силу труднодоступности и дороговизны соответствующих гаджетов (компьютеров, игровых приставок). Старшим миллениалам в период их взросления в 2000-е годы досталось заметно больше — здесь произошла широкая вовлеченность четверти населения в использование персональных компьютеров и видеоигр [18].

Вовлеченность в компьютерные и видеоигры от поколения к поколению устойчиво возрастает. И если в поколении застоя к 2023 г. играл каждый пятый, то у зумеров — каждый второй. Хотя после всплеска игровой активности в период пандемии доля геймеров в молодых поколениях несколько снизилась.

В видеоигры почти вдвое чаще вовлечены мужчины, в отличие от социальных сетей, где более активными пользователями являются женщины [20]. При этом у мужчин с каждым новым поколением стабильно добавлялось в среднем по 10 п.п. новых геймеров, и уже у младших миллениалов возникла массовая вовлеченность в видеоигры.

Играли в видеоигры практически ежедневно более четверти геймеров. Явного межпоколенческого тренда в данном случае не наблюдается, кроме резкого роста вовлеченности у юношей-зумеров. Платят за свои игровые увлечения (кроме приобретения оборудования) пока немногие, но у зумеров это делает уже каждый десятый. При этом ощутимый рост доли плательщиков начался со старших миллениалов (советские поколения, видимо, платить за игры так и не привыкли). Добавим, что доля игроков-мужчин, берущих на себя такие расходы, во всех поколениях в 2 раза и более превышает долю игроков-женщин.

Вовлеченность в видеоигры приводит к некоторым позитивным последствиям. Каждый четвертый респондент благодаря видеоиграм общается с друзьями. Причем важность подобного общения утраивается от поколения застоя к зумерам, приближаясь к половине опрошенных. И начиная с реформенного поколения общение, связанное с видеоиграми, значительно важнее именно для мужчин — их доля в 2–2,5 раза выше, чем у женщин. Однако главная причина пристрастия к видеоиграм заключается в том, что они помогают многим развлечься и отдохнуть. На этот фактор указывают более трех четвертей всех геймеров, а среди молодых — еще чаще. И начиная со старших миллениалов эта причина становится более важной для мужчин, чем для женщин.

Увлеченность видеоиграми способна перерасти в игроманию, порождая особую форму зависимости и психических расстройств, которая официально включена ВОЗ с 2022 г. в перечень заболеваний. Игровая зависимость проявляется в неспособности оторваться от видеоигр, которую испытывает, по нашим данным, каждый пятый геймер, причем в каждом поколении мужчины в 2 раза чаще, чем женщины. При этом у мужчин самый значимый рост произошел у младших миллениалов и зумеров.

Видеоигры вызывают негативные эмоции у каждого шестого геймера. От поколения застоя к зумерам эта доля удваивается, и негативные эмоции вызываются у каждого четвертого зумера (включая и женщин, и мужчин). Еще одним индикатором выступает внешняя оценка игровой зависимости, когда окружающие считают, что респонденту следует меньше играть в видеоигры. В этом признался каждый седьмой опрошенный геймер. Самый заметный рост произошел у младших миллениалов и зумеров. И во всех поколениях по данному показателю мужчины опережают женщин в 2,5–3 раза — по мнению окружающих, мужчины более подвержены игровой зависимости.

Лишь меньшинство геймеров пытаются прекратить играть в видеоигры (в 2023 г. — менее десятой доли женщин и мужчин). Мужчины больше подвержены игромании, но большинство из них бросить играть не пытаются. И по поколениям здесь различия несущественны, за исключением некоторого скачка у зумеров.

Можно заключить, что вовлеченность в гейминг нередко сопровождается зависимостью, и это заметно чаще происходит у представителей более молодых поколений, причем полученные выводы по России подтверждаются доступными результатами других российских опросов [5; 7], а также зарубежными исследованиями Pew Research Center [32]. Игромания не замещает потребление алкоголя и курение, в итоге число зависимостей не убывает, а, скорее, увеличивается. В целом рассмотренные нами двойственные эффекты распространения видеоигр заслуживают более пристального внимания.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Радаев Вадим Валерьевич — доктор экономических наук, профессор, заведующий Лабораторией экономико-социологических исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ).
Телефон: +7 (495) 628-48-86. Электронная почта: radaev@hse.ru SPIN-код: 2142-2173

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 78–107. DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.3.4

Research Article

VADIM V. RADAEV¹

¹ HSE University.

Office G314, 11, Pokrovsky blvd, 109028, Moscow, Russian Federation.

WHO IS MORE INVOLVED IN VIDEOGAMES AND SUFFERS FROM GAMING ADDICTION?

Abstract. This paper explores the history of the emergence and proliferation of videogames in Russia. Through the lens of intergenerational analysis, based on representative quantitative data, it examines the growth of Russian peoples' engagement with video gaming, as well as the increasing addiction of Russian people to gaming. The primary data source is the Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS–HSE) conducted by the HSE University for the year 2023. The dataset includes 13,345 respondents aged 18 and older, comprised of 41% men and 59% women. In addition to comparing prevalence of use among generations, logistic regression analysis is applied with indicators of engagement and addiction to video gaming as dependent variables. The results show that intergenerational differences (often confounded by age effects) significantly influence key indicators of gaming engagement, including excessive engagement. Addiction to gaming also occurs significantly more frequently among younger generations. A markedly higher level of engagement is observed among men. However, with the transition to the youngest cohort of “Zoomers”, gender-based differences often diminish.

Keywords: digital technologies; video gaming; addiction; generations; population surveys; Russia.

For citation: Radaev, V.V. Who is More Involved in Videogames and Suffers from Gaming Addiction? *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 78–107. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.4

Acknowledgements. This work was conducted at the Laboratory for Studies in Economic Sociology (LSES). The author used the results of the research project MS-2026-105 carried out in the National Research University Higher School of Economics (HSE University). We thank an anonymous reviewer, Lilia Kouzina, Maria Nagernyak, and Ekaterina Streltsova as well as all participants of the LSES seminar for useful comments on the manuscript of this paper.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vadim V. Radaev — Doctor of Economics, Professor, Head of the Laboratory for Studies in Economic Sociology, HSE University. **Phone:** +7 (495) 628-48-86. **Email:** radaev@hse.ru ORCID: 0000-0003-0152-1396 ResearchID: F-8501-2014

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Анализ рынка видеоигр в мире и России. М.: Strategy Partners, 2024. — 60 с. [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: <https://ict.moscow/analytics/analiz-rynka-videoigr-v-mire-i-rossii/>
Analysis of the Gaming Market in the World and in Russia. Moscow: Strategy Partners publ., 2024. 60 p. Accessed 30.06.2026. URL: <https://ict.moscow/analytics/analiz-rynka-videoigr-v-mire-i-rossii/> (In Russ.)

2. Варламова Ю.А. Межпоколенческий цифровой разрыв в России // Мир России. 2022. Т. 31. № 2. С. 51–74. DOI: [10.17323/1811-038X-2022-31-2-51-74](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-2-51-74) EDN: [LMITQU](https://elibrary.ru/LMITQU)
Varlamova Yu.A. The Intergenerational Digital Divide in Russia. *Mir Rossii*. 2022. Vol. 31. No. 2. P. 51–74. DOI: [10.17323/1811-038X-2022-31-2-51-74](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2022-31-2-51-74) (In Russ.)
3. Варуфакис Я. Технофеодализм: что убило капитализм. М.: Ад Маргинем Пресс, 2025. — 304 с.
Varoufakis Y. *Technofeudalism: What Killed Capitalism*. Moscow: Ad Marginem Press publ., 2025. 304 p. (In Russ.)
4. Воронина Н.С. Гендерный аспект цифрового неравенства в России: результаты эмпирического анализа // Мир России. 2023. Т. 32. № 3. С. 52–74. DOI: [10.17323/1811-038X-2023-32-3-52-74](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-3-52-74) EDN: [CGOUIH](https://elibrary.ru/CGOUIH)
Voronina N.S. The Gender Aspect of the Digital Divide in Russia: Findings from an Empirical Study. *Mir Rossii*. 2023. Vol. 32. No. 3. P. 52–74. DOI: [10.17323/1811-038X-2023-32-3-52-74](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-3-52-74) (In Russ.)
5. Гейминг в России — 2022. Социальные и экономические эффекты // НАФИ. 2022 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/>
Gaming in Russia — 2022. Social and Economic Effects. *NAFI*. 2022. Accessed 30.06.2026. URL: <https://nafi.ru/projects/it-i-telekom/geyming-v-rossii-2022-sotsialnye-i-ekonomicheskie-effekty/> (In Russ.)
6. Гейминг в России в 2026 г. // НАФИ. 2026 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: <https://ict.moscow/static/pdf/files/0346da1c-c18f-5966-bce1-05e6e4f65731.pdf>
Gaming in Russia in 2026. *NAFI*. 2026. Accessed 30.06.2026. URL: <https://ict.moscow/static/pdf/files/0346da1c-c18f-5966-bce1-05e6e4f65731.pdf> (In Russ.)
7. Гейминг по-русски // ВЦИОМ. 2024 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki>
Russian-style gaming. *VCIOM*. 2024. Accessed 30.06.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/geiming-po-russki> (In Russ.)
8. Давыдов С.Г., Немудрова Т.А. Опыт сегментирования российской аудитории геймеров // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2011. № 32. С. 104–123. EDN: [OJIOLOX](https://elibrary.ru/OJIOLOX)
Davydov S.G., Nemudrova T.A. Segmentation Experience of the Russian Audience of Gamers. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie*. 2011. No. 32. P. 104–123 (In Russ.)
9. Зубофф Ш. Надзорный капитализм или демократия? / Пер. с англ. А. Смирнова. М.: Изд-во Института Гайдара, 2025. — 360 с.
Zuboff S. *Surveillance Capitalism or Democracy?* Transl. from Eng. by A. Smirnov. Moscow: Gaidar Institute Publishing House publ., 2025. 360 p. (In Russ.)
10. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти / Пер. с англ. А.Ф. Васильева; Под ред. Я. Охонько и А. Смирнова. М.: Изд-во Института Гайдара, 2022. — 1073 с.
Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. Transl. from Eng. by A.F. Vasiliev; Ed. by Ya. Okhonko and A. Smirnov. Moscow: Gaidar Institute Publishing House, 2022. 1073 p. (In Russ.)

11. Игры поколения онлайн // Ромир мониторинг. 2006 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: <https://www.sostav.ru/news/2006/06/19/r10/>
Games of the Generation Online. *Romir Monitoring*. 2006. Accessed 30.06.2026. URL: <https://www.sostav.ru/news/2006/06/19/r10/> (In Russ.)
12. Мобильные игры в России // Медиаскоп. 2022 [электронный ресурс]. Дата обращения 30.06.2026. URL: https://mediascope.net/library/presentations/Mobile%20games%20audience%20in%20Russia_Mediascope.pdf
Mobile games in Russia. *Mediascope*. 2022. Accessed 30.06.2026. URL: https://mediascope.net/library/presentations/Mobile%20games%20audience%20in%20Russia_Mediascope.pdf (In Russ.)
13. Новгородов Е.А. Видеоигры в российских федеральных СМИ: трансформация дискурса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 4. С. 120–137 DOI: [10.14515/monitoring.2025.4.2888](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2888) EDN: ZZQQRD
Novgorodov E.A. Video Games in Russian Federal Media: Discourse Transformation. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskiye i sotsial'nye peremeny*. 2025. No. 4. P. 120–137. DOI: [10.14515/monitoring.2025.4.2888](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.4.2888) (In Russ.)
14. Радаев В.В. Вовлеченность в использование гаджетов и новые формы зависимости: межпоколенческий анализ // Журнал социологии и социальной антропологии. 2025. № 4. С. 80–126. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.4.5](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.4.5) EDN: KFJQOO
Radaev V.V. Engagement in the Use of Gadgets and New Forms of Addiction: Intergenerational Analysis. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*. 2025. No. 4. P. 80–126. DOI: [10.31119/jssa.2025.28.4.5](https://doi.org/10.31119/jssa.2025.28.4.5) (In Russ.)
15. Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. 4-е изд., перераб. и дополн. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2025. — 296 с. DOI: [10.17323/978-5-7598-4330-6](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4330-6) EDN: VAKYUQ
Radaev V.V. *Millennials: How Russian Society Is Being Changed*. 4th ed. Moscow: HSE University Publishing House, 2025. 296 p. DOI: [10.17323/978-5-7598-4330-6](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4330-6) (In Russ.)
16. Радаев В.В. Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33. DOI: [10.7868/S0132162518030029](https://doi.org/10.7868/S0132162518030029) EDN: YVQXQU
Radaev V.V. Millennials Compared to Previous Generations: An Empirical Analysis. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 2018. No. 3. P. 15–33. DOI: [10.7868/S0132162518030029](https://doi.org/10.7868/S0132162518030029) (In Russ.)
17. Радаев В.В. Нестандартное потребление. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2025. — 216 с. DOI: [10.17323/978-5-7598-4131-9](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4131-9) EDN: PFROVD
Radaev V.V. *Nonstandard Consumption*. Moscow: HSE University Publishing House, 2025. 216 p. DOI: [10.17323/978-5-7598-4131-9](https://doi.org/10.17323/978-5-7598-4131-9) (In Russ.)
18. Радаев В.В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Первая часть) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 3. С. 30–63. DOI: [10.19181/socjour.2020.26.3.7395](https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.3.7395) EDN: PCGGMH
Radaev V.V. The Divide among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications (Part One). *Sotsiologicheskiy Zhurnal = Sociological Journal*. 2020. Vol. 26. No. 3. P. 30–63. DOI: [10.19181/socjour.2020.26.3.7395](https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.3.7395) (In Russ.)
19. Радаев В.В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Окончание) // Социологический журнал. 2020. Т. 26. № 4. С. 31–60. DOI: [10.19181/socjour.2020.26.4.7641](https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.4.7641) EDN: VIOCXX

- Radaev V.V. The Divide among the Millennial Generation: Historical and Empirical Justifications (Part Two). *Sotsiologicheskii Zhurnal* = *Sociological Journal*. 2020. Vol. 26. No. 4. P. 31–60. DOI: [10.19181/socjour.2020.26.4.7641](https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.4.7641) (In Russ.)
20. Радаев В.В. Растущая вовлеченность в социальные сети и зависимость их пользователей в молодых поколенческих группах // Социологическая наука и социальная практика. Т. 13. № 4. С. 127–158. DOI: [10.19181/snsp.2025.13.4.6](https://doi.org/10.19181/snsp.2025.13.4.6) EDN: [JULBYD](https://www.edn.ru/JULBYD)
- Radaev V.V. Increasing Engagement in Social Media and Addiction of Users from Younger Generational Cohorts. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*. 2025. Vol. 13. No. 4. P. 127–158. DOI: [10.19181/snsp.2025.13.4.6](https://doi.org/10.19181/snsp.2025.13.4.6) (In Russ.)
21. Рощина Я.М., Хазанович А.О. Участие россиян в видеоиграх и его взаимосвязь с образом жизни и здоровьем // Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE) / Отв. ред.: П.М. Козырева. Вып. 14. М.: НИУ ВШЭ, 2024. С. 164–178. DOI: [10.19181/rlms-hse.2024.6](https://doi.org/10.19181/rlms-hse.2024.6) EDN: [ALQHTF](https://www.edn.ru/ALQHTF)
- Roshchina Ya.M., Khazanovich A.O. The Prevalence of Gaming and its Impact on Lifestyle and Health in Russia. *Bulletin of the Russian Longitudinal Monitoring Survey (RLMS-HSE)*. Ed. by P.M. Kozyreva. No. 14. Moscow: HSE University publ., 2024. P. 164–178. DOI: [10.19181/rlms-hse.2024.6](https://doi.org/10.19181/rlms-hse.2024.6) (In Russ.)
22. Соколов Е.С. Игры, которые нас убивают: видеоигры и насилие в дискурсе российской печатной прессы // Социология власти. 2020. Т. 32. № 3. С. 165–188. DOI: [10.22394/2074-0492-2020-3-165-188](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2020-3-165-188) EDN: [GMFQXD](https://www.edn.ru/GMFQXD)
- Sokolov E.S. Games That Kill us: Video Games and Violence in the Russian Printed Media Discourse. *Sotsiologiya vlasti*. 2020. Vol. 32. No. 3. P. 165–188. DOI: [10.22394/2074-0492-2020-3-165-188](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2020-3-165-188) (In Russ.)
23. Соколов М.М. Поколения вместо классов? Возраст и потребительская революция в России // Социология власти. 2019. Т. 31. № 1. С. 71–91. DOI: [10.22394/2074-0492-2019-1-71-919](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2019-1-71-919) EDN: [ZDDCZN](https://www.edn.ru/ZDDCZN)
- Sokolov M.M. Generations instead of Classes? Age and Consumer Revolution in Russia. *Sotsiologiya vlasti*. 2019. Vol. 31. No. 1. P. 71–91. DOI: [10.22394/2074-0492-2019-1-71-919](https://doi.org/10.22394/2074-0492-2019-1-71-919) (In Russ.)
24. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Чрезмерное использование интернета: факторы и признаки // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 4. С. 79–88. EDN: [PHEPGL](https://www.edn.ru/PHEPGL)
- Soldatova G.U., Rasskazova E.I. Excessive Use of the Internet: Signs and Factors. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2013. Vol. 34. No. 4. P. 79–88. (In Russ.)
25. Старк Д., Паус И. Алгоритмическое управление в экономике платформ // Экономическая социология. 2021. Т. 22. № 3. С. 71–103. DOI: [10.17323/1726-3247-2021-3-71-103](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-3-71-103) EDN: [CKZV NK](https://www.edn.ru/CKZV NK)
- Stark D., Pais I. Algorithmic Management in the Platform Economy. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2021. Vol. 22. No. 3. P. 71–103. DOI: [10.17323/1726-3247-2021-3-71-103](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-3-71-103) (In Russ.)
26. Хайдт Дж. Тревожное поколение. Как Великое подключение детства вызывает эпидемию душевных болезней / Пер. с англ. В. Дегтярева. М.: Аст, 2025. — 432 с. DOI: [10.56315/PSCF9-25Haidt](https://doi.org/10.56315/PSCF9-25Haidt) EDN: [WMNJSR](https://www.edn.ru/WMNJSR)
- Haidt J. *The Anxious Generation. How the Great Rewiring of Childhood is Causing an Epidemic of Mental Illness*. Transl. from Eng. by V. Degtiariv. Moscow: Ast publ., 2025. 432 p. DOI: [10.56315/PSCF9-25Haidt](https://doi.org/10.56315/PSCF9-25Haidt) (In Russ.)

27. Ball C., Francis J., Huang K.-T., Kadylak T., Cotten S.R., Rikard R.V. The Physical–Digital Divide: Exploring the Social gap Between Digital Natives and Physical Natives. *Journal of Applied Gerontology*. 2019. Vol. 38. No. 8. P. 1167–1184. DOI: [10.1177/0733464817732518](https://doi.org/10.1177/0733464817732518)
28. Burrell J., Fourcade M. The Society of Algorithms. *Annual Review of Sociology*. 2021. Vol. 47. P. 213–237. DOI: [10.1146/annurev-soc-090820-020800](https://doi.org/10.1146/annurev-soc-090820-020800)
29. Erevik E.K., Torsheim T., Andreassen C.S., Krossbakken E., Vedaø Ø., Pallesen S. The Associations between Low-Level Gaming, High-Level Gaming and Problematic Alcohol Use. *Addictive Behaviors Reports*. 2019. Vol. 10. Article 100186. DOI: [10.1016/j.abrep.2019.100186](https://doi.org/10.1016/j.abrep.2019.100186)
30. Ferguson C.J. Aggressive Video Games Research Emerges from its Replication Crisis (Sort Of). *Current Opinion in Psychology*. 2020. Vol. 36. P. 1–6. DOI: [10.1016/j.copsyc.2020.01.002](https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.01.002)
31. Fosse E., Winship C. Analyzing Age-Period-Cohort Data: A Review and Critique. *Annual Review of Sociology*. 2019. Vol. 45. P. 467–492. DOI: [10.1146/annurev-soc-073018-022616](https://doi.org/10.1146/annurev-soc-073018-022616)
32. Gottfried J., Sidoti A. Teens and Video Games Today. *Pew Research Center*. 2024. Accessed 30.06.2026. URL: <https://www.pewresearch.org/?p=165467>
33. Greitemeyer T. The Dark and Bright Side of Video Game Consumption: Effect of Violent and Prosocial Video Games. *Current Opinion in Psychology*. 2022. Vol. 46. Article 101326. DOI: [10.1016/j.copsyc.2022.101326](https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101326)
34. Gros L., Dehue N., Lete J., van de Leemput C. Video Game Addiction and Emotional States: Possible Confusion Between Pleasure and Happiness? *Frontiers in Psychology*. 2020. Vol. 10. Article 2894. DOI: [10.3389/fpsyg.2019.02894](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02894)
35. Han J., Han D., Bolo N., Kim B., Kim B., Renshaw P. Differences in Functional Connectivity Between Alcohol Dependence and Internet Gaming Disorder. *Addictive Behaviors*. 2014. Vol. 41. P. 12–19. DOI: [10.1016/j.addbeh.2014.09.006](https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2014.09.006)
36. Kim H.S., McGrath D.S., Hodgins D.C. Addiction Substitution and Concurrent Recovery in Gambling Disorder: Who Substitutes and Why? *Journal of Behavioral Addictions*. 2023. Vol. 12. No. 3. P. 682–696. DOI: [10.1556/2006.2023.00046](https://doi.org/10.1556/2006.2023.00046)
37. Kotelnikova Z., Radaev V. Introduction. *The Ambivalence of Power in the Twenty-First Century Economy: Cases from Russia and beyond*. Ed. by V. Radaev, Z. Kotelnikova. L.: UCL Press, 2022. P. 1–11. DOI: [10.2307/j.ctv280b65x.9](https://doi.org/10.2307/j.ctv280b65x.9)
38. Laconi S., Rodgers R.F., Chabrol H. The Measurement of Internet Addiction: A Critical Review of Existing Scales and Their Psychometric Properties. *Computers in Human Behavior*. 2014. Vol. 41. P. 190–202. DOI: [10.1016/j.chb.2014.09.026](https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.09.026)
39. Mathur M.B., VanderWeele T.J. Finding Common Ground in Meta-Analysis “Wars” on Violent Video Games. *Perspectives on Psychological Science*. 2019. Vol. 14. No. 4. P. 705–708. DOI: [10.1177/1745691619850104](https://doi.org/10.1177/1745691619850104)
40. Meng S.-Q., Cheng J.-L., Li Y.-Y., et al. Global Prevalence of Digital Addiction in General Population: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Clinical Psychology Review*. 2022. Vol. 92. Article 102128. DOI: [10.1016/j.cpr.2022.102128](https://doi.org/10.1016/j.cpr.2022.102128)
41. Pontes H.M., Schivinski B., Kannen C., Montag C. The Interplay Between Time Spent Gaming and Disordered Gaming: A Large-Scale World-Wide Study. *Social Science and Medicine*. 2022. Vol. 296. Article 114721. DOI: [10.1016/j.socscimed.2022.114721](https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.114721)
42. Pontes H.M., Schivinski B., Sindermann C., Li M., Becker B., Zhou M., Montag C. Measurement and Conceptualization of Gaming Disorder According to the World Health Organization Framework: The Development of the Gaming Disorder Test. *International Journal of Mental Health and Addiction*. 2021. Vol. 19. P. 508–528. DOI: [10.1007/s11469-019-00088-z](https://doi.org/10.1007/s11469-019-00088-z)

43. Radaev V., Roshchina Ya., Salnikova D. The Decline in Alcohol Consumption in Russia from 2006 to 2017: Do Birth Cohorts Matter? *Alcohol and Alcoholism*. 2020. Vol. 55. No. 3. P. 323–335. DOI: [10.1093/alcalc/agaa017](https://doi.org/10.1093/alcalc/agaa017)
44. Radaev V., Roshchina Ya. Young Cohorts of Russians Drink Less: Age-Period-Cohort Modelling of Alcohol Use Prevalence, 1994–2016. *Addiction*. 2019. Vol. 114. No. 5. P. 823–835. DOI: [10.1111/add.14535](https://doi.org/10.1111/add.14535)
45. Sundberg L. Towards the Digital Risk Society: A Review. *Human Affairs*. 2024. Vol. 34. No. 1. P. 151–164. DOI: [10.1515/humaff-2023-0057](https://doi.org/10.1515/humaff-2023-0057)
46. Vuorre M., Johannes N., Magnusson K., Przybylski A. Time Spent Playing Video Games is Unlikely to Impact Well-Being. *Royal Society Open Science*. 2022. Vol. 9. Article 220411. DOI: [10.1098/rsos.220411](https://doi.org/10.1098/rsos.220411)
47. World Health Organization. ICD-11 Beta Draft: Gaming Disorder. Geneva: WHO, 2020. Accessed 30.06.2026. URL: <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/addictive-behaviours-gaming-disorder>

Статья поступила в редакцию: 18.05.2026; поступила после рецензирования и доработки: 26.06.2026; принята к публикации: 06.07.2026.

Received: 18.05.2026; revised after review: 26.06.2026; accepted for publication: 06.07.2026.

СОЦИОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.5
EDN: QZHUEJ

С.И. НЕИЗВЕСТНЫЙ¹

¹ Финансовый университет при Правительстве РФ.
109456, Москва, 4-й Вешняковский проезд, д. 4.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АКТИВНОГО ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС ВУЗОВ ПОСТСОВЕТСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация. В статье представлен анализ социальных проблем активного внедрения искусственного интеллекта (ИИ) в образовательный процесс вузов постсоветского пространства. Актуальность исследования определяется быстрым переходом ИИ из экспериментальной технологической ниши в повседневную учебную практику: студенты используют нейросети для поиска, перевода, конспектирования, программирования и подготовки письменных работ, а университеты вынуждены одновременно поддерживать инновации, академическую этику, защиту данных и равенство доступа. Цель статьи: проанализировать и систематизировать российские, постсоветские и международные исследования 2000–2026 гг. и выявить социальные противоречия, сопровождающие институционализацию ИИ в высшей школе. Научная новизна работы состоит в том, что проблематика ИИ в вузах постсоветского пространства рассматривается не как сумма педагогических рисков, а как социальный процесс перераспределения ответственности между студентом, преподавателем, платформой, администрацией и государственным регулятором. Практическая значимость исследования заключается в предложенной типологии социальных рисков применения ИИ, в разработке мер их снижения, пригодных для университетских политик в области цифровизации, обновления заданий, процедур оценивания и программ ИИ-грамотности. Показано, что ключевыми проблемами выступают академическая этика, цифровое и языковое неравенство, зависимость от внешних платформ, непрозрачность алгоритмического оценивания, ослабление самостоятельной учебной мотивации и трансформация роли преподавателя.

Ключевые слова: искусственный интеллект; генеративный ИИ; ИИ-фобии высшее образование; постсоветское пространство; социальные риски; цифровое неравенство; ИИ-грамотность; университетская политика.

Для цитирования: *Неизвестный С.И.* Социальные проблемы активного внедрения искусственного интеллекта в образовательный процесс вузов постсоветского пространства // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 108–126. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.5 EDN: QZHUEJ

Введение

Искусственный интеллект за последние годы стал не внешним дополнением к высшей школе, а внутренним фактором организации учебного труда. Если в начале 2000-х гг. дискуссия об ИИ в образовании концентрировалась вокруг интеллектуальных обучающих систем, адаптивных платформ и образовательной аналитики, то после распространения ChatGPT и других генеративных моделей центр тяжести сместился к массовой повседневной практике студентов и преподавателей. Для университетов постсоветского пространства это особенно значимо: цифровизация здесь развивается неравномерно, институциональные правила часто догоняют технологическую практику, а академическая культура сочетает советское наследие сильной преподавательской роли, новые рыночные требования и глобальную платформенную зависимость.

Актуальность темы исследования определяется четырьмя обстоятельствами. Во-первых, генеративный ИИ резко снижает стоимость производства текста, программного кода, презентаций, переводов и первичных аналитических материалов. Это меняет саму природу самостоятельной работы студента: прежние формы контроля перестают надежно отделять личное усилие от машинной генерации [12]. Во-вторых, распространение ИИ происходит быстрее, чем формируются университетские политики, процедуры раскрытия использования ИИ и критерии допустимой помощи. В-третьих, постсоветские вузы сталкиваются не только с педагогическими, но и с такими социальными последствиями, как цифровое неравенство между регионами и группами студентов, зависимость от иностранных платформ и языковое смещение в пользу англоязычных корпусов. В-четвертых, внедрение ИИ затрагивает доверие к диплому, статус преподавателя и представления общества о качестве высшего образования.

Цель статьи: провести анализ и аналитическую систематизацию литературы о социальных проблемах активного внедрения ИИ в образовательный процесс вузов постсоветского пространства в период 2000–2026 гг. Для достижения цели решаются следующие задачи: выявить эволюцию исследовательской повестки; классифицировать социальные риски; сопоставить российские и международные эмпирические данные; показать специфику постсоветского контекста; предложить практико-ориентированную матрицу управления рисками.

Новизна исследования состоит в переносе фокуса с вопроса «можно ли использовать ИИ в обучении?» на вопрос «как внедрение ИИ перераспределяет социальные роли, ответственность и неравенства внутри университета?». В отличие от работ, где ИИ представлен преимущественно как технология персонализации или как угроза академической этике¹ [4; 24], в настоящем обзоре он анализируется как элемент социального порядка университета, влияющий на нормы доверия, процедуры оценивания, преподавательский труд, студенческую субъектность и институциональную автономию.

¹ Этика, включающая добросовестное проведение образовательной и научно-исследовательской деятельности, поддержание надежной и доверительной атмосферы в образовательной среде, исключение плагиата.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты могут быть использованы администрациями вузов, преподавателями и разработчиками образовательных программ для подготовки локальных регламентов применения ИИ, проектирования заданий, устойчивых к имитационному выполнению, внедрения курсов ИИ-грамотности и построения прозрачных процедур оценки. Особенно важно, что постсоветские университеты не могут механически перенести западные политики GenAI: они должны учитывать разрыв в инфраструктуре, языковую структуру учебных материалов, правовые ограничения на обработку данных и неодинаковую готовность преподавателей [5; 18; 20].

Материалы и методы исследования

Работа выполнена как нарративно-аналитическое исследование с элементами библиометрической и сравнительной логики. База литературных источников формировалась по трем группам. Первая группа — русскоязычные публикации из eLIBRARY/РИНЦ и CyberLeninka, посвященные ИИ, ChatGPT, генеративному ИИ, академической этике, цифровому неравенству, готовности преподавателей и практикам студентов. Вторая группа — международные статьи и обзоры, представленные в OpenAlex и имеющие устойчивую цитируемость или методологическую значимость для исследований AI in Education [22–25; 36²]. Третья группа — эмпирические и нормативно-аналитические отчеты международных организаций, позволяющие дополнить академическую литературу актуальными данными о распространении ИИ, цифровой инфраструктуре и регуляторной готовности [21; 27; 31; 33–35³].

Хронологические рамки 2000–2026 гг. выбраны для того, чтобы отделить раннюю волну исследований об автоматизации обучения от современной волны генеративного ИИ. В 2000-е гг. речь шла преимущественно об электронном обучении, тестировании, интеллектуальных системах поддержки и цифровой образовательной среде. В 2010-е гг. оформилась повестка learning analytics, адаптивных платформ и автоматизированного оценивания. После 2022 г. генеративные языковые модели радикально расширили круг пользователей: студенту больше не требуются специальные навыки программирования, чтобы получить текст, код или разъяснение сложной темы.

Критериями включения источников были: связь с высшим образованием; обсуждение социальных, этических, организационных или педагогических проблем ИИ; наличие эмпирического материала, обзорной методологии или нормативных выводов; публикация в период 2000–2026 гг. Для постсоветского простран-

² См. также: Individuals using the Internet (% of population). World Development Indicators. 2026. World Bank; Inter-national Telecommunication Union. — URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS> (дата обращения 18.05.2026).

³ См. также: AI Preparedness Index (APII). International Monetary Fund. 2024. — URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/APII>; Government AI Readiness Index 2024. Oxford Insights. 2024. — URL: <https://oxfordinsights.com/ai-readiness/ai-readiness-index/>; High-Level Regional Policy Dialogue on the use of AI in higher education in Central Asia. Moscow: UNESCO IITE, 2024. UNESCO IITE. — URL: <https://iite.unesco.org/news/unesco-iite-co-organized-the-high-level-regional-policy-dialogue-on-the-use-of-ai-in-higher-education-in-central-asia/> (дата обращения 18.05.2026).

ства учитывались прежде всего исследования России, Казахстана и Центральной Азии, поскольку именно по этим кейсам в открытых источниках обнаружены наиболее релевантные эмпирические данные [3; 6; 19; 29; 32; 33; 35⁴].

Метод анализа включал тематическое кодирование источников по шести блокам: академическая этика; неравенство доступа; трансформация роли преподавателя; приватность и алгоритмическое управление; когнитивная зависимость и мотивация; языково-культурные и геополитические зависимости. Дополнительно сопоставлялись данные о цифровой инфраструктуре, поскольку активное внедрение ИИ невозможно отделить от таких факторов, как доступ к Интернету, устройства, платные подписки и национальная готовность к регулированию ИИ.

Социальные проблемы внедрения ИИ в университетский образовательный процесс

Под *социальными проблемами* в данном исследовании будем понимать прежде всего совокупность противоречий и вызовов, которые возникают в вузовской среде из-за внедрения ИИ и меняют социальные отношения, практики и структуры. Фокус здесь не на технических сбоях, а на том, как технология перераспределяет власть, усиливает или создает неравенство, трансформирует роли участников и порождает новые этические дилеммы. Так, в социологии высшего образования кризис доверия, вызванный внедрением ИИ, раскрывается через противоречия между образовательными общностями, политикой и практиками управления [10]; вуз анализируется как сложная организационная система с общностной, поколенческой и ресурсной структурами [11]; изменение отношений «человек — искусственный интеллект» влияет на социальную стабильность в коллективе [17], а социология ИИ требует учитывать культурные различия ожиданий и распределение моральной ответственности [1]. В связи с этим данное исследование сосредоточено не на технических или даже педагогических проблемах внедрения ИИ, а на том, как это внедрение меняет жизнь вуза, кого из участников процесса оно затрагивает сильнее и какие *новые* социальные проблемы порождает.

В таблице 1 представлены основные выявленные проблемы применения ИИ в вузах, их проявление в учебном процессе и социальные последствия.

Первая и наиболее обсуждаемая проблема — академическая этика и прежде всего сложности с плагиатом. Генеративный ИИ способен создавать связный текст, код, библиографические описания и решения задач, что подрывает валидность традиционных домашних эссе, рефератов и программных заданий. Однако простое приравнивание любого использования ИИ к плагиату методологически ошибочно. Студент может применять ИИ для перевода, проверки грамматики,

⁴ См. также: Туркменистан и OpenAI обсудили перспективы сотрудничества по практическому применению ИИ в образовании // Туркменистан: Золотой век. 21.05.2026. — URL: <https://turkmenistan.gov.tm/index.php/ru/post/106456/turkmenistan-i-openai-obsudili-perspektivy-sotrudnichestva-po-prakticheskomu-primeneniyu-ii-v-obrazovanii> (дата обращения 22.05.2026); High-Level Regional Policy Dialogue on the use of AI in higher education in Central Asia. Moscow: UNESCO IITE, 2024. UNESCO IITE. — URL: <https://iite.unesco.org/news/unesco-iite-co-organized-the-high-level-regional-policy-dialogue-on-the-use-of-ai-in-higher-education-in-central-asia/> (дата обращения 18.05.2026).

поиска аргументов, генерации черновика, объяснения сложного понятия или прямой сдачи чужого текста. Эти практики имеют разный этический статус, но в институциональных регламентах часто смешиваются. Поэтому университетам необходимы не только детекторы, но и ясные категории допустимого, ограниченно допустимого и недопустимого использования ИИ [7; 21; 24].

Вторая проблема — эрозия доверия к оценке. Если преподаватель не может установить, какая часть работы выполнена студентом, то оценка перестает быть индикатором освоенных компетенций. Возникает риск «инфляции результатов»: студенты получают более высокие оценки за счет внешнего инструмента, необязательно развивая соответствующие навыки. Международные опросы показывают резкий рост использования GenAI студентами: в исследовании NEPI доля студентов, использующих ИИ в любой форме, выросла с 66% в 2024 г. до 92% в 2025 г., а использование GenAI для оценочных заданий — с 53 до 88% [27]. Эти данные, хотя и получены не в постсоветском регионе, важны как индикатор скорости нормализации практик, которые неизбежно распространяются через глобальные платформы.

Третья проблема связана с цифровым неравенством. ИИ усиливает уже существующие различия между студентами: одни имеют быстрый Интернет, современные устройства, платные подписки и навыки промптинга, другие ограничены из-за низкого качества подключения, языковых барьеров или отсутствия институциональной поддержки. Для постсоветского пространства этот риск неодинаков. По данным World Bank/ITU, в 2025 г. Интернетом пользовались 94,4% населения России, 94,3% — Беларуси, 93,4% — Казахстана, 89% — Азербайджана и Узбекистана, 88,5% — Кыргызстана, 82,4% — Украины, 81,9% — Грузии, 80,2% — Молдовы, 80% — Армении и 56,8% — Таджикистана⁵. Эти показатели не равны доступу к качественному образовательному ИИ, но отражают инфраструктурный контур неравенства.

Четвертая проблема — приватность данных и алгоритмическое управление. Студенты и преподаватели часто вводят во внешние ИИ-сервисы фрагменты учебных работ, персональные данные, результаты исследований, внутренние материалы курса. При отсутствии локальных правил это создает риск утечки данных и нарушения авторских прав. Кроме того, если университет начинает использовать ИИ для прокторинга, прогнозирования отчислений или автоматического оценивания, возникает вопрос о прозрачности алгоритмов, праве на объяснение и возможности обжалования. Международные рамки NIST и UNESCO подчеркивают необходимость оценки рисков, защиты данных и человеческого контроля [21; 31].

Пятая проблема — трансформация роли преподавателя. В оптимистическом сценарии ИИ снимает рутинную нагрузку: помогает готовить тесты, примеры, обратную связь, индивидуальные задания. В пессимистическом сценарии администрация рассматривает ИИ как средство сокращения трудозатрат и стандартизации преподавания, что ведет к десубъективации педагога. Г.И. Давыдова и Н.В. Шлыкова отмечают, что внедрение ИИ затрагивает не только обучение, но и управление, администрирование, распределение времени и задач внутри вуза [7].

⁵ Individuals using the Internet (% of population). World Development Indicators. 2026. World Bank; International Telecommunication Union. — URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS> (дата обращения 18.05.2026).

Следовательно, социальная проблема состоит не в «замене преподавателя» как в фантастическом сюжете, а в постепенном изменении границ профессиональной автономии.

Шестая проблема — когнитивная зависимость и снижение самостоятельности. Когда ИИ становится универсальным посредником между студентом и учебной задачей, возникает соблазн заменить поиск, сомнение, чтение и ошибку быстрым получением ответа. В литературе это описывается как риск ослабления критического мышления, письменной культуры и способности к самостоятельному анализу [2; 4; 16]. Однако этот риск не является технологически предопределенным. Он зависит от дизайна задания: если студент должен сравнить ответы ИИ, выявить ошибки, обосновать выбор источников и отрефлексировать собственный вклад, то ИИ может стать инструментом развития метапознания.

Седьмая проблема — языковая и культурная зависимость. Крупные языковые модели обучены преимущественно на англоязычных и глобально-доминантных корпусах. Для постсоветских университетов это означает риск нормализации внешних понятийных рамок, слабого представления локальных кейсов и искажения национальных образовательных контекстов. Студент, получающий ответ от модели, может воспринимать его как нейтральное знание, хотя фактически он основан на статистике доступных данных и может хуже отражать региональные, правовые и культурные особенности. Поэтому ИИ-грамотность должна включать не только технические навыки, но и социологическое понимание платформенной власти.

Эмпирические ориентиры и постсоветская специфика

Постсоветское пространство неоднородно: различаются уровни цифровой инфраструктуры, языковая политика, включенность университетов в международные сети, государственные стратегии ИИ и ресурсные возможности вузов. Казахстан в 2024–2026 гг. активно развивает национальную повестку ИИ и участвует в региональном диалоге UNESCO IITE по использованию ИИ в высшем образовании Центральной Азии⁶. Россия имеет крупную исследовательскую и университетскую базу, но сталкивается с санкционными, платформенными и языковыми ограничениями. Для стран Центральной Азии существенны инфраструктурные и кадровые разрывы, а для Украины, Молдовы, Грузии и Армении — сочетание европейской регуляторной ориентации, миграционных процессов и неравномерного доступа к цифровым ресурсам.

Эмпирические исследования российских студентов и преподавателей показывают, что внедрение ИИ уже стало массовой практикой, но не превратилось в зрелую академическую норму. В исследовании И.А. Алешковского и соавторов ($N = 52\,919$) студенты оценивают использование нейросетей неоднозначно: они видят полезность для поиска, объяснения и подготовки материалов, но одновре-

⁶ High-Level Regional Policy Dialogue on the use of AI in higher education in Central Asia. Moscow: UNESCO IITE, 2024. UNESCO IITE. — URL: <https://iite.unesco.org/news/unesco-iite-co-organized-the-high-level-regional-policy-dialogue-on-the-use-of-ai-in-higher-education-in-central-asia/> (дата обращения 18.05.2026).

менно признают ограничения достоверности и необходимость регулирования [3]. Исследование А.Г. Филиповой, Е.Е. Абросимовой и Г.С. Абдирайымовой на выборке студентов России и Казахстана ($N = 441$) показывает, что частота использования GenAI, наличие специального обучения и техническая оснащенность значимо влияют на отношение студентов к технологии [20]. Это особенно важно, так как принятие ИИ зависит не только от личного интереса, но и от институциональной среды.

Таблица 1

Основные социальные проблемы внедрения ИИ в вузах

Проблема	Проявления в учебном процессе	Социальные последствия	Ключевые источники
Академическая этика	Генерация эссе, кода, ответов; неясные границы допустимой помощи	Снижение доверия к оценкам, конфликт студента и преподавателя, рост имитационных практик	[3; 12; 24; 27]
Эрозия доверия к оценке	Невозможность точно определить вклад студента в работу; использование GenAI при выполнении оценочных заданий; «инфляция результатов»	Девальвация оценки и диплома, сомнения в реальном освоении компетенций, рост подозрительности и ужесточение контроля	[10; 27]
Цифровое неравенство	Разный доступ к Интернету, устройствам, платным моделям, навыкам промптинга	Неравные образовательные преимущества и усиление региональных различий	[19 ⁷]
Приватность и данные	Передача учебных текстов и персональных данных внешним платформам	Риски утечек, нарушения авторских прав, зависимость от непрозрачных сервисов	[17; 30; 21; 31]
Роль преподавателя	Автоматизация обратной связи, тестов, администрирования	Изменение профессиональной автономии, рост требований к ИИ-грамотности	[7; 18; 28]
Когнитивная зависимость	Замена чтения и самостоятельного анализа быстрым ответом модели	Ослабление критического мышления и письменной культуры при плохом дизайне заданий	[2; 4; 16]
Языково-культурная зависимость	Доминирование англоязычных корпусов и глобальных платформ	Смещение понятийных рамок, слабое представление локальных кейсов	[31 ⁸]

Источник: составлено автором по материалам обзора литературы.

⁷ См. также: AI Preparedness Index (APII). International Monetary Fund. 2024. — URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets/APII>; Individuals using the Internet (% of population). World Development Indicators. 2026. World Bank; International Telecommunication Union. — URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS> (дата обращения 18.05.2026).

⁸ См. также: Artificial Intelligence. OECD policy topic page. OECD. 2026. — URL: <https://www.oecd.org/en/topics/artificial-intelligence.html>; Works and concepts metadata for artificial intelligence and higher education, 2000–2026. OpenAlex. 2026. — URL: <https://openalex.org/> (дата обращения 18.05.2026).

Данные Томского государственного университета, проанализированные К.И. Буяковой и соавторами, показывают, что среди преподавателей и студентов формируются разные типы пользователей [5]. Продвинутые преподаватели видят в GenAI способ высвобождения времени и повышения конкурентоспособности; менее опытные чаще сохраняют интерес, но проявляют меньшую лояльность к использованию ИИ студентами. Среди студентов выделяются группы с высоким доверием к ИИ, с неопределенным отношением и с малым опытом. Это означает, что единый запрет или единое разрешение не учитывают реального разнообразия практик.

Для постсоветского пространства особенно важна неоднородность реакций: эмпирика не подтверждает тезис о всеобщей «ИИ-фобии». В Узбекистане среди 141 преподавателя из 34 вузов пяти регионов 73,7% оценивали внедрение ИИ положительно или очень положительно, 90,1% уже имели опыт его использования. Одновременно 83% опасались чрезмерной зависимости студентов, 58,9% — академической нечестности, 22,7% — снижения значимости и репутации преподавателя; полноценное обучение работе с ИИ прошли лишь 8,5% [33]. Здесь видны не столько страх технологии, сколько разрыв между индивидуальной готовностью и слабой институционализацией правил, а также тревога за нормативный порядок и статус преподавателя.

В Кыргызстане по результатам опроса 207 педагогов выявлено 67% активных пользователей ИИ, 76% желающих развивать компетенции и 85% видящих новые возможности. Но выборка объединяла школы и учреждения начального, среднего и высшего образования, поэтому переносить цифры только на вузовский профессорско-преподавательский состав (ППС) нельзя; для нашей темы важнее выявленное территориальное неравенство доступа, особенно в сельской местности [32]. В Армении интервью со 100 преподавателями четырех университетов показали: 24% используют ИИ регулярно, 64% — иногда, 12% не используют и не планируют использовать; 60% не проходили обучения. Среди проблем названы недостаток институциональной поддержки и финансирования, этическая неопределенность и конфиденциальность [35]. В Азербайджане пилотный опрос 30 преподавателей зафиксировал умеренную ИИ-грамотность, некоторую готовность к применению ИИ и непоследовательную институциональную поддержку при выраженных опасениях за академическую добросовестность и валидность оценивания [1].

Беларусь демонстрирует более формализованный режим. В 2025 г. Республиканский институт высшей школы выпустил сборник реальных вузовских кейсов, а Министерство образования утвердило рекомендации, предусматривающие собственную политику учреждения по ИИ, раскрытие факта его применения, защиту данных и авторских прав [6]. Это скорее перевод спонтанной практики в нормативный порядок, чем тотальный запрет. По Туркменистану сопоставимых открытых опросов вузовского ППС обнаружить не удалось, поэтому утверждать массовое отторжение неправомерно. Официальные данные фиксируют стадию обсуждения: 21 мая 2026 г. представители Министерства образования Туркменистана и OpenAI обсуждали такие вопросы, как возможный пилот ChatGPT Edu, подготовка преподавателей, безопасное использование, защита данных и академическая добросовестность⁹. Дефицит опубликованной социологической статистики здесь ограничивает сравнение стран.

⁹ Туркменистан и OpenAI обсудили перспективы сотрудничества по практическому применению ИИ в образовании // Туркменистан: Золотой век. 21.05.2026. — URL: <https://turkmenistan.gov.tm/index.php/ru/post/106456/turkmenistan-i-openai-obsudili-perspektivy-sotrudnichestva-po-prakticheskomu-primeneniyu-ii-v-obrazovanii> (дата обращения 22.05.2026).

Цифровое неравенство и новая стратификация студентов

ИИ часто описывается как инструмент демократизации образования: он способен объяснять сложные темы, переводить тексты, адаптировать материал под уровень студента, помогать людям с ограниченными возможностями. Однако социальный эффект зависит от условий доступа. Платные версии моделей быстрее, функциональнее и лучше интегрированы с офисными инструментами; бесплатные версии могут иметь ограничения, очереди, слабую защиту данных и меньшую точность. Это формирует новую стратификацию: студент с доступом к качественным ИИ-сервисам получает преимущество в скорости и качестве подготовки.

Постсоветская специфика состоит в наложении нескольких неравенств. Первое — региональное: столичные университеты обладают лучшей инфраструктурой, кадровыми ресурсами и международными контактами. Второе — социально-экономическое: не все студенты могут оплачивать подписки и устройства. Третье — языковое: качество ответов моделей зависит от языка запроса и доступности релевантных корпусов. Четвертое — институциональное: одни вузы создают правила и обучают преподавателей, другие оставляют студентов в серой зоне. Исследование А.Г. Филиповой и соавторов показывает, что техническая оснащенность и наличие специального обучения влияют на установки студентов к GenAI [20].

Наличие интернет-доступа само по себе не гарантирует равенства, но является нижним уровнем цифровой включенности. Большинство постсоветских стран имеют высокий уровень использования Интернета (см. рис.). При этом внутри стран существуют разрывы между городом и селом, бюджетными и коммерческими программами, гуманитарными и техническими направлениями. Университетская политика ИИ должна учитывать эти различия: нельзя требовать использования инструментов, к которым часть студентов не имеют равного доступа.

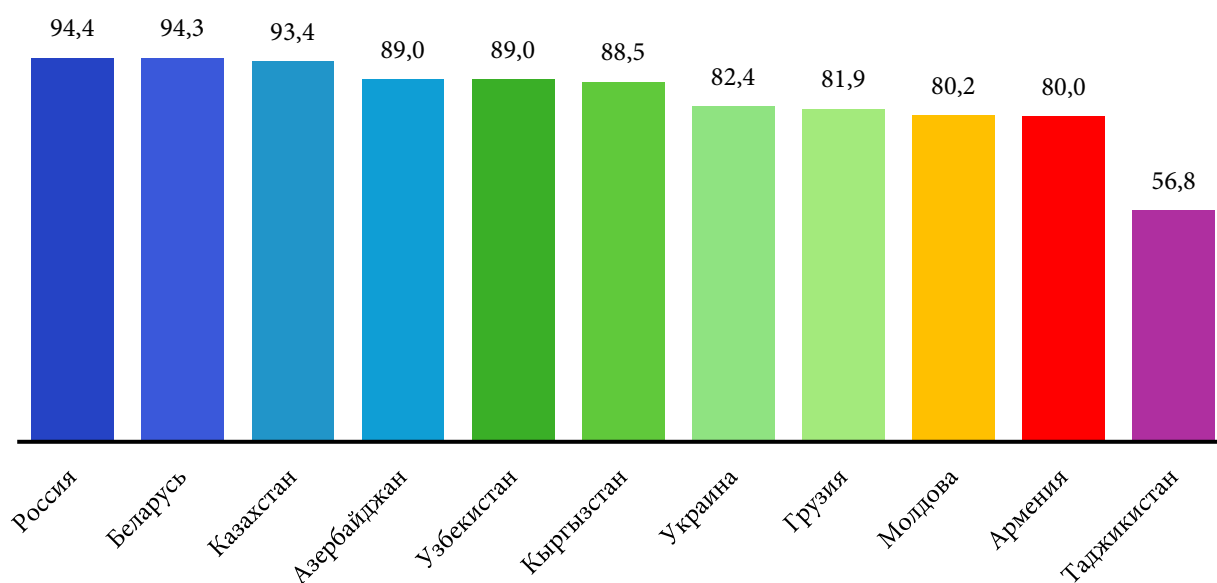


Рис. Интернет-доступ как условие включения студентов в ИИ-практики, 2025 г.

Источник данных: Individuals using the Internet (% of population). World Development Indicators. 2026. World Bank; International Telecommunication Union. — URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS> (дата обращения 18.05.2026).

Риск цифрового неравенства имеет и обратную сторону: запрет ИИ также может усиливать неравенство. Студенты из сильных школ и обеспеченных семей часто имеют больше неформальных ресурсов: помощь родителей, репетиторов, профессиональное владение иностранными языками.

Для студентов первого поколения, региональных вузов и работающих студентов ИИ может стать компенсаторным инструментом. Поэтому социально справедливая политика должна не запрещать технологию, а обеспечивать общие правила, доступ и обучение.

Трансформация преподавательского труда и университетского управления

Активное внедрение ИИ меняет не только студенческие практики, но и организацию труда преподавателя. В литературе выделяются три сценария. Первый — ассистивный: ИИ помогает готовить материалы, задания, тесты, первичную обратную связь и тем самым освобождает время для работы со студентами. Второй — бюрократический: ИИ используется для ускорения отчетности, мониторинга, рейтингов и стандартизированного контроля. Третий — замещающий: администрация начинает воспринимать часть преподавательской работы как автоматизируемую услугу, что может снизить статус педагога.

Социальная проблема здесь состоит в том, что эффективность ИИ может быть присвоена разными акторами. Для преподавателя это возможность сократить рутину; для администрации — аргумент повышения нагрузки; для платформы — расширение рынка; для студента — ускорение выполнения заданий. Если университет не обсуждает эти распределения открыто, внедрение ИИ усиливает скрытые конфликты. Г.И. Давыдова и Н.В. Шлыкова справедливо подчеркивают, что ИИ влияет на внутреннюю архитектуру высших учебных заведений, а не только на отдельные методики [7].

Готовность преподавателей является ключевым фактором. П.В. Сысоев показывает, что интеграция ИИ зависит от осведомленности, готовности и практического опыта педагогов [19]. При этом многие преподаватели оказываются в парадоксальной ситуации: студенты уже используют ИИ, а преподаватель должен оценивать работы и поддерживать качество образования без достаточного обучения, времени и правовых разъяснений. Это создает профессиональный стресс и может усиливать консервативную реакцию.

Оптимальная стратегия должна включать не только инструкции для студентов, но и поддержку преподавателей: методические семинары, банк заданий с допустимыми сценариями ИИ, консультации по авторскому праву, локальные рекомендации по оцениванию, признание времени, затраченного на редизайн курсов. Иначе внедрение ИИ будет восприниматься как дополнительная нагрузка, а не как ресурс развития образования.

Обсуждение. Когнитивные и ценностные риски: от помощи к зависимости

Когнитивные риски внедрения ИИ не следует сводить к тезису о «деградации мышления». Технологии письма, поиска и вычисления всегда меняли интеллектуальные практики. Вопрос состоит в том, какие операции студент передает машине и какие сохраняет за собой. Если ИИ используется для объяснения, сравнения гипотез, поиска контраргументов и проверки логики, он может усиливать обучение. Если же он заменяет чтение, решение и формулирование собственной позиции, то образовательная функция задания исчезает. Значительную часть социальных рисков, связанных с внедрением ИИ, могут упредить преподаватели, а часть — руководство вуза (см. табл. 2). При этом заметный эффект от упреждения рисков напрямую зависит от осведомленности преподавателей и менеджеров обучающего процесса с возможностями и свойствами ИИ.

Таблица 2

Практические меры снижения социальных рисков ИИ

Риск	Что должен сделать преподаватель	Что должен сделать университет	Ожидаемый эффект
Неясные границы допустимого использования	В каждом задании указать, разрешены ли поиск, редактирование, генерация черновика, перевод	Принять единую политику раскрытия ИИ и шаблон декларации использования	Снижение конфликтов и произвольных трактовок
AI-имитация самостоятельной работы	Добавить устную защиту, черновики, локальные данные, анализ ошибок модели	Создать банк заданий, устойчивых к полной генерации	Повышение валидности оценки
Неравный доступ	Не требовать платные инструменты без альтернативы	Обеспечить доступ к базовым сервисам и обучение ИИ-грамотности	Снижение технологической стратификации
Утечка данных	Не загружать персональные и закрытые данные во внешние модели	Утвердить правила обработки данных и перечень разрешенных сервисов	Защита студентов, преподавателей и материалов курса
Профессиональный стресс преподавателей	Использовать ИИ для рутины, но сохранять педагогическое решение	Учитывать время на редизайн курсов и проводить методическую поддержку	Рост принятия инновации
Когнитивная зависимость	Требовать рефлексии, проверку источников, сравнение решений	Включить ИИ-грамотность в общеуниверситетские компетенции	Развитие критического мышления

Источник: разработано автором на основе анализа использованных источников [1–36].

Для социального анализа важен не только индивидуальный эффект, но и изменение нормы. Если большинство студентов используют ИИ для ускорения работы, то тот, кто выполняет задание без ИИ, оказывается в иной временной экономике. Возникает давление эффективности: учиться «медленно» становится нерационально. Это меняет ценность усилия, ошибки и последовательного освоения материала. В постсоветской академической культуре, где формальная отчетность часто конкурирует с содержательным обучением, такой эффект может усилить имитационные практики.

Ценностный риск состоит также в изменении отношения к знанию. Генеративная модель производит убедительный ответ, но не гарантирует истины. Студент, не имеющий навыков проверки источников, может принять правдоподобие за достоверность. Для вузов это означает необходимость возвращения к базовым академическим навыкам (чтение первоисточников, работа с базами данных, проверка фактов, понимание методологии исследования). Парадоксально, но эпоха ИИ делает классическую академическую культуру не менее, а более важной.

Социальные науки, в отличие от технических, сильнее подвержены рискам некритического использования ИИ. Социологическое знание зависит от интерпретации смыслов, контекста, языка, категорий и исследовательской рефлексии. Генеративная модель может имитировать объяснение, сглаживать противоречия, воспроизводить стереотипы, фабриковать ссылки и выдавать правдоподобный текст за результат анализа. Поэтому ИИ усиливает не только цифровой, но и алгоритмический разрыв: преимущество получает тот, кто понимает ограничения модели, умеет проверять данные и фиксировать исследовательский след [15]. Обзоры показывают, что ИИ в социологии следует рассматривать одновременно как социальный конструкт, социально-технический феномен, возможного агента и методологический инструмент [8].

На стыке системы образования, вузов и академических институтов социальные проблемы внедрения ИИ становятся институциональными. Университет отвечает за обучение, аттестацию и формирование исследовательских навыков, академический институт — за производство проверяемого знания, экспертизу и публикационную культуру. В совместных проектах эти функции пересекаются: студенческая работа может быть учебным заданием, частью гранта, полевым материалом кафедры и заделом статьи. Отсюда возникают риски размывания ответственности за качество данных, хранение промптов, защиту персональных данных информантов, автоматизированную интерпретацию интервью и вклад каждого участника. Исследования высшего образования фиксируют не только преимущества персонализации и автоматизации обучения, но и этические, психологические, инфраструктурные риски, снижение критического мышления и угрозу академической честности [14].

Социальная проблема здесь состоит не в самой технологии, а в асимметрии компетенций, ресурсов и норм. Одни кафедры и лаборатории получают доступ к платным моделям, ресурсам и обучению, другие используют бесплатные сервисы случайно. В результате в среде «образование — наука» неравенство переносится в производство знания: различаются скорость обзоров, качество кодирования эмпирики и способность выявлять ошибки модели. Возникает и недоверие: текст может выглядеть научным, но не иметь проверяемой исследовательской траекто-

рии. Особо уязвима зона авторства студенческих работ. ИИ размывает границы между редактурой, консультацией, соавторством и недобросовестным присвоением результата. Опытный преподаватель нередко «на глаз» определяет признаки машинного текста: чрезмерную гладкость, обобщенность, слабую связь с эмпирикой, фиктивные или нерелевантные источники. Но доказать недобросовестность сложно: детекторы дают вероятностные оценки, а формально уникальный текст может быть полностью сгенерирован.

Главный вывод анализа, проведенного в данном исследовании, состоит в том, что социальные проблемы ИИ в высшем образовании нельзя решать исключительно техническими средствами. Детекторы, запреты и автоматические регламенты являются частичными инструментами, но они не отвечают на вопрос о новой образовательной норме. Генеративный ИИ уже стал частью учебной повседневности, поэтому университет должен не изображать технологическую «невинность», а формировать культуру ответственного использования.

Ядро социальных проблем интеграции ИИ образуют взаимосвязанные противоречия. Нормативное противоречие: прежние правила авторства и самостоятельности хуже различают собственную и машинно-опосредованную работу. Статусное: ИИ затрагивает монополию преподавателя на экспертное объяснение и может символически девальвировать часть академического труда. Организационно-властное: правила нередко задаются быстрее, чем возникает профессиональный консенсус, тогда как риски ошибки несут конкретные кафедры и преподаватели. Проблема доверия состоит в необходимости доверять не только инструменту, но и администрации, определяющей допустимые практики и ответственность. Стратификационная проблема связана с различиями поколений, дисциплин, регионов, языковой среды и доступа к платным сервисам. Наконец, сопротивление усиливается, если внедрение переживается не как расширение профессиональной агентности, а как внешний контроль, ускорение процесса труда или потенциальная заменяемость.

Эта трактовка согласуется с систематическим обзором университетских преподавателей: после отбора 207 публикаций авторы исследования [22] синтезировали 30 качественных и 13 количественных исследований и выявили в целом умеренное принятие генеративного ИИ, зависящее от институциональной культуры, ясности правил, доверия, поддержки и профессионального контекста. Поэтому для постсоветских вузов продуктивнее измерять не «процент боящихся ИИ», а механизмы производства сопротивления: кто устанавливает нормы, кто получает выгоды и несет издержки, какие группы теряют статус и насколько ППС включен в принятие решений. Снижение отторжения требует не пропаганды технологии, а социального контракта: совместно выработанных правил, прозрачной ответственности, признания дополнительной нагрузки, равного доступа к ресурсам и регулярного социологического мониторинга. Так, интеграция ИИ становится предметом исследования институционального изменения высшего образования, а не только внедрения новой технологии.

Постсоветский контекст отличается от глобального не набором проблем, а их сочетанием. Академическая этика, приватность и когнитивные риски универсальны. Однако в постсоветских вузах они накладываются на сильную роль государства, неодинаковую цифровую инфраструктуру, зависимость от внешних платформ, многоязычие и традицию формализованного контроля качества. В ре-

зультате ИИ может одновременно ускорять модернизацию и усиливать старые проблемы: имитационность отчетности, неравенство между вузами, бюрократизацию преподавательского труда.

Особого внимания требует вопрос субъектности. В университетской модели, ориентированной на развитие личности и профессионального мышления, студент не должен превращаться в оператора подсказок, преподаватель — в контролера машинных текстов, а университет — в пользователя внешней платформы без собственной политики. Гуманистическая рамка UNESCO и человеко-ориентированный подход к ИИ позволяют сформулировать принцип: технология допустима в той мере, в какой она усиливает способность человека понимать, действовать и нести ответственность [31].

В то же время отказ от ИИ также несет риски. Университет, игнорирующий GenAI, выпускает студентов, не подготовленных к рынку труда и новым профессиональным практикам. Поэтому нормативная задача состоит не в выборе между запретом и свободным использованием, а в построении образовательной экологии, где ИИ становится предметом обучения, инструментом деятельности и объектом критического анализа одновременно.

Заключение

Проведенный обзор литературы 2000–2026 гг. показывает, что активное внедрение ИИ в образовательный процесс вузов постсоветского пространства является не только технологическим, но и социальным процессом. Он меняет распределение ответственности, структуру доверия, формы контроля, роль преподавателя и условия образовательного равенства. Наиболее значимыми проблемами выступают академическая этика, цифровое неравенство, приватность данных, платформенная зависимость, когнитивная зависимость студентов, трансформация преподавательского труда и языково-культурные смещения.

Новизна предложенного подхода состоит в интеграции педагогической, социологической и институциональной перспектив. ИИ рассматривается как фактор перестройки университетского социального порядка, а не только как инструмент персонализации или источник списывания. Эмпирические данные российских исследований, материалы по этой теме в вузах других государств постсоветского пространства, международные опросы студентов и инфраструктурные показатели демонстрируют, что успешная интеграция ИИ зависит от сочетания доступа, правил, обучения и доверия [3; 5; 19; 20; 27¹⁰].

Практически значимым результатом данной работы является типология рисков и набор управленческих мер. Для вузов постсоветского пространства приоритетными шагами являются: принятие политики раскрытия использования ИИ; редизайн оценивания; обучение преподавателей; включение ИИ-грамотности в образовательные программы; обеспечение равного доступа к базовым инструментам; защита персональных и учебных данных; создание процедур этической экспертизы ИИ-сервисов. Только при таких условиях ИИ может стать не механизмом имитации и неравенства, а инструментом ответственной модернизации высшего образования.

¹⁰ См. также: Individuals using the Internet (% of population). World Development Indicators. 2026. World Bank; Inter-national Telecommunication Union. — URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS> (дата обращения 18.05.2026).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Неизвестный Сергей Иванович — доктор технических наук, профессор, кафедра бизнес-информатики, факультет информационных технологий и анализа больших данных, Финансовый университет при Правительстве РФ. **Телефон:** +7 (903) 742-86-04. **Электронная почта:** sineizvestny@fa.ru SPIN-код: 9963-8367

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 108–126. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.5](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.5)

Research Article

SERGEY I. NEIZVESTNY¹

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation.

Bl. 4, 4th Veshnyakovsky proezd, 109456, Moscow, Russian Federation.

THE SOCIAL PROBLEMS OF ACTIVELY IMPLEMENTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO THE EDUCATIONAL PROCESS OF UNIVERSITIES IN THE POST-SOVIET SPACE

Abstract. This article presents an analysis of the social problems associated with the active introduction of artificial intelligence (AI) into the educational process of post-Soviet universities. The relevance of the research is determined by the rapid transition of AI from an experimental technological niche into everyday educational practice: students use neural networks to search, translate, take notes, program and to prepare written papers, while universities are forced to simultaneously support innovation, academic ethics, data protection and equality of access. The purpose of the article is to analyze and systematize Russian, post-Soviet and international studies conducted from 2000 to 2026 and to identify the social contradictions accompanying the institutionalization of AI in higher education. The scientific novelty of the work lies in the fact that the problem of AI in post-Soviet universities is considered not as a sum of pedagogical risks, but as a social process of redistributing responsibility between the student, teacher, platform, administration and the state regulator. The practical significance of the study lies in the proposed typology of social risks of AI application, the measures developed to reduce them that would suit university policies in the field of digitalization, updating assignments, assessment procedures and AI literacy programs. It is shown that the key problems are academic ethics, digital and linguistic inequality, dependence on external platforms, a lack of algorithmic assessment transparency, the weakening of independent learning motivation and the transformation of the role of the teacher.

Keywords: artificial intelligence; generative AI; AI-phobias, higher education; post-Soviet space; social risks; digital inequality; AI-literacy; university policy.

For citation: Neizvestny, S.I. The Social Problems of Actively Implementing Artificial Intelligence into the Educational Process of Universities in the Post-Soviet Space. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 108–126. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.5](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.5)

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Sergey I. Neizvestny — Doctor of Technical Sciences, Professor, Department of Business Informatics, Financial University under the Government of the Russian Federation. **Phone:** +7 (903) 742-86-04. **Email:** sineizvestny@fa.ru ORCID: 0000-0002-5047-8251 ResearcherID: F-5707-2018

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. *Аганова А.В., Катерный И.В.* Моральный статус искусственного интеллекта: в поисках социологической перспективы // Социологический журнал. 2025. Том 31. № 1. С. 92–109. DOI: [10.19181/socjour.2025.31.1.5](https://doi.org/10.19181/socjour.2025.31.1.5) EDN: NRRIYS

Aganova A.V., Katerny I.V. The moral status of artificial intelligence: in search of a sociological perspective. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2025. Vol. 31. No. 1. P. 92–109. DOI: [10.19181/socjour.2025.31.1.5](https://doi.org/10.19181/socjour.2025.31.1.5) (In Russ.)

2. Акимова Н.В. Риски образования в эпоху искусственного интеллекта // Rhema. Рема. 2025. № 2. С. 107–117. DOI: [10.31862/2500-2953-2025-2-107-117](https://doi.org/10.31862/2500-2953-2025-2-107-117) EDN: [JUOCDK](#)
Akimova N.V. Educational risks in the era of artificial intelligence. Rhema. 2025. No. 2. P. 107–117. DOI: [10.31862/2500-2953-2025-2-107-117](https://doi.org/10.31862/2500-2953-2025-2-107-117) (In Russ.).
3. Алешковский И.А., Гаспаршвили А.Т., Нарбут Н.П., Крухмалева О.В., Савина Н.Е. Российские студенты о возможностях и ограничениях использования искусственного интеллекта в обучении // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2024. Т. 24. № 2. С. 335–353. DOI: [10.22363/2313-2272-2024-24-2-335-353](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2024-24-2-335-353) EDN: [OAUOBU](#)
Aleshkovskiy I.A., Gasparishvili A.T., Narbut N.P., Krukhmaleva O.V., Savina N.E. Russian students on the potential and limitations of artificial intelligence in education. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya*. 2024. Vol. 24. No. 2. P. 335–353. DOI: [10.22363/2313-2272-2024-24-2-335-353](https://doi.org/10.22363/2313-2272-2024-24-2-335-353) (In Russ.).
4. Бермус А.Г. Преимущества и риски использования ChatGPT в системе высшего образования: теоретический обзор // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2024. № 8. С. 1123–1131. DOI: [10.30853/ped20240099](https://doi.org/10.30853/ped20240099) EDN: [DPYUDU](#)
Bermus A.G. Advantages and risks of using ChatGPT in higher education: a theoretical review. *Pedagogika. Voprosy teorii i praktiki*. 2024. No. 8. P. 1123–1131. DOI: [10.30853/ped20240099](https://doi.org/10.30853/ped20240099) (In Russ.).
5. Буякова К.И., Дмитриев Я.А., Иванова А.С., Фещенко А.В., Яковлева К.И. Отношение студентов и преподавателей к использованию инструментов с генеративным искусственным интеллектом в университете // Образование и наука. 2024. Т. 26. № 7. С. 160–193. DOI: [10.17853/1994-5639-2024-7-160-193](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-7-160-193) EDN: [BSEUWY](#)
Buyakova K.I., Dmitriev Ya.A., Ivanova A.S., Feshchenko A.V., Yakovleva K.I. Students' and teachers' attitudes towards the use of tools with generative artificial intelligence at the university. *Obrazovanie i nauka*. 2024. Vol. 26. No. 7. P. 160–193. DOI: [10.17853/1994-5639-2024-7-160-193](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2024-7-160-193) (In Russ.).
6. Внедрение технологий и инструментов искусственного интеллекта в систему высшего образования. Кейсы белорусских учреждений высшего образования / Сост. Ю.П. Бондарь, И.В. Титович, Н.С. Клишевич. Минск: РИВШ, 2025. — 100 с.
Introduction of artificial intelligence technologies and tools into the higher education system. Cases of Belarusian institutions of higher education. Comp. by Yu.P. Bondar, I.V. Titovich, N.S. Klishevich. Minsk: National Institute for Higher Education publ., 2025. 100 p. (In Russ.).
7. Давыдова Г.И., Шлыкова Н.В. Риски и вызовы при внедрении искусственного интеллекта в систему высшего образования // Вестник практической психологии образования. 2024. Т. 21. № 3. С. 62–69. DOI: [10.17759/bppe.2024210308](https://doi.org/10.17759/bppe.2024210308) EDN: [CCQIMM](#)
Davydova G.I., Shlykova N.V. Risks and challenges in introducing artificial intelligence into higher education. *Vestnik prakticheskoi psikhologii obrazovaniya*. 2024. Vol. 21. No. 3. P. 62–69. DOI: [10.17759/bppe.2024210308](https://doi.org/10.17759/bppe.2024210308) (In Russ.).
8. Долгов А.Ю. Как социологически изучать искусственный интеллект: обзор теоретических работ // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11: Социология. 2024. № 4. С. 13–29. DOI: [10.31249/rsoc/2024.04.02](https://doi.org/10.31249/rsoc/2024.04.02) EDN: [OEJJNE](#)
Dolgov A.Y. How to sociologically study artificial intelligence: a review of theoretical works. *Sotsial'nye i humanitarnye nauki. Seriya 11: Sotsiologiya*. 2024. No. 4. P. 13–29. DOI: [10.31249/rsoc/2024.04.02](https://doi.org/10.31249/rsoc/2024.04.02) (In Russ.).
9. Жуков А.Д. Генеративный искусственный интеллект в образовательном процессе: вызовы и перспективы // Вестник Московского государственного университета куль-

туры и искусств. 2023. № 5 (115). С. 66–75. DOI: [10.24412/1997-0803-2023-5115-66-75](https://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-5115-66-75) EDN: [YQSWLA](https://www.edn.ru/YQSWLA)

Zhukov A.D. Generative artificial intelligence in the educational process: challenges and prospects. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*. 2023. No. 5 (115). P. 66–75. DOI: [10.24412/1997-0803-2023-5115-66-75](https://doi.org/10.24412/1997-0803-2023-5115-66-75) (In Russ.)

10. Зборовский Г.Е., Амбарова П. Доверие в высшем образовании как социологическая проблема // Социологический журнал. 2018. Т. 24. № 4. С. 93–112. DOI: [10.19181/socjour.2018.24.4.6099](https://doi.org/10.19181/socjour.2018.24.4.6099) EDN: [YROUHJ](https://www.edn.ru/YROUHJ)

Zborovsky G.E., Ambarova P.A. Trust in higher education as a sociological problem. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2018. Vol. 24. No. 4. P. 93–112. DOI: [10.19181/socjour.2018.24.4.6099](https://doi.org/10.19181/socjour.2018.24.4.6099) (In Russ.)

11. Зборовский Г.Е. Социальная структура университета как проблема социологического исследования // Социологический журнал. 2026. Т. 32. № 2. С. 121–138. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.2.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.2.7) EDN: [MOVKSG](https://www.edn.ru/MOVKSG)

Zborovsky G.E. The social structure of the university as a problem of sociological research. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 2. P. 121–138. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.2.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.2.7) (In Russ.)

12. Ивахненко Е.Н., Никольский В.С. ChatGPT в высшем образовании и науке: угроза или ценный ресурс? // Высшее образование в России. 2023. Т. 32. № 4. С. 9–22. DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-4-9-22](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-4-9-22) EDN: [TZHIHU](https://www.edn.ru/TZHIHU)

Ivakhnenko E.N., Nikolskiy V.S. ChatGPT in higher education and science: a threat or a valuable resource? *Vysshee obrazovanie v Rossii*. 2023. Vol. 32. No. 4. P. 9–22. DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-4-9-22](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-4-9-22) (In Russ.)

13. Катаев Д.В., Беляев Д.А., Тарасов А.Н. Динамика научного дискурса об искусственном интеллекте в образовании: библиометрический анализ и тематическое моделирование // Высшее образование в России. 2025. Т. 34. № 11. С. 145–168. DOI: [10.31992/0869-3617-2025-34-11-145-168](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-11-145-168).

Kataev D.V., Belyaev D.A., Tarasov A.N. Dynamics of scientific discourse on artificial intelligence in education: bibliometric analysis and topic modeling. *Vysshee obrazovanie v Rossii*. Vol. 34. No. 11. P. 145–168. DOI: [10.31992/0869-3617-2025-34-11-145-168](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2025-34-11-145-168) (In Russ.)

14. Кузьменко Е.Л., Белоусова Т.М., Лещенко Е.М. Проблемы и риски интеграции искусственного интеллекта в высшее образование // Регион: системы, экономика, управление. 2024. № 2 (65). С. 164–168. DOI: [10.22394/1997-4469-2024-65-2-164-168](https://doi.org/10.22394/1997-4469-2024-65-2-164-168) EDN: [ZKNWQH](https://www.edn.ru/ZKNWQH)

Kuzmenko E.L., Belousova T.M., Leshchenko E.M. Problems and risks of integrating artificial intelligence into higher education. *Region: sistemy, ehkonomika, upravlenie*. 2024. No. 2 (65). P. 164–168. DOI: [10.22394/1997-4469-2024-65-2-164-168](https://doi.org/10.22394/1997-4469-2024-65-2-164-168) (In Russ.)

15. Мартыненко Т.С., Добринская Д.Е. Социальное неравенство в эпоху искусственного интеллекта: от цифрового к алгоритмическому разрыву // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 1. С. 171–192. DOI: [10.14515/monitoring.2021.1.1807](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1807) EDN: [ZMNKKY](https://www.edn.ru/ZMNKKY)

Martynenko T.S., Dobrinskaya D.E. Social inequality in the era of artificial intelligence: from digital to algorithmic gap. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2021. No. 1. P. 171–192. DOI: [10.14515/monitoring.2021.1.1807](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.1.1807) (In Russ.)

16. Мухлаева Т.В. Генеративный искусственный интеллект: трансформации в образовании, перспективы и динамика // Педагогика и психология образования. 2025. № 2. С. 17–31. DOI: [10.54884/1815-7041-2025-83-2-142-153](https://doi.org/10.54884/1815-7041-2025-83-2-142-153) EDN: HFPUNN
Mukhlaeva T.V. Generative artificial intelligence: transformations in education, prospects and dynamics. *Pedagogika i psikhologiya obrazovaniya*. 2025. No. 2. P. 17–31. DOI: [10.54884/1815-7041-2025-83-2-142-153](https://doi.org/10.54884/1815-7041-2025-83-2-142-153) (In Russ.)
17. Неизвестный С.И. Социальные проблемы принятия решений искусственным интеллектом в цифровом обществе // Социологический журнал. 2021. Том 27. № 2. С. 90–108. DOI: [0.19181/socjour.2021.27.2.8088](https://doi.org/0.19181/socjour.2021.27.2.8088) EDN: VOZGGC
Neizvestny S. I. Social problems of decision-making by artificial intelligence in a digital society. *Sotsiologicheskij Zhurnal = Sociological Journal*. 2021. Vol. 27. No. 2. P. 90–108. DOI: [0.19181/socjour.2021.27.2.8088](https://doi.org/0.19181/socjour.2021.27.2.8088) (In Russ.)
18. Руст А.М., Платунова Е.Ю. Технологии искусственного интеллекта в системе высшего образования России // Вестник Поволжского института управления. 2024. Т. 24. № 6. С. 105–111. DOI: [10.22394/1682-2358-2024-6-105-111](https://doi.org/10.22394/1682-2358-2024-6-105-111) EDN: FAMFLM.
Rust A.M., Platunova E.Yu. Artificial intelligence technologies in the system of higher education in Russia. *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya*. 2024. Vol. 24. No. 6. P. 105–111. DOI: [10.22394/1682-2358-2024-6-105-111](https://doi.org/10.22394/1682-2358-2024-6-105-111) (In Russ.)
19. Сысоев П.В. Искусственный интеллект в образовании: осведомленность, готовность и практика применения преподавателями высшей школы технологий искусственного интеллекта // Высшее образование в России. 2023. Т. 32. № 10. С. 9–33. DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-10-9-33](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-10-9-33) EDN: TZYTKM
Sysoev P.V. Artificial intelligence in education: awareness, readiness and practice of using artificial intelligence technologies by university faculty. *Vysshee obrazovanie v Rossii*. 2023. Vol. 32. No. 10. P. 9–33. DOI: [10.31992/0869-3617-2023-32-10-9-33](https://doi.org/10.31992/0869-3617-2023-32-10-9-33) (In Russ.)
20. Филипова А.Г., Абросимова Е.Е., Абдирайымова Г.С. Практики использования генеративного ИИ (GenAI) в образовательной среде: как студенты России и Казахстана осваивают новые цифровые инструменты // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2025. Т. 19. № 3. С. 40–51. DOI: [10.63973/1998-6785/2025-3/40-51](https://doi.org/10.63973/1998-6785/2025-3/40-51) EDN: WDJCHP
Filipova A.G., Abrosimova E.E., Abdirayymova G.S. Practices of using generative AI (GenAI) in the educational environment: how students in Russia and Kazakhstan master new digital tools. *Oikumena. Regionovedcheskie issledovaniya*. 2025. Vol. 19. No. 3. P. 40–51. DOI: [10.63973/1998-6785/2025-3/40-51](https://doi.org/10.63973/1998-6785/2025-3/40-51) (In Russ.)
21. Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile. NIST AI 600-1. National Institute of Standards and Technology. Gaithersburg: NIST, 2024. DOI: [10.6028/NIST.AI.600-1](https://doi.org/10.6028/NIST.AI.600-1)
22. Baggia A., Tratnik A., Brezavšček A. University teachers' perceptions, attitudes, and practices with generative AI: a systematic literature review with a meta-analytic component. *Quality & Quantity*. 2026. Vol. 60. P. 14107–14139. DOI: [10.1007/s11135-026-02717-x](https://doi.org/10.1007/s11135-026-02717-x)
23. Belkina M., Daniel S., Nikolic S., Haque R., Lyden S., Neal P., Grundy S., Hassan G.M. Implementing generative AI (GenAI) in higher education: A systematic review of case studies. *Computers and Education: Artificial Intelligence*. 2025. Vol. 8. Article 100407. DOI: [10.1016/j.caeai.2025.100407](https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100407)
24. Bobula M. Generative Artificial Intelligence (AI) in higher education: a comprehensive review of challenges, opportunities, and implications. *Journal of Learning Development in Higher Education*. 2024. No. 30. DOI: [10.47408/jldhe.vi30.1137](https://doi.org/10.47408/jldhe.vi30.1137)

25. Chan C.K.Y., Hu W. Students' voices on generative AI: perceptions, benefits, and challenges in higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2023. Vol. 20. Article 43. DOI: [10.1186/s41239-023-00411-8](https://doi.org/10.1186/s41239-023-00411-8)
26. Digital Education Council Global AI Student Survey 2024. *Digital Education Council*. 2024. Accessed 18.05.2026. URL: <https://www.digitaleducationcouncil.com/post/digital-education-council-global-ai-student-survey-2024>
27. Freeman J. Student Generative AI Survey 2025. *HEPI Policy Note 61*. Oxford: Higher Education Policy Institute, 2025. Accessed 18.05.2026. URL: <https://www.hepi.ac.uk/reports/student-generative-ai-survey-2025/>
28. Holmes W., Bialik M., Fadel C. *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Boston: Center for Curriculum Redesign, 2019. 248 p.
29. Ismayil Z., Jafarov A., Adil G., et al. Faculty perceptions of generative AI in Azerbaijani higher education. *European Journal of STEM Education*. 2026. Vol. 11. No. 1. Article 21. DOI: [10.20897/ejsteme/18310](https://doi.org/10.20897/ejsteme/18310)
30. Luckin R., Holmes W., Griffiths M., Forcier L.B. *Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education*. L.: Pearson, 2016. 60 p.
31. Miao F., Holmes W. Guidance for Generative AI in Education and Research. Paris: UNESCO, 2023. 56 p. UNESCO. Accessed 18.05.2026. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693>
32. Nurueva Zh., Muktarbekova R. The teacher in the era of artificial intelligence. *Bulletin of the Jusup Balasagyn Kyrgyz National University*. 2025. Vol. 17. No. 1. P. 80–88. DOI: [10.58649/1694-8033-2025-1\(121\)-80-88](https://doi.org/10.58649/1694-8033-2025-1(121)-80-88)
33. Saydazimova I., Saydazimova O. Teachers' perceptions and agency in implementation of artificial intelligence: The case of Uzbekistan. *Technology in Language Teaching & Learning*. 2025. Vol. 7. No. 4. Article 102980. DOI: [10.29140/tltl.v7n4.102980](https://doi.org/10.29140/tltl.v7n4.102980)
34. The 2025 AI Index Report. Stanford: Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence, 2025. *Stanford HAI*. Accessed 18.05.2026. URL: <https://hai.stanford.edu/ai-index/2025-ai-index-report>
35. Tovmasyan G. Artificial intelligence in Armenian higher education: Lecturers' perspectives on opportunities and challenges. *Issues in Educational Research*. 2026. Vol. 36. No. 1. P. 354–374. URL: <https://www.iier.org.au/iier36/tovmasyan.pdf>
36. Zawacki-Richter O., Marin V.I., Bond M., Gouverneur F. Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education — where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*. 2019. Vol. 16. Article 39. DOI: [10.1186/s41239-019-0171-0](https://doi.org/10.1186/s41239-019-0171-0)

Статья поступила в редакцию: 22.05.2026; поступила после рецензирования и доработки: 21.08.2026; принята к публикации: 25.08.2026.

Received: 22.05.2026; revised after review: 21.08.2026; accepted for publication: 25.08.2026.

СОЦИОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТА



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.6
EDN: SHGJJI

О.В. КРЫШТАНОВСКАЯ¹, Н.А. БАЛЬБОТ¹

¹ Российский государственный гуманитарный университет.
125047, Москва, Миусская площадь, д. 6.

ЦИФРОВОЙ ПЕРФОРМАНС РОССИЙСКОГО БОМОНДА

Аннотация. Активное развитие социальных сетей радикально усилило влияние публичных персон на массовую культуру и изменило сам механизм производства известности. Если в эпоху доминирования традиционных медиа звездность обеспечивалась главным образом телевидением, прессой и киноиндустрией, то в цифровой среде она все в большей степени поддерживается постоянным онлайн-присутствием, визуальной самопрезентацией и повседневным взаимодействием с аудиторией. В результате изменились не только способы коммуникации между знаменитостями и публикой, но и сами границы группы, которую можно определить как селебрити. В нее вошли не только представители шоу-бизнеса, но и блогеры, светские персоны, медиаменеджеры, жены крупных бизнесменов и политиков, а также фигуры, чья популярность держится не на профессиональных достижениях, а на умении удерживать внимание к собственной личности. В статье анализируются цифровая идентичность российского бомонда и те формы самопрезентации, посредством которых в социальных сетях воспроизводятся статус, престиж, символическое превосходство и притязание на исключительность. Эмпирическую основу составило исследование (2025 г.) публичной активности 531 персоны, отобранной на основе участия в светских, медийных и окол властных событиях. Были изучены сетевые метрики, публикации и комментарии аудитории, а также рассчитаны сравнительные индексы активности и вовлеченности. Проанализированы 8183 поста, размещенных преимущественно в сетях «ВКонтакте» и Telegram. Исследование показывает, что в российском цифровом пространстве сложился особый кластер светских селебрити, в котором преобладают женщины, а ключевой формой символического капитала становится демонстративная публичность. Реакция аудитории на эту публичность имеет амбивалентный характер: интерес к роскоши, интимизированной коммуникации и «закулисы» элитного образа жизни сочетается с моральным раздражением, обвинениями в лицемерии, неуместности избыточного потребления и недостоверности транслируемого образа.

Ключевые слова: бомонд; элита; Россия; социальные сети; цифровой перформанс; демонстративное потребление; делегитимация; контент-анализ.

Для цитирования: Крыштановская О.В., Бальбот Н.А. Цифровой перформанс российского бомонда // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 127–146. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.6 EDN: SHGJJI

Общественное мнение формируется в значительной степени под влиянием персон, имеющих большие аудитории. Их публичные выступления, артикулируемые ценности, мировоззрение влияют на массовую культуру тем больше, чем более развитыми являются коммуникативные практики, позволяющие транслировать их нарративы. В настоящее время изучение их влияния на общественные настроения особенно важно, так как появились цифровые инструменты распространения информации, позволившие масштабировать влияние популярных персон. Данная статья посвящена анализу особенностей самопрезентации, поведенческих паттернов и стратегий позиционирования группы россиян, которую будем называть светской элитой или бомондом, а также оценке характера ее взаимодействия с аудиторией.

Обзор литературы и основные понятия

Социальная группа, находящаяся в фокусе данного исследования, обозначается в публичном дискурсе множеством номинаций, отражающих преимущественно интерес к ней, скорее, медиапрофессионалов, а не научного сообщества: бомонд, свет, богема, селебрити, «сливки общества», VIP-персоны и др. Независимо от конкретного наименования, ключевым атрибутивным признаком данной группы выступает высокая степень публичной узнаваемости, обеспечивающая ее членам возможность оказывать заметное воздействие на различные сегменты аудитории. В отличие от других фракций высшего класса, чье доминирование базируется прежде всего на политическом или экономическом капитале, в данном случае определяющее значение приобретает символический капитал, конвертируемый в *капитал влияния*, то есть в способность навязывать аудиториям определенные способы восприятия, оценки и интерпретации социальной реальности. В логике П. Бурдьё [2] данную группу целесообразно рассматривать как совокупность агентов, занимающих специфические позиции на пересечении полей медиа, культуры и власти, где публичная видимость, стилевые различия и демонстративные практики функционируют как ресурсы символического господства. Распространение социальных сетей радикально усилило эти механизмы, поскольку цифровая среда не только расширила возможности накопления и конверсии символического капитала, но и придала капиталу влияния новую — платформенно опосредованную — форму, благодаря которой присутствие селебрити стало повседневным и структурно встроенным в практики массового потребления информации.

Несмотря на то что в настоящем исследовании акцент делается на символическом капитале и цифровых механизмах производства влияния, сама проблема социальной группы, чье положение связано с демонстративным образом жизни и освобождением от повседневного труда, имеет более длительную теоретическую историю. Одной из первых попыток ее концептуализации стала теория праздного класса Т. Веблена. В 1899 г. вышла в свет его книга «Теория праздного класса», где впервые проанализированы особенности социальной группы, которая приобрела высокий статус и может позволить себе вести жизнь, свободную от необходимости трудиться [3]. Понятие «праздный класс» с тех пор вошло в научный обиход и ста-

ло широко использоваться применительно к высшим стратам. Но в российской науке оно не получило такого развития. Здесь говорили о дворянстве, о правящей элите, о творческой интеллигенции, делая акцент либо на аристократическом происхождении, либо на властной позиции, либо на роде занятий. Само наличие социальной группы, характеристикой которой является праздность, отрицалось. Отчасти это было связано с нормами, бытовавшими в Советском Союзе, когда весь народ объявлялся «трудящимися», а уклонение от работы преследовалось законодательством и стигматизировалось как «тунеядство». Законом предусматривались исключения для женщин, имеющих маленьких детей (они назывались домохозяйками), а также для незамужних и бездетных женщин, занятых ведением домашнего хозяйства. В любом случае уклонение от трудовой деятельности, жизнь за счет других, которая не приносила пользу государству, отражалась на репутации человека.

Если попытаться обнаружить признаки праздного класса в современном российском обществе, возникнет ряд сложностей: те, кто ведет образ жизни, соответствующий праздному классу (путешествия с целью развлечения по нескольку раз в год, демонстрация люксовых брендов и роскошной недвижимости, окружение себя другими «звездами» и прислужой, присутствие на знаковых светских событиях и др.), декларируют высокую занятость. Как правило, эти люди называют себя бизнесменами, моделями, шоуменами и проч. Они вкладывают средства в произведения искусства (коллекционирование, дизайн), организуют различные мероприятия, благотворительные марафоны, рассказывают о чудесах пластической хирургии. Дни рождения их детей становятся крупными светскими событиями с миллионными бюджетами, объединяющими многих селебрити, предпринимателей и даже политиков. То есть в буквальном смысле слова это занятые люди с высоким социальным статусом и солидными доходами. Однако праздность как составная часть имиджа очевидно является для них ценностью, так как именно это они демонстрируют публике.

К числу смежных, но не тождественных обозначений данной группы относится и понятие «богема». Несмотря на смысловую близость, исторически этот термин связан прежде всего с художественно-творческой средой, образом жизни и демонстративной внебуржуазностью, тогда как селебрити определяется не родом занятий, а принадлежностью к светскому кластеру высшего класса, основанной на публичной видимости, статусности и социальной влиятельности.

В 2000 г. вышла книга Дэвида Брукса «Бобо в раю: откуда берется новая элита» [1], в которой он ввел новое понятие «бобо», составленное из первых слогов слов «буржуазия» (*bourgeois*) и «богема» (*bohemian*). Брукс полагал, что в конце XX в. произошло слияние двух социальных групп — состоятельных буржуа и творческой богемы, что привело к образованию нового высшего класса. Его представители получили элитное образование, добились заметного финансового успеха и при этом предпочитали имитировать стиль жизни богемы, ее интерес к искусству, экотуризму, органическим продуктам, антиконформистской эстетике. Высмеивая «вульгарную роскошь», они отрицали свою принадлежность к высшему классу, хотя их образование и доходы свидетельствовали об обратном. Дистанцируясь от состоятельных предков, бобо устанавливали новую моду на аскезу и «антибуржуазность».

В конце XX в. получил распространение англицизм «селебрити» (*celebrity*), который стал употребляться как синоним слова «звезда», то есть максимально популярной публичной фигуры. Пресса, радио, телевидение превратились в ключевые институты формирования и воспроизводства «звездной» культуры. Знаменитости стали вездесущими публичными персонами: они не только выступали перед массовой аудиторией, но и регулярно присутствовали в составах жюри, ток-шоу, светских мероприятий. Вместе с тем они сохраняли социальную дистанцию по отношению к публике, и именно эта недосыгаемость формировала вокруг них особую сакрализованную ауру.

Значительное влияние на развитие исследований знаменитостей и культуры славы оказала книга Дэниела Дж. Бурстина “*The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*”, впервые опубликованная в 1962 г., где автор предложил ставшее классическим определение знаменитости как «человека, известного своей известностью» [10]. Тем самым подчеркивалось, что публичная персона может существовать как медийный конструкт, а не только как носитель реальных достижений.

В 1990-е гг. появилось целое направление социальных исследований, которое получило название *Celebrity Studies*. Объектом изучения в таких исследованиях стали знаменитости, а предметом — их позиционирование, социокультурное влияние. Трактовки самого понятия «знаменитость», определение ключевых элементов и особенности влияния на аудиторию описаны в работах Ф. Маршалла [11] и других социологов [12, р. 649–665; 15]. Крис Ройек предложил классифицировать селебрити по размеру полученного наследства, особым личным заслугам, успеху в медиапродвижении, выделив такие виды знаменитости, как предписанная (*Ascribed celebrity*), достигнутая (*Achieved celebrity*) и приписанная (*Attributed celebrity*) [13]. Он отмечал важность самопрезентации в Интернете, которая способствует формированию понятия близости — одного из значимых компонентов капитала в медиасреде [9]. О культурной функции знаменитостей и их роли в экономике и социальной сфере писал Грэм Тернер [15; 16, р. 11–20; 17]. Анализу поведения знаменитостей в социальных сетях посвятил свои работы Дж. Уолкер Реттберг [18, р. 429–443].

В российском научном сообществе такого рода исследования долгое время не получали достаточного внимания. Однако сегодня все чаще публикуются работы, посвященные изучению поведения «звезд» в информационном пространстве [7, с. 12–31], выстраиванию отношений интернет-селебрити со своей аудиторией [6, с. 118–137].

Объект исследования — бомонд

Объектом нашего исследования стала социальная группа, которую предпочитаем называть бомондом, понимаемым как особый светский кластер высшего класса российского общества. Под бомондом подразумевается круг лиц, включенных в устойчивые сети статусного общения и символического обмена, чьи позиции обеспечены значительным объемом экономических, политико-административных и социальных ресурсов, принадлежащих им самим либо их семьям. Принадлежность к этой группе определяется не столько индивидуальной

известностью или профессиональной специализацией, сколько включенностью в инфраструктуру высшего класса, где семейное происхождение, брачные союзы, дружеские связи, участие в закрытых мероприятиях и признание со стороны «своих» играют не меньшую роль, чем персональные достижения. Высший класс в данной статье понимается как верхняя страта общества, в которой объединены акторы, занимающие наивысшие позиции по объему власти, размеру богатства, по социальному влиянию, престижу и публичной заметности. В отличие от правящей элиты, определяемой прежде всего через занятие ключевых государственных и управленческих позиций, высший класс представляет собой более широкую совокупность доминирующих акторов, действующих в политическом, экономическом и символическом полях независимо от наличия у них формальных властных постов.

Понятия «бомонд» и «светская элита» в данной статье используются как синонимы. Оба термина обозначают не весь высший класс, а ту его часть, которая делает статус публично зримым, переводя ресурсное превосходство в демонстративные формы жизни, потребления и коммуникации. Если некоторые представители высшего класса могут сохранять непубличность и дистанцироваться от светских ритуалов, то бомонд представляет собой его визуализированное и ритуализированное ядро, в котором статус должен не только существовать, но и регулярно подтверждаться через публичное предъявление.

В этом смысле термин «бомонд» (*beau monde* или *high society*) точнее смежных понятий, поскольку фиксирует не просто известность, творческую принадлежность или праздность, а включенность в особую среду статусного взаимодействия, основанную на сочетании ресурсов, связей, публичности и символического признания. Именно поэтому данный термин представляется наиболее адекватным для анализа той части высшего класса, которая существует в режиме публичной статусной репрезентации. Он живет в пространстве взаимного узнавания и символического ранжирования, где принадлежность подтверждается присутствием на сцене светской жизни. Это не формальная корпорация, а плотная сеть акторов, связанных общими мероприятиями, клубами, медиаприсутствием, брачными и дружескими связями, а также сходными кодами престижного потребления. Такой кластер существует на пересечении богатства, известности и социального признания, но не сводится ни к одному из этих ресурсов по отдельности.

В современном российском обществе, где отсутствуют формализованные списки аристократии или высшего света, для обозначения данного элитного круга получил распространение эвфемизм «тусовка», который иронически очерчивает границы группы, сочетающей высокий статус, публичную заметность и значительные ресурсы. В ее состав входят по меньшей мере три крупных сегмента: представители крупного бизнеса и топ-менеджмента, регулярно присутствующие на светских мероприятиях и закрытых престижных площадках; представители высшей бюрократии и политики, включенные в светскую жизнь, а также звезды шоу-бизнеса, культуры и медиа — актеры, телеведущие, режиссеры, музыканты, модельеры, топ-модели, спортсмены, инфлюенсеры. В отличие от аристократии прошлого, чье положение определялось прежде всего происхождением, статус представителей «тусовки» основан на сочетании ресурсного превосходства, публичной известности и высокой рыночной оценки их деятельности. Речь идет

о новом неформальном сообществе, возникшем на пересечении политики, бизнеса и культурно-медийной сферы и не избегающем, а, напротив, активно использующем медийность как ресурс статусной репрезентации. Формирование этого сообщества сопровождалось не только выделением особого сегмента внутри высшего класса, но и внутренней дифференциацией исходных статусных групп. В частности, депутатский корпус стал заметно разделяться на публично медийных политиков («говорящих голов») и малоизвестных широкой публике депутатов, сосредоточенных преимущественно на законотворческой работе.

При избрании объектом исследования светского кластера высшего класса необходимо определить теоретическую оптику, позволяющую анализировать публичную самопрезентацию российского бомонда. В качестве такой оптики в настоящей статье используется *концепция социального перформанса*, в рамках которой публичное действие рассматривается не как вторичное выражение сложившейся идентичности, а как механизм ее производства, закрепления и социального признания. Важный вектор для этого подхода задал И. Гофман, описавший социальное взаимодействие в драматургических терминах как «представление себя другим», где индивид выступает в роли исполнителя, ориентированного на организацию впечатления о себе в глазах аудитории [4, с. 29–30]. В такой перспективе социальная жизнь предстает как последовательность ситуаций, в которых акторы используют внешний вид, манеру поведения, обстановку, речевые и визуальные средства для поддержания желаемого образа и контроля над интерпретацией своих действий со стороны окружающих. Для анализа цифровой публичности бомонда эта перспектива особенно продуктивна, поскольку позволяет увидеть в социальных сетях не просто канал коммуникации, а сцену управляемого самопредъявления. Аккаунт публичной фигуры в этой логике выступает как специально организованное пространство фронтальной презентации, где отбираются события, визуальные коды, эмоциональные интонации и биографические детали, способные производить на аудиторию впечатление успеха, исключительности, близости или моральной безупречности. Соответственно, цифровая активность представителей светской элиты может рассматриваться как серия взаимосвязанных актов самопостановки, в которых статус не просто отражается, а заново конструируется и подтверждается.

Подход Гофмана дополняется концепцией Д. Александера, трактующего *перформанс* как символически организованное действие, обращенное к аудитории и ориентированное на достижение эффекта достоверности, убедительности и культурного резонанса [8]. Важен и более широкий взгляд на ритуал и театральность в социальных науках, связанный с работами В. Тёрнера, показавшего, что коллективная жизнь постоянно воспроизводит формы символического разыгрывания, в которых общество не только выражает себя, но и проверяет собственные нормы, границы и иерархии [14]. Применительно к настоящему исследованию это означает, что светская коммуникация в цифровой среде может быть понята как повторяющийся ритуал предъявления статуса, подтверждения принадлежности к привилегированному кругу и символической проверки права на исключительность.

Таким образом, обращение к понятию перформанса позволяет перейти от описания бомонда как ресурсной группы к анализу механизмов, посредством которых она делает себя видимой и социально распознаваемой. Если категория

бомонда фиксирует положение в структуре высшего класса, то категория *перформанса* позволяет увидеть процессуальное измерение этого положения — способы его публичного разыгрывания, эстетизации и легитимации. В рамках настоящей статьи под *цифровым перформансом* будем понимать совокупность повторяющихся практик самопредъявления в социальных сетях, посредством которых представители бомонда демонстрируют свой статус, управляют впечатлением о себе, подтверждают принадлежность к светской элите и стремятся придать собственному превосходству культурно легитимную форму.

Исследование и операционализация

В эмпирической части исследования, проведенного в 2025 г., понятие бомонда операционализируется через совокупность наблюдаемых признаков, позволяющих отбирать единицы анализа не на основе самоописания, а по фактической включенности в светский кластер высшего класса. К таким признакам относятся участие в престижных светских, медийных и окол властных событиях; присутствие в организационных и наблюдательных структурах значимых премий, фестивалей, советов и церемоний; регулярное включение в публичные сети взаимодействия с представителями бизнеса, политики, шоу-бизнеса и культурной элиты, а также принадлежность к семейным и брачным сетям, связанным с высокостатусными позициями. Именно на этой основе были отобраны единицы наблюдения — персоны, устойчиво присутствующие в составе указанных событий и сетей.

Отбор *единиц наблюдения* осуществлялся в несколько этапов. На первом этапе была реконструирована сеть высокостатусных институциональных образований, объединяющих представителей высших слоев российского общества. В массив включались комиссии, комитеты, наблюдательные советы, советы директоров, оргкомитеты и иные коллективные структуры, связанные с политическими, экономическими, общественными и светскими институциями, при условии концентрации в них лиц, обладающих высоким статусным и административным ресурсом. Таким образом, критерием отбора выступало не отраслевое назначение организации как таковое, а степень ее встроенности в пространство высшего класса.

В выборку включались не любые профессиональные ассоциации и общественные объединения, а лишь те, руководство и состав руководящих органов которых свидетельствовали о наличии устойчивых связей с высокостатусными сетями. Значимым основанием для включения служило присутствие в органах управления бывших или действующих высокопоставленных государственных деятелей, крупных бизнесменов, руководителей системообразующих институций и публичных фигур, обладающих значительным социальным капиталом. Напротив, организации, объединявшие преимущественно представителей одной профессиональной среды и не имевшие выраженной связи с высокостатусными сетями, в анализ не включались.

Всего таким способом было отобрано 440 институциональных образований, которые мы называли *элитными клубами*. На следующем этапе была построена двумерная матрица, где по одной оси располагались названия клубов, а по другой —

имена их участников. Всего в зону нашего внимания вошли 7416 человек, которые были занесены в специально созданную базу данных. Такая матрица позволила зафиксировать частоту вхождения одних и тех же лиц в различные высокостатусные структуры и перейти от описания отдельных организаций к анализу сети пересекающихся элитных членств. На основе этой матрицы для каждого человека был рассчитан *индекс административного ресурса* (ИАР), определяемый как число клубов, в которые он входил. Все участники были проранжированы по величине индекса ИАР, причем верхние позиции заняли лица с наиболее высоким институциональным присутствием и, соответственно, наибольшими административным ресурсом и влиянием.

На следующем этапе ранжированный массив был разделен на три крупных кластера: политический, экономический и светский. Основанием кластеризации выступали преобладающий тип институциональной включенности и характер статусной репрезентации соответствующих фигур. В данной статье анализируется верхушка лишь одного — светского — кластера, включающая 531 человека, то есть те фигуры, которые занимали наиболее высокие позиции в рейтинге по совокупности связей, публичного присутствия и включенности в статусные сети. Именно эта группа стала эмпирической базой для изучения цифрового перформанса российского бомонда.

К площадкам и сообществам, репрезентирующим светское ядро высшего класса, относились государственные премии и их организационные комитеты, наиболее популярные телевизионные ток-шоу федеральных каналов, светские мероприятия, широко освещаемые глянцевыми медиа, а также иные статусные события с участием VIP-персон. Такой способ отбора позволяет рассматривать бомонд не как абстрактную группу с размытыми границами, а как реально существующую сеть пересечений между экономическими, политическими, медийными и культурными сегментами высшего класса.

Понятие перформанса, в свою очередь, мы операционализировали через цифровые следы публичного самопредъявления представителей бомонда. Его эмпирическими индикаторами выступают интенсивность присутствия в социальных сетях, частота публикаций, типология контента, визуальные и текстовые маркеры статусности, способы демонстрации семьи, досуга, потребления, профессиональных достижений и лояльности, а также реакция аудитории, выраженная в лайках, комментариях, репостах и интегральных показателях вовлеченности. Иначе говоря, перформанс изучается как не субъективно интерпретируемое качество, а совокупность повторяющихся публичных действий и вызываемых ими откликов.

Эмпирическое изучение цифрового перформанса также осуществлялось поэтапно. Сначала фиксировалось сетевое присутствие и собирались количественные показатели аккаунтов; затем проводился текстовый и визуальный контент-анализ публикаций; после этого анализировались комментарии как форма внешней оценки и моральной санкции со стороны аудитории. Всего в массив вошли 8183 поста, опубликованных преимущественно в сетях «ВКонтакте» и Telegram, что позволило сопоставить публичные стратегии светской элиты с типами общественной реакции.

В ходе анализа использовались метрики, предусмотренные онлайн-сервисом *Popsters* и применяемые им для оценки пользовательской активности и вовлеченности аудитории. В частности, учитывались лав-индекс (ЛИ), ток-индекс (ТИ) и индекс вовлеченности (ИВ), рассчитываемые по формулам¹:

ЛИ = Сумма лайков / Количество подписчиков x 100%;

ТИ = Сумма комментариев / Количество подписчиков x 100%;

ИВ = (Лайки + Репосты + Комментарии) / Количество подписчиков x 100%.

Таким образом, в исследовании использовались платформенные аналитические показатели, адаптированные для задач сравнительного анализа цифровой активности представителей бомонда.

Результаты и обсуждение

После парсинга данных были проанализированы биографические характеристики персон, вошедших в группу бомонда. Их профессиональный состав оказался весьма разнородным и включал телеведущих, журналистов, дизайнеров, писателей, блогеров, музыкантов, актеров, спортсменов, продюсеров и представителей других публичных профессий. Характерной особенностью данной группы стало значительное присутствие жен бизнесменов и политиков, а также так называемых «светских львиц» — женщин, ведущих публичный образ жизни, но не имеющих отчетливо выраженной профессиональной идентичности.

Гендерное распределение выборки выявило явный дисбаланс: мужчины составили 36% светского кластера, тогда как женщины — 64%. Тем самым бомонд оказался единственным кластером высшего класса, в котором преобладают женщины, в то время как в политическом и экономическом кластерах доминируют мужчины, доля которых достигает соответственно 88,0% и 94,0%. Эта особенность требует отдельного социологического объяснения.

Преобладание женщин в данном сегменте вряд ли может быть объяснено только интересом аудитории к «женскому» контенту. Скорее, речь идет о том, что именно женщины чаще оказываются носителями той формы цифровой публичности, которая строится на визуальной демонстрации тела, интерьера, потребления, семейной сферы и эмоциональной близости. Мужчины в этом кластере, как правило, легитимируют свое присутствие через профессию, экспертность или политическую позицию, тогда как женщины чаще вовлечены в производство повседневной эстетизированной публичности. Такое распределение отражает структурные свойства цифрового пространства, в котором женская видимость в большей степени зависит от визуальности, телесности, эмоциональности и поэтому чаще становится объектом как восхищения, так и морального осуждения. В результате именно женщины оказываются в авангарде цифрового перформанса бомонда, но и в наибольшей степени подвержены и критике со стороны аудитории.

¹ См.: Popsters. — URL: <https://popsters.ru/> (дата обращения 07.08.2025).



Рис. 1. «Светские львицы» Наталья Якимчук, Яна Рудковская, Наталья Давыдова, Ксения Собчак, Елена Перминова, Алена Кравец на своих яхтах (публикации в Instagram)

Особое внимание было уделено той части изучаемой группы, для которой характерны практики демонстративного потребления. Как правило, они проявлялись в публикациях об отдыхе на престижных курортах, в путешествиях на яхтах, перелетах бизнес-джетами, посещении международных фестивалей и недель моды, а также в акцентированном показе одежды и аксессуаров люксовых брендов (рис. 1). Нередко подобный контент сопровождался фото- и видеоматериалами с благотворительных вечеров и других статусных мероприятий в кругу богатых и известных гостей. Еще одной характерной чертой цифровой самопрезентации российского бомонда выступает демонстрация обслуживающего окружения — косметологов, парикмахеров, визажистов, пластических хирургов, дизайнеров и иных специалистов, представляемых как элемент эксклюзивного образа жизни (что вполне соответствует концепции Т. Веблена о демонстрации «ливрейных слуг»).

В российском светском сегменте социальные сети функционируют как механизм аккумуляции демонстративного поведения. Его основой становится не только материальный достаток как таковой, но и способность представить его в эстетически привлекательной, эмоционально насыщенной и социально заразной форме. Роскошный интерьер, путешествия, дорогая одежда, общение с VIP-персонами, семейные праздники, организованные с большим размахом, превращаются в знаки символического превосходства лишь при условии их публичной экспозиции. При этом речь идет не просто о прямом хвастовстве. Цифровой перформанс бомонда устроен тоньше: избыток подается как естественность, привилегия — как стиль жизни, а социальная дистанция — как привлекательный образец для подражания. Именно поэтому значительная часть такого контента принимает форму повседневного рассказа о «нормальной» жизни, хотя

сама эта жизнь для массовой аудитории остается недостижимой. Наиболее эффективные стратегии самопрезентации не демонстрируют роскошь напрямую, а вплетают ее в ткань смоделированной спонтанности.

Отсюда вытекает и центральное *противоречие цифровой идентичности* светских персон. Для удержания внимания необходимо быть заметным, однако избыточная заметность порождает раздражение. Необходимо демонстрировать исключительность, но при этом не утрачивать символическую связь с нормами «обычной» жизни. Те, кто не способен удержать этот баланс, становятся объектом буллинга, обвинений в фальши, высокомерии и социальной глухоте.

Контент-анализ и структура цифровой идентичности

Исследование показало, что российский сектор светских персон не является простым продолжением профессиональной известности. В него входят как фигуры, достигшие признания в искусстве, на телевидении или в журналистике, так и персонажи, чья публичность производна от брака, светской активности, включенности в элитные сети знакомств или способности регулярно производить привлекательный контент. Это означает, что внутри данного кластера *известность* функционирует как относительно автономный ресурс, лишь частично связанный с профессиональными достижениями и в ряде случаев существующий независимо от них.

Для выявления механизмов формирования цифрового образа все публикации изучаемых персон были типологизированы по восьми категориям: репортативные, репутационные, сервильные, развлекательные, критикующие, информационные, семейные и патриотические. К репортативным относились сообщения о прошедших мероприятиях, выполненной работе или участии в событиях без выраженной личной оценки; к репутационным — публикации, фиксирующие достижения, премии, профессиональные успехи и иные знаки признания. Сервильный контент включал похвалу вышестоящих персон или демонстрацию лояльности по отношению к более сильным участникам статусной иерархии; развлекательный — фотосессии, праздники, отдых, поздравления и различные формы досуга. Критикующие публикации содержали негативные оценки событий, групп или отдельных лиц; информационные — комментарии к актуальной повестке или значимые для аудитории сообщения. Семейный контент был связан с демонстрацией фотографий и видео детей, супругов, родителей и домашней сферы, а патриотический — с выражением любви к России, поддержки страны и привязанности к национальным символам.

Материалы исследования показывают, что наиболее распространенными у представителей бомонда являются публикации развлекательного и информационного характера, в меньшей степени — репутационные, семейные и патриотически окрашенные посты (см. рис. 2). При этом данные типы контента функционируют не как изолированные жанры, а как элементы единой стратегии самопозиционирования. Развлекательный контент нормализует привилегию, представляя досуг, поездки, праздники, красивые интерьеры и иные атрибуты высокого статуса как естественное продолжение повседневности. Репутационный

контент, напротив, укрепляет право на статус, постоянно напоминая аудитории о достижениях, премиях, сценических успехах, премьерах и других знаках легитимности. Семейные темы снижают социальную дистанцию, делая публичную фигуру более «человечной», эмоционально доступной и узнаваемой.

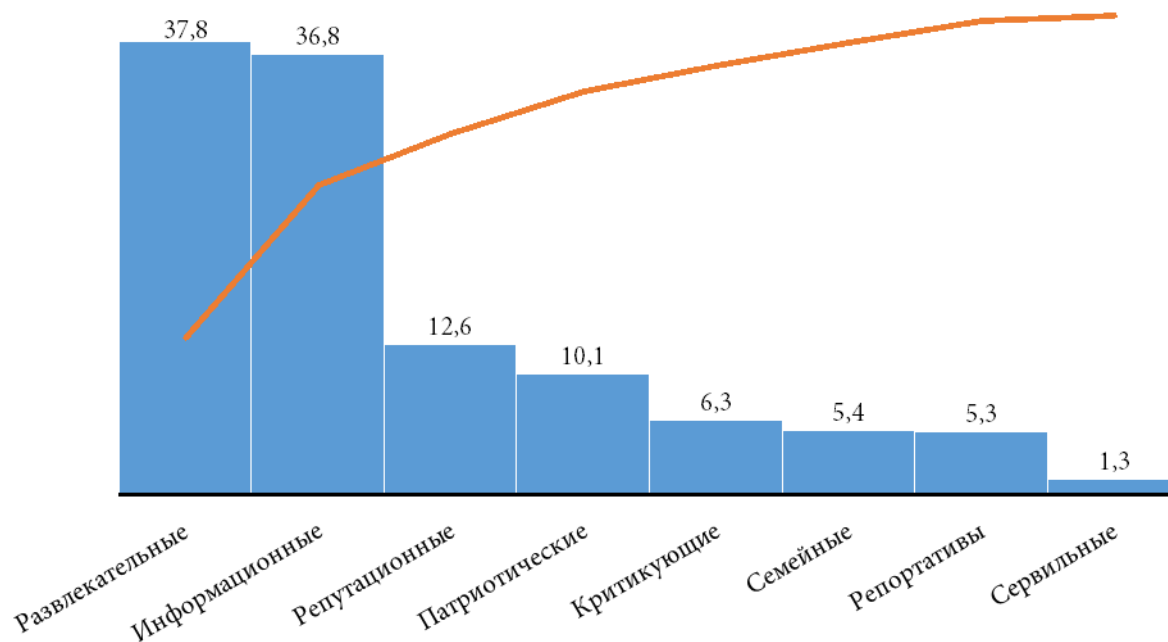


Рис. 2. Линейное распределение постов представителей светского кластера высшего класса в социальных сетях по тематическим категориям, % ($N = 8183$)

Источник: разработано и составлено авторами по материалам исследования.

Преобладание развлекательных и информационных публикаций ожидаемо для данного типа публичности. В этом случае социальные сети выступают не только каналом передачи сведений, но и витриной настроения, стиля жизни и эмоциональной атмосферы. Развлекательные посты обычно сопровождаются фото- и видеоматериалами, рассчитанными на быстрый отклик, легкое обсуждение и эстетическое потребление, тогда как информационный контент позволяет автору оставаться включенным в повестку и демонстрировать способность интерпретировать происходящее.

Репутационный контент также занимает значимое место. Сообщения о премьерах, наградах, сотрудничестве, успехах детей, о реализованных проектах и новых профессиональных ролях служат подтверждением права на публичное внимание. В этой логике социальная сеть выступает продолжением биографической витрины, где каждое достижение становится свидетельством статуса, а регулярность подобных свидетельств поддерживает устойчивость публичного образа. Но особое место занимают патриотические посты и публикации по актуальной повестке. Они позволяют встроить личный бренд в более широкий моральный и политический порядок, демонстрируя, что за эстетизированным фасадом стоит не только частный успех, но и лояльность коллективно значимым ценностям.

Вместе с тем именно этот тип контента связан с наибольшим риском обвинений в неискренности, поскольку любое расхождение между декларируемыми ценностями и образом жизни быстро становится объектом сетевой критики.

По сравнению с другими кластерами высшего класса бомонд отчетливо тяготеет к развлечению публики: посты этого типа лидируют только у светского сегмента (см. рис. 3). Политики преимущественно отчитываются перед аудиторией о проделанной работе, поездках и решении текущих проблем; представители бизнеса ограничиваются информированием фолловеров о корпоративных событиях, не касаясь ни политически острых тем, ни развлечений, очерчивая для себя рамки безопасного содержания. Именно бомонд в наибольшей степени ориентирован на «легкие» темы, предлагая публике цифровые образцы демонстративного потребления.

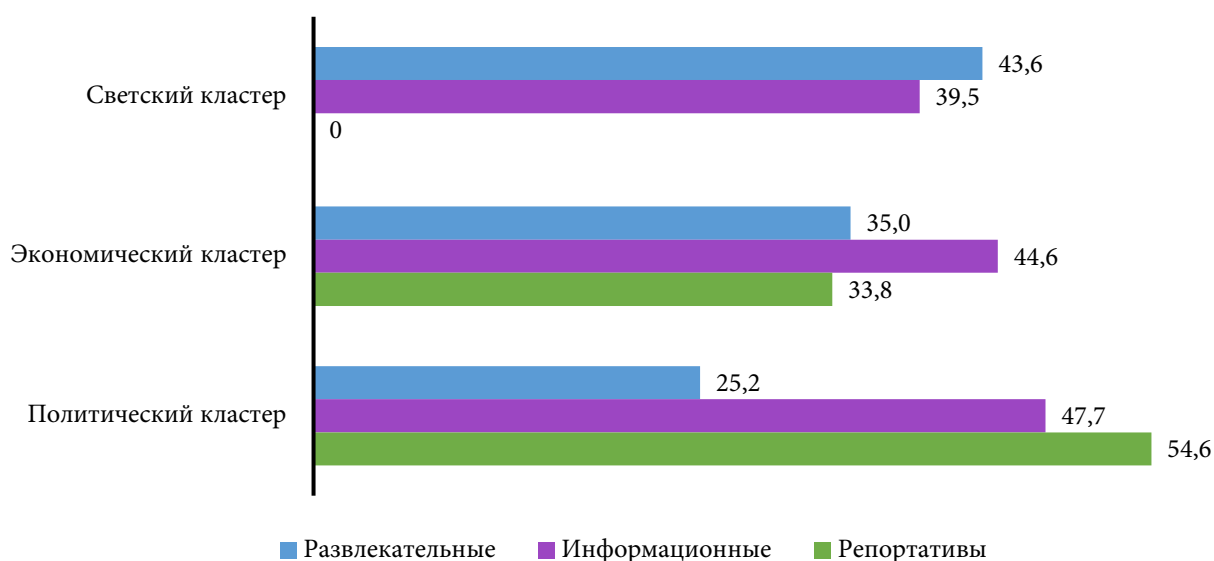


Рис. 3. Сравнение трех кластеров высшего класса по стилю их цифрового перформанса

Исходя из проведенного контент-анализа, исследуемые респонденты могут быть разделены на три крупные группы в зависимости от способа ведения аккаунта. К первой относятся авторы, для которых социальные сети выступают продолжением информационно-политической деятельности, — их ленты сосредоточены на актуальной повестке, комментариях к новостям и публичном высказывании. Вторая группа обращается к повестке выборочно, включая ее в аккаунт лишь тогда, когда событие соответствует эмоциональной интонации блога. Третья группа почти полностью избегает острых тем и строит коммуникацию вокруг частной жизни, эстетики потребления и персонализированного мира повседневности.

Социологически значимо, что эти три группы представляют не просто стилистические различия, а разные способы легитимации публичности. В первом случае право на внимание обосновывается компетентностью и выраженной позицией, во втором — сочетанием известности и ситуативной моральной включенности, в третьем — привлекательностью образа жизни и эмоциональной атмосферой аккаунта. По мере удаления автора от профессиональной журналистики и медиапроизводства снижается доля новостного контента и возрастает удельный

вес семейной, бытовой и визуально-эстетической самопрезентации. Третья группа в наибольшей степени характерна для светского сегмента как такового. Она превращает социальные сети в пространство не дискуссии, а *демонстрации*, не аргументации, а показа, не участия в общей проблематике, а презентации селективно отредактированной жизни. Именно поэтому такой тип публичности оказывается особенно уязвимым к моральной реакции аудитории.

Авторские фреймы и аудиторные интерпретации

В данном исследовании использовался анализ отклика аудитории на публикации наших респондентов, основанный на гофмановском понимании *фрейма* как схемы интерпретации, задающей способ восприятия и осмысления ситуации [5]. Нам важно было различать, с одной стороны, авторский фрейм сообщения, то есть ту смысловую рамку, которую коммуникатор стремится задать своей публикации, рассчитывая вызвать определенную реакцию аудитории; а с другой — ее фактическую интерпретацию адресатами. Такая интерпретация может совпадать с авторским замыслом, смещать его или вступать с ним в противоречие, переопределяя смысл сообщения в иной логике. Таким образом, предметом анализа выступает не только смысл, который коммуникатор вложил в публикацию, но и реальное прочтение и преобразование интерпретации в ответной реакции фолловеров.

Анализ публикаций, набирающих максимальные значения лав-индекса, показывает, что аудитория одобряет не всякую роскошь и не всякую известность. Наиболее привлекательными оказываются те посты, в которых высокий статус сочетается с эмоциональной открытостью, морально понятным поводом и личностным измерением. Иными словами, одобрение получают не просто знаки превосходства, а те из них, которые переведены в форму человеческой близости. Наиболее успешно работают поздравления с праздниками, публикации о детях и семье, а также посты, содержащие элементы личной радости, благодарности, сочувствия или поддержки. Высокий отклик вызывают и сообщения о благотворительности и помощи, особенно в тех случаях, когда они не воспринимаются как сугубо имиджевые. Патриотически окрашенные публикации также получают заметное одобрение, однако лишь при условии, что они не считаются как риторическая маска, скрывающая демонстративное благополучие.

Показателен контраст между реакциями аудитории на разные типы публикаций одной и той же публичной фигуры. Фотография известной женщины на дорогом курорте может вызывать резкое осуждение подписчиков, воспринимающих такой контент как демонстрацию эпикурейства на фоне сложной ситуации в стране. Однако тон комментариев заметно меняется, когда в аналогичном визуальном ряду появляется мать автора: саркастические и обвинительные реакции уступают место теплым и поддерживающим откликам. В этом случае публикация считается уже не как демонстрация роскоши, а как свидетельство любви к матери, приверженности семейным ценностям, заботы о старшем поколении и личной открытости. Тем самым присутствие матери в кадре и ее публичное поздравление выступают механизмом символической нейтрализации показного благополучия посредством апелляции к человечности, семейной традиции и морально одобряе-

мой близости. Именно поэтому в потоке публикаций, посвященных дорогим нарядам и интерьерам, наибольшее одобрение получает пост, тематически связанный не с роскошью как таковой, а с любовью к матери.

Это позволяет сделать важный вывод: в цифровой среде положительная реакция возникает не на саму привилегию, а на ее символическое смягчение. Аудитория готова принимать высокостатусную фигуру в тех случаях, когда та демонстрирует чувства, семейность, участие в чужой судьбе, тонкий юмор, патриотизм или хотя бы чувство меры. И наоборот, холодная демонстрация превосходства, не сопровождаемая эмоциональной компенсацией, воспринимается как вызов.

Особый интерес представляет то обстоятельство, что лидерами по лав-индексу нередко становятся не самые массовые аккаунты, а блоги с относительно небольшой аудиторией. Это показывает, что эмоциональная вовлеченность не сводится к числу подписчиков. Напротив, камерность аккаунта, более персонализированная интонация и меньшая степень медиатизации способны создавать эффект подлинности, повышающий уровень одобрения. Для социологической интерпретации это важно по двум причинам. Во-первых, капитал в медиасреде внутренне неоднороден: большая аудитория обеспечивает масштаб, но не гарантирует поддержку. Во-вторых, сама логика одобрения показывает, что аудитория ценит не только видимость успеха, но и возможность воспринимать его как житейски оправданный. Чем меньше аккаунт напоминает безличную витрину статуса, тем выше вероятность позитивной вовлеченности.

Ток-индекс и моральная делегитимация

Если лайки фиксируют привлекательность образа, то комментарии позволяют выявить его проблемные зоны. Анализ ток-индекса и содержания комментариев показывает, что наибольшую дискуссионность вызывают публикации двух типов: посты, затрагивающие болезненную общественную повестку, и посты, демонстрирующие роскошь, избыток, чрезмерную телесность и социальную дистанцию. В обоих случаях аудитория реагирует не столько на сам факт публикации, сколько на степень ее уместности.

Комментарий в цифровой среде выполняет функцию своеобразного *морального суда*. Подписчики оценивают не только эстетическую сторону образа, но и его соответствие коллективным ожиданиям, нормам скромности, патриотизма, социальной справедливости и искренности. Поэтому один и тот же элемент контента (например, дорогой отдых или праздничный наряд от люксового бренда) может быть интерпретирован либо как красивая жизнь, либо как неприличное хвастовство. Наиболее агрессивную реакцию вызывает открытая демонстрация роскошного потребления в периоды, когда общественный фон насыщен тревогой, потерями и ощущением общего неблагополучия. В этих условиях аудитория отказывает своим цифровым кумирам в праве на эстетизацию избытка и переводит обсуждение из плоскости вкуса в плоскость морали. Тогда критика направляется уже не на стиль как таковой, а на саму легитимность положения публичной фигуры.

По результатам исследования выделено несколько типичных оснований делегитимации представителей бомонда в российском цифровом пространстве. *Первое* — обвинение в демонстративном потреблении и социальной глухоте: аудитория болезненно реагирует на избыточную роскошь, если она не уравновешена ни трудовым усилием, ни общественно значимой миссией, ни чувством меры. *Второе основание* — подозрение в неискренности, особенно в отношении патриотических, благотворительных или морально окрашенных публикаций, если предшествующий образ автора явно вступает с ними в противоречие. В этом случае подписчики считывают не только текст конкретного поста, но и биографию, репутацию и предшествующие жесты автора, а комментарии становятся пространством предъявления памяти о его прошлых высказываниях, путешествиях и связях. *Третьим основанием* делегитимации выступает нарушение гендерно-моральных ожиданий. Особенно жестко осуждаются сексуализированные изображения, нарочитая демонстрация тела, очевидный фотошоп, яхты и другие знаки эстетизированной телесности. Характерно, что значительная часть такой критики в адрес женщин-блогеров исходит от подписчиц женского пола, что позволяет подозревать в цифровой делегитимации светских фигур не только классовое, но и гендерное соперничество. Наконец, *четвертым основанием* является обвинение в лицемерии, то есть в расхождении между публичной ролью и образом жизни. Когда селебрити позиционирует себя как сторонника государственной позиции и традиционных ценностей, аудитория особенно внимательно отслеживает, не расходятся ли эти декларации с биографической практикой, подмечая сервильность и неискренность автора. Именно такое расхождение превращает цифровую публичность в зону повышенного репутационного риска.

Отдельного внимания заслуживают практики управления комментариями. В ряде аккаунтов заметно присутствие устойчивой группы поддержки — цифровой клаки, регулярно воспроизводящей одобрительные оценки и смягчающей возникающую критику. В других случаях авторы ограничивают возможность комментирования или прибегают к жесткой модерации дискуссии. Эти практики показывают, что социальные сети не являются открытой ареной спонтанной реакции: публичная фигура не только предъявляет себя аудитории, но и в определенной мере создает условия видимости самой аудитории. Однако даже жесткая модерация не устраняет риска делегитимации, поскольку негативные интерпретации могут перемещаться на другие площадки и становиться частью репостинга и более широкого публичного обсуждения.

Тем самым цифровая публичность оказывается не только способом самопредъявления, но и механизмом постоянной проверки границ допустимого. Если в офлайн-коммуникации критика светской фигуры часто остается фрагментарной и рассредоточенной, то в социальных сетях она приобретает видимую форму, накапливается под публикацией и превращается в *коллективный манифест аудитории*. Именно поэтому существенное значение приобретают контекст появления публикации (доминирующая общественная повестка, предшествующая репутация автора, интонация подписи), а также соотношение между заявленной моральной позицией и демонстрируемым образом жизни. Один и тот же визуальный знак может восприниматься как эстетика успеха, если он встроен в рассказ о труде или семье, и как социальная нечувствительность, если появляется на фоне тревожной ситуации в стране.

С этой точки зрения делегитимация не сводится к случайному всплеску негативных эмоций. Она представляет собой устойчивый механизм сетевого контроля, посредством которого аудитория оценивает право публичной фигуры занимать символически привилегированное место. В комментариях обсуждается не только качество фотографии, наряда или текста, но и более общий вопрос о том, обладает ли автор моральным правом демонстрировать именно такой образ жизни и пропагандировать определенные ценности. Поэтому критика представителей бомонда нередко принимает форму обвинения в двойных стандартах, праздности, разрыве между словами и делами, а также между приватной выгодой и публичной риторикой.

Заключение

Проведенное исследование показало, что в российском цифровом пространстве сформировался устойчивый светский кластер высшего класса, объединенный не столько профессиональной принадлежностью, сколько особым режимом публичности, который основан на регулярной самопрезентации, демонстративном потреблении и борьбе за внимание аудитории. Внутри этого кластера ключевым ресурсом становится способность эстетизировать повседневность и превращать частную жизнь в публично потребляемый контент.

Цифровая идентичность российского бомонда представляет собой постоянный перформанс статусного превосходства, который не сводится к простой демонстрации богатства. Его эффективность зависит от способности переводить привилегию в социально приемлемую форму — семейность, благотворительность, патриотизм, профессиональные достижения, эстетический вкус или эмоциональную открытость. Там, где такой перевод оказывается убедительным, аудитория воспринимает высокий статус как заслуженный или, по крайней мере, по-человечески понятный; там же, где привилегия предъясняется как холодная витрина богатства и праздности, возникает моральное раздражение и запускается механизм делегитимации.

Вместе с тем цифровая идентичность российского бомонда внутренне противоречива. Для поддержания популярности необходимо: демонстрировать избыток, но не слишком откровенно; быть близким к аудитории, но не утрачивать дистанцию; вызывать восхищение, но не провоцировать ощущение моральной непристойности. Именно на этой границе разворачивается основное напряжение цифрового перформанса: публичные фигуры вынуждены одновременно быть исключительными и «своими», успешными и скромными, заметными и искренними.

Особое значение имеет выявленное гендерное измерение цифровой публичности. Женщины в исследуемом кластере чаще выступают носителями демонстративного стиля, поскольку именно женская самопрезентация в социальных сетях в большей степени связывается с телесностью, интерьером, семьей, потреблением и эмоциональной работой. Однако та же видимость делает их более уязвимыми для моральной критики: цифровая публичность влиятельных и известных женщин одновременно расширяет возможности накопления вни-

мания и символического капитала, в то же время усиливая контроль со стороны аудитории, повышая риск обвинений в неискренности, тщеславии, чрезмерности и нарушении норм скромности.

Полученные результаты позволяют уточнить социальную роль светского кластера в современной России. Он выступает не только объектом развлечения или подражания, но и посредником между массовой аудиторией и образцами привилегированного образа жизни. Через аккаунты представителей бомонда привилегия становится видимой, обсуждаемой и эмоционально оцениваемой. Именно поэтому социальные сети превращают бомонд в своеобразную лабораторию символического неравенства, где можно наблюдать, какие формы высокого статуса признаются допустимыми, а какие вызывают протест. Тем самым социальные сети выступают как двойственный институт: с одной стороны, они создают беспрецедентные возможности для накопления символического капитала, а с другой — превращают любую публичную фигуру в объект непрерывной проверки на уместность и социальную легитимность. Это позволяет рассматривать цифровую славу не просто как сумму подписчиков и реакций, а как динамическую систему признания, в которой количественные метрики, символические ресурсы и моральные оценки взаимно усиливают или, напротив, ослабляют друг друга.

Ограничением исследования является зависимость анализа от открытости аккаунтов и доступности комментариев, поскольку часть публичных фигур закрывают обсуждение или используют модерацию, сужая наблюдаемую зону обратной связи. Однако само управление комментариями представляет собой важный эмпирический результат, поскольку показывает, насколько чувствительной стала публичная репутация светских персон в цифровой среде.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Крыштановская Ольга Викторовна — доктор социологических наук, директор, Научный центр цифровой социологии «Ядов-центр», Российский государственный гуманитарный университет. **Телефон:** +7 (916) 262-30-00. **Электронная почта:** olgakrysht@ya.ru SPIN-код: 5881-9789

Бальбот Надежда Александровна — аналитик, Научный центр цифровой социологии «Ядов-центр», Российский государственный гуманитарный университет. **Телефон:** +7 (915) 445-45-08. **Электронная почта:** 4454508@gmail.com SPIN-код: 4454-4845

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. VOL. 32. NO. 3. P. 127–146. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.6](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.6)

Research Article

OLGA V. KRYSHтанOVSKAYA¹, NADEZHDA A. BALBOT¹

¹ Russian State University for the Humanities.

6, Miusskaya Square, 125047, Moscow, Russian Federation

DIGITAL PERFORMANCE OF THE RUSSIAN BEAU MONDE

Abstract. The rapid development of social media has dramatically increased the influence of public figures on mass culture and transformed the mechanisms through which fame is produced and maintained. While

in the era of traditional media stardom was mainly generated by television, the press and the entertainment industry, in the digital environment it is increasingly sustained by permanent online presence, visual self-presentation and everyday interaction with the audience. This article analyzes the digital identity of the Russian beau monde and the forms of self-presentation through which status, prestige, symbolic superiority and claims to exclusivity are reproduced on social media. The empirical basis of the study is an analysis of the public online activity of 531 individuals selected on the basis of their participation in social, media and government-affiliated events. The study included social media metrics, posts, audience comments and calculated comparative indices of activity and engagement. A total of 8,183 posts published mainly on VK and Telegram were analyzed. The findings show that a specific cluster of high-society celebrities has emerged in the Russian digital space, one in which women dominate and where demonstrative publicity becomes a key form of symbolic capital. Audience reactions to this publicity are ambivalent. Interest in luxury, intimate communication and access to the backstage of elite lifestyles coexists with moral irritation, accusations of hypocrisy, the inappropriateness of excessive consumption, as well as doubts about the authenticity of the projected image. Thus, the digital environment functions not only as a space for producing popularity, but also as an arena for the delegitimization of celebrities.

Keywords: beau monde; elite; Russia; social media; digital performance; conspicuous consumption; delegitimization; content analysis.

For citation: Kryshstanovskaya, O.V., Balbot, N.A. Digital Performance of the Russian Beau Monde. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 127–146. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.6](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.6)

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Olga V. Kryshstanovskaya — Doctor of Sociological Sciences, Director, Yadov Center for Digital Sociology, Russian State University for the Humanities. **Phone:** +7 (916) 262-30-00. **Email:** olgakrysht@ya.ru ORCID: 0000-0001-5278-0940 ResearcherID: GLQ-7604-2022

Nadezhda A. Balbot — Analyst, Yadov Center for Digital Sociology, Russian State University for the Humanities. **Phone:** +7 (915) 445-45-08. **Email:** 4454508@gmail.com ORCID: 0000-0002-4157-1921 ResearcherID: JGC-9122-2023

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита / Пер. с англ. Д. Симановского. М.: Ad Marginem Press, 2013. — 296 с.
Bruks D. Bobos in Paradise. *The New upper Class and How They Got There*. Transl. from Eng. by D. Simanovsky. Moscow: Ad Marginem Press publ., 2013. 296 p. (In Russ.)
2. Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 5. С. 60–74. DOI: [10.17323/1726-3247-2002-5-60-74](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2002-5-60-74) EDN: OYUVRD
Bourdieu P. The Forms of Capital. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2002. Vol. 3. No. 5. P. 60–74. (In Russ.)
3. Веблен Т. Теория праздного класса / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1984. — 367 с. DOI: [10.17323/1726-3247-2002-5-60-74](https://doi.org/10.17323/1726-3247-2002-5-60-74)
Veblen T. *The Theory of the Leisure Class*. Transl. from Eng. Moscow: Progress publ., 1984. 367 p. (In Russ.)
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. и вступ. ст. А.Д. Ковалева. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2000. — 304 с.
Goffman E. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Transl. from Eng. and foreword by A.D. Kovaliov. Moscow: KANON-press-Ts publ.; Kuchkovo pole publ., 2000. 304 p. (In Russ.)
5. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ.; Под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой; Вступ. статья Г.С. Батыгина. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», Институт социологии РАН, 2003. — 752 с.

- Goffman E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Everyday Experience*. Transl. from Eng.; Ed. by G.S. Batygin and L.A. Kozlova; Foreword by G.S. Batygin. Moscow: Institute of the Public Opinion Foundation publ., Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences publ., 2003. 752 p. (In Russ.)
6. Колпинец Е.В. Ценность аффективного труда в культуре интернет-селебрити // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 5. С. 118–137. DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1959](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1959) EDN: YTOKMZ
Kolpinets E.V. The Value of Affective Labour in the Culture of Internet Celebrities. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2021. No. 5. P. 118–137. DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1959](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1959) (In Russ.)
 7. Логунова О.С., Лебедев П.А. Digital-селебрити: трансформация теоретических подходов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 5. С. 12–31. DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1992](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1992) EDN: UJOOOF
Logunova O.S., Lebedev P.A. Digital Celebrities: Transformation of Theoretical Approaches. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2021. No. 5. P. 12–31. DOI: [10.14515/monitoring.2021.5.1992](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1992) (In Russ.)
 8. Alexander J.C. Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy. *Sociological Theory*. 2004. Vol. 22. No. 4. P. 527–573. DOI: [10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x](https://doi.org/10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x)
 9. Baker S., Rojek C. *Lifestyle Gurus: Constructing Authority and Influence Online*. Cambridge: Polity Press, 2020. 189 p.
 10. Boorstin D.J. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. N.Y.: Harper & Row, 1962. 315 p.
 11. Marshall P.D. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997. 290 p.
 12. McLeod K. The Private Ownership of People. *The Celebrity Culture Reader*. Ed. by P.D. Marshall. L.: Routledge, 2006. P. 649–665.
 13. Rojek C. *Celebrity*. L.: Reaktion Books, 2001. 208 p.
 14. Turner V. *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. N.Y. City: Performing Arts Journal Publications, 1982. 127 p.
 15. Turner G. *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. L.: Sage, 2009. 200 p. DOI: [10.4135/9781446269565](https://doi.org/10.4135/9781446269565)
 16. Turner G. Approaching Celebrity Studies. *Celebrity Studies*. 2010. Vol. 1. No. 1. P. 11–20. DOI: [10.1080/19392390903519024](https://doi.org/10.1080/19392390903519024)
 17. Turner G. *Understanding Celebrity*. L.; Thousand Oaks: Sage, 2014. 184 p. DOI: [10.4135/9781473957855](https://doi.org/10.4135/9781473957855)
 18. Walker Rettberg J. Self-Representation in Social Media. *The SAGE Handbook of Social Media*. Ed. by J. Burgess, A. Marwick, T. Poell. L.: SAGE, 2017. P. 429–443. DOI: [10.4135/9781473984066.n24](https://doi.org/10.4135/9781473984066.n24)

Статья поступила в редакцию: 18.05.2026; поступила после рецензирования и доработки: 03.07.2026; принята к публикации: 24.07.2026.

Received: 18.05.2026; revised after review: 03.07.2026; accepted for publication: 24.07.2026.

СОЦИОЛОГИЯ ГЕНДЕРА



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.7
EDN: UMQDBN

Л.А. ОКОЛЬСКАЯ¹

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН.
109544, Москва, ул. Кржижановского, 23/35, корпус 5.

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН О ЦЕННЫХ КАЧЕСТВАХ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Аннотация. В статье анализируются нормативные представления россиян о ценных качествах мужчин и женщин и их гендерная обусловленность. Теоретические основания анализа находятся в области гендерных исследований и исследований дружбы. Нормативные представления интерпретируются с точки зрения эволюционистского подхода, концепции социального обучения, теории социальных ролей. Для классификации личностных качеств используется типология агентности — общности. Эмпирической базой исследования служат данные всероссийского опроса ВЦИОМа 2025 г. ($N = 1600$), в котором задавался вопрос о ценных качествах мужчин и женщин и предлагался для выбора список из 12 вариантов. Сравнительный анализ иерархий мужских и женских качеств, построенных отдельно для каждого пола, комбинируется с регрессионным анализом. Полученные результаты свидетельствуют о сосуществовании в российском обществе традиционных и новых гендерных норм, о наличии зон общественного консенсуса и взаимного непонимания. С одной стороны, в общественном мнении доминируют универсальные нормы порядочности и ума, действующие для обоих полов. Сохраняют актуальность традиционные представления мужчин о том, что женщина выполняет работу заботы, занимается бытом и сохраняет верность; они в целом разделяются и женщинами. Собственную роль мужчины видят преимущественно в свойствах автономии и компетентности; свою верность подчеркивают значительно реже, чем женскую. С другой стороны, женщины акцентируют важность собственной агентности и автономии; они ожидают от мужчин заботливости и других свойств общности, формируя запрос на «новую маскулинность». Вопрос о взаимном обмене заботой как новой «валютой» отношений является существенным расхождением в ожиданиях и самовосприятии полов.

Ключевые слова: личностные качества; гендерные роли; гендерные нормы; гендерная асимметрия; агентность; общность; теплота; работа заботы; регрессионный анализ; ВЦИОМ.

Для цитирования: Окольская Л.А. Гендерные различия в представлениях россиян о ценных качествах мужчин и женщин // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 147–163. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.7 EDN: UMQDBN

Введение

В России, как и в других странах, происходит демографическая модернизация, которая выражается в росте регуляции прокреативного поведения и автономизации от него сексуального и матримониального поведения, ранее составлявших единый ансамбль [2]. Широкое участие женщин в оплачиваемой занятости и необходимость совмещать трудовую и семейную роли трансформируют гендерные стандарты в сторону большей гибкости и вариативности; изменяются виды социального контракта и общая архитектура выбора партнера [6; 13]. В последние десятилетия в стране увеличивается количество разводов [14], что сигнализирует о неудовлетворенности многих россиян отношениями в браке. С точки зрения сексуальной культуры и семейных ценностей российское общество остается довольно консервативным [7, с. 372–377; 15]. Тем не менее в нулевые и десятые годы XXI в. личные ценности населения, как мужского, так и женского, сдвигались в сторону индивидуализации [8]. Впоследствии в обществе произошел поворот к неоконсервативным ценностям [9], подкрепляемый возрастающей с 2020 г. экзистенциальной нестабильностью (сначала пандемия COVID-19, затем длительный военный конфликт с Украиной). В свете этих разнонаправленных воздействий интересно изучить текущие нормативные представления россиян о ценных качествах мужчин и женщин, определяющие социальный выбор и служащие ориентирами для самоидентификации. Выявление расхождений между полами важно для понимания трансформаций в социальной структуре.

Настоящее исследование опирается на данные всероссийского опроса ВЦИОМа за 2025 г., содержавшего вопросы о ценных личностных качествах мужчин и женщин [10]. Были систематизированы предлагаемые респондентам качества с опорой в том числе на типологию агентности — общности [20; 25; 29]. Эти универсальные измерения не использовались отечественными учеными для анализа наборов личностных качеств, хотя и вводились в оборот при изучении гендерного неравенства [11]. Основным методом исследования служил регрессионный анализ, который ранее не применялся к этим данным.

Оценка и выбор партнеров: агентность и общность

В соответствии с теорией социальных ролей представления о гендере формируются на основе наблюдения за деятельностью людей, которая определяется сложившимся в обществе разделением труда — как внутри домохозяйства, так и за его пределами. При этом из характера деятельности индивида того или иного пола выводятся представления о его внутренних качествах [30]. Исследователи дружбы как одной из базовых форм взаимодействия утверждают, что ожидания индивида от других людей определяются как когнитивные концептуализации атрибутов, которые он или она желали бы у них видеть, и поведения, которого он или она хотели бы от них добиться [23]. Люди стремятся сблизиться с теми, кто ассоциируется у них с благоприятными ситуациями [18]. Влечение индивида к другим может определяться их значимостью для достижения собственных жизненных целей [19].

М. Апостолу и П. Ветса выделяют четыре причины заводить друзей — получение поддержки, социальный вклад, достижение целей создания пары и личного продвижения, — формирующие механизм отбора кандидатур для сближения [17].

В литературе встречаются следующие термины для описания представлений о желаемых качествах других людей в зависимости от пола: полоролевые ожидания и предпочтения [23]; гендерные роли [30]; гендерные идеалы и стереотипы [4; 22]; критерии отбора партнеров и друзей [19; 26]; черты, качества, характеристики партнеров [16]. В данной работе будем использовать термин «нормативные представления о желательных качествах», поскольку в социологическом опросе, служащем эмпирической базой настоящего исследования, используется именно такой индикатор, восходящий к гендерным нормам.

Социальные психологи установили, что восприятие другого человека или группы преимущественно базируется на двух универсальных измерениях — агентности и общности, или компетентности и теплоты [20]. П. Трапнелл и Д. Полхус определяют агентность как «метаконцепцию, связанную с продвижением себя в социальной иерархии», а общность — как «партнерскую концепцию, связанную с поддержанием позитивных отношений» [29, р. 39]. Агентность подразумевает напористость, самостоятельность и компетентность; общность — заботу о других, общительность и эмоциональную чувствительность, иногда в нее включают и моральные качества. С. Фиске и ее коллеги выявили, что измерение теплоты первично, так как для любого человека при встрече с незнакомцем важно прежде всего установить его доброжелательность, определить его намерения и связанную с ними вероятность причинения вреда или оказания помощи. Второй по важности задачей является оценка способности реализовать эти намерения [20]. С позиции исследований ценностей агентность соответствует индивидуализму; общность воплощает разные виды социальности [8].

Положение мужчин и женщин на данной оси различно: агентность в большей мере ассоциируется с маскулинностью, общность — с фемининностью [19; 25]. Эволюционистские теории утверждают, что мужчины больше ценят в товарищах (и в самих себе) черты, ассоциируемые с высокой продуктивностью в охоте и коалиционном насилии, а также терпимее, чем женщины, относятся к скупости высокопродуктивных деловых партнеров [19]. Мужские дружбы более многочисленны, но отличаются низкой эмоциональной близостью; женские чаще реализуются в меньшем числе более тесных и надежных контактов, обеспечивающих помощь в уходе за потомством и разрешении конфликтных ситуаций [21]. Женщины чаще ожидают взаимности и общности от близких (и сами предлагают их) [23]. Мужчины также ожидают от женщин поддерживающей эмоциональной атмосферы и подавления гнева [21]. Женщины наделяют идеальную представительницу своего пола таким же уровнем агентности, как и идеального мужчину, тогда как мужчины характеризуют свой идеал женщины как намного менее агентный по сравнению с мужчиной [22]. В отличие от эволюционистского подхода, концепция социального обучения интерпретирует выбор индивидов соображениями затрат и выгод. Так, в традиционных обществах женщины, лишённые возможности самостоятельно выжить и достичь успеха, вынуждены выбирать партнеров, способных приобретать ресурсы и готовых вкладывать их в семью [24].

Межстранные и внутрироссийские исследования гендерных норм

Очертим специфику российских представлений о желательных качествах обоих полов на основе данных сравнительных и внутренних исследований. В 1990-е гг. Э. Хэтфилд и С. Шпрехер изучали предпочтения в выборе брачных партнеров у молодежи из трех стран — из США, России и Японии [24]. Они выявили сходство российских и американских студентов по частоте запроса на ряд атрибутов общности и статуса; отличие россиян от японцев заключалось в их более высокой оценке экспрессивности и открытости партнера. Кроме того, российские студенты больше сверстников из других стран ценили любовное мастерство, что отражало либерализацию сексуальной сферы в России в 1990-е гг.

Исследование брачных предпочтений, проведенное в начале 2000-х гг. в 53 странах с участием России, показало, что у россиянок одни из самых высоких, по международным меркам, требования к честности партнера; российские мужчины тоже ставили честность женщин на вершину рейтинга [27]. Все это указывает на проблему доверия между полами — в терминах Э. Игли и В. Вуд, на острую необходимость установить добрые намерения партнера [30]. Ж.В. Чернова и Л.Л. Шпаковская объясняют эту специфику высоким риском развода и желанием застраховаться от него путем «правильного» выбора [16].

По данным межстранового исследования М.С. Фабрикант и В.С. Магуна, в нулевые годы россияне отличались от европейцев средневысокой традиционностью взглядов на семейные отношения и гендерные роли, ярче всего выражавшейся в нормативном приоритете семейной роли женщины [15]. С.М. Ребрей установила, что, несмотря на высокую образованность и экономическую активность россиянок, их агентность ниже, чем у жительниц развитых стран [11]. Анализ динамики гендерных стереотипов молодежи в 2010-е гг. — в частности, в работе К.С. Дивисенко [4] — указывает на устойчивость нормативных представлений о ценных качествах обоих полов. Он подчеркивает, что во взглядах девушек есть тенденция к эгалитаризации, унификации гендерных ролей, юноши же более консервативны. В работе И.А. Бегининой и ее коллег показано, что молодые мужчины убеждены в превосходстве мужской дружбы над женской и оправдывают мужскую неверность [1]. Выявлены и другие гендерные расхождения в нормативных представлениях, в том числе такие, которые можно отнести к свойствам агентности и общности [5].

В период экономического роста и быстрого развития социальных сетей в России распространялись образцы быстрого профессионального успеха — как мужские, так и женские [12]. Желание подражать ярким медийным моделям способствовало изменению субъектности россиянок, осознанию ими своего агентского потенциала. Наряду с этим интенсифицировалось родительство, формировалась новая идентичность вовлеченного, заботливого отцовства [12], находившая отклик у молодежи обоих полов [3]. Наконец, благодаря общему повышению уровня жизни и психотерапевтическому повороту у россиян актуализировалась ценность эмоционального благополучия, появилось осознание права на поддержку. Это,

в частности, могло способствовать росту числа разводов по субъективным причинам [14]. Можно ожидать, что эти и другие процессы отразились на общественном мнении о ценных качествах мужчин и женщин.

Цель и гипотезы исследования

Цель данного исследования состоит в том, чтобы проанализировать гендерные различия россиян в нормативных представлениях о мужчинах и женщинах. На основе знания об универсальных гендерных нормах и особенностях российской культуры выдвигаем следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Моральные качества мужчин более важны для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 2. Черты общности мужчин более важны для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 3. Мужская агентность важнее для мужчин, чем для женщин.

Гипотеза 4. Женская агентность важнее для женщин, чем для мужчин.

Гипотеза 5. Женские свойства общности равно важны для обоих полов.

Данные, методы, ограничения анализа

Эмпирическая база исследования представляет собой данные всероссийского опроса ВЦИОМа, проведенного в феврале 2025 г. Данные собирались методом телефонного интервью по случайной стратифицированной выборке, построенной на основе полного списка мобильных телефонных номеров во всех 8 федеральных округах России¹. Объем выборки составил 1600 человек в возрасте 18 лет и старше. Для выравнивания половозрастного состава выборки применялась переменная дизайн-веса, сконструированная ВЦИОМом. Представления о желательных качествах измерялись вопросами с множественным выбором, на которые можно было дать ограниченное число подходящих ответов:

- «Поговорим о мужчинах и женщинах. Что Вы больше всего цените в мужчинах? Я зачитаю список ответов, выберите *не более пяти*».
- «А что Вы больше всего цените в женщинах? Я зачитаю список ответов, выберите *не более пяти*».

В обоих случаях респондентам зачитывался одинаковый список из 12 качеств, которые мы распределили на 4 группы, опираясь в том числе на типологию агентности — общности:

1. *агентность*: ум, независимость, умение сопротивляться невзгодам;
2. *телесный ресурс*: внешняя привлекательность, сексапильность, темперамент;
3. *общность*: хозяйственность², душевность, заботливость, легкий характер;
4. *моральные качества*: верность, порядочность.

¹ Подробнее о методологии сбора данных ВЦИОМа см.: [10].

² Как способность вкладываться в общее хозяйство.

Несмотря на нейтральную формулировку самих вопросов, среди предлагаемых качеств были такие, которые обычно применяются к брачным или романтическим партнерам (верность, внешняя привлекательность, сексапильность). Однако они позволяют охарактеризовать и обобщенного Другого, и собственную идентичность.

Респонденты имели возможность выбрать до пяти важных качеств, но на практике около половины из них ограничились самыми главными. Лишь 44% из 1600 опрошенных отметили более трех мужских качеств; 54% выбрали более трех женских³. Мы проанализировали иерархии ценных качеств мужчин и женщин, построенные отдельно для каждого пола.

Подходящим для данного случая методом исследования является регрессионный анализ, позволяющий оценить значимость гендерных различий и ответить на исследовательский вопрос: близки или далеки друг от друга представления мужчин и женщин о ценных качествах каждого пола? Были построены модели бинарных логистических регрессий: 12 для мужских качеств и 12 — для женских; всего 24 модели. Переменные с множественным выбором качеств были преобразованы в наборы дихотомических переменных (1 — качество отмечено как важное, 0 — качество не отмечено). Каждая из этих дихотомий стала зависимой переменной регрессии. Основной независимой переменной служил пол респондента. Результаты контролировались по возрасту (4 группы: до 24 лет включительно, 25–39 лет, 40–54 года, 55 лет и старше), по уровню образования — от 1 (низкий) до 4 (очень высокий), по материальному положению семьи — от 1 (очень хорошее) до 5 (очень плохое), по федеральному округу, типу населенного пункта — от 1 (город с численностью 1 млн человек и более) до 7 (село).

Модели логистической регрессии показали низкие значения псевдо- R^2 Найджелкерка — от 0,03 до 0,17 (см. табл. 2), что свидетельствует об их ограниченной предсказательной способности. Следует отметить, что это распространенная ситуация для социологических данных. Тем не менее пол оказался статистически значимым предиктором в большинстве случаев, и, следовательно, его влияние неслучайно. Низкий псевдо- R^2 не опровергает валидность интерпретации регрессионных коэффициентов. Не ставя перед собой задачу предсказания выбора (на который, кроме пола, влияют и другие факторы), можно полагаться на эти коэффициенты для понимания, в какую сторону значение данного предиктора сдвигает значение зависимой переменной и каков размер этого эффекта.

Иерархии ценных качеств мужчин и женщин

Рассмотрим вначале результаты анализа описательных статистик. Ответы мужчин и женщин о личностных качествах различались по развернутости: мужские высказывания о своем поле значимо более лаконичны, чем их высказывания о женщинах и ответы женщин об обоих полах. В среднем мужчины называли 2,7 варианта мужских и 3,4 — женских качеств, тогда как женщины отмечали 3,7 варианта для

³ Как показали К. Расински, Д. Мингэй и Н. Брэдберн, уклонение респондентов от оценки большого числа подсказок с целью оптимизации своей когнитивной нагрузки характерно для ответов на вопросы этого типа [28].

своего пола и 3,5 — для противоположного. В связи с этим представляется удобным сравнивать ранги качеств вместе с частотами. В таблице 1 приведены частотные распределения мужских и женских качеств, разделенные по полу, и их ранги.

Общественное мнение россиян относительно гендерных норм отличается умеренно высокой консолидацией: наиболее высокочастотные качества аккумулируют «голоса» чуть более половины респондентов. Единогласного выбора того или иного качества не наблюдается, однако зафиксировано единодушие в невыборе: универсально непопулярные варианты, отмеченные менее чем 10% и даже 5% респондентов и респонденток. Это показывает, что в обществе существуют конвенциональные представления о мужественности и женственности, но допускаются и вариации. Сосредоточимся на пяти ведущих чертах обоих полов — трех главных и двух дополнительных — и составим четыре нормативных портрета.

1. *Мужской автопортрет*. Двумя наиболее ценными качествами своего пола мужчины считают порядочность и ум, которые отметили 53 и 41% опрошенных соответственно. На третьем месте находится независимость (35%), на четвертом — умение сопротивляться невзгодам (31%). Хозяйственность (29%) замыкает пятерку наиболее важных мужских качеств. Данная комбинация показывает, что российские мужчины видят себя как морально ответственных, способных к анализу, автономных и устойчивых субъектов, в придачу обладающих мастерством для решения технико-бытовых задач. В современном мире интеллект может выступать заменителем физической силы как ресурс, обеспечивающий благополучие и восходящую мобильность⁴. Акцент на стойкости может указывать на готовность быть опорой для себя и для других. В терминах эволюционистских теорий такой набор вполне соответствует стереотипу «ловкого охотника» и «хорошего товарища» с поправкой на новую маскулинность. Однако в него не вошли супружеские качества, такие как верность и заботливость.

2. *Мужской портрет глазами женщин*. Первые два места в данной иерархии те же, что и в предыдущей: россиянки больше всего ценят в противоположном поле порядочность и ум, набравшие 59 и 52% соответственно. Это базовые качества «хорошего Другого», на которого можно положиться и который обладает достаточными компетенциями для успешного функционирования в современном обществе и реализации добрых намерений [20]. Важно, что на третье место (48%) женщины поставили заботливость мужчины, что очевидно выражает их высокий запрос на вовлеченное партнерство и участие противоположного пола в «работе заботы»⁵. Четвертый ранг поделили сразу два качества: хозяйственность и верность (по 42% каждое), что указывает на их второстепенную, хотя и важную роль для женщин. На пятом месте (33%) оказалась независимость — достаточно важное, но отнюдь не главное качество. Таким образом, респондентки наделили идеального мужчину бóльшим количеством свойств общности, чем респонденты: сами мужчины не включили в ядро приоритетов ни верность, ни заботливость (набравшие соответственно 28 и 17%). В верхнюю позицию этой и предыдущей иерархий также не вошло ни одно

⁴ Учитывая, что в список ответов не входили качества, описывающие умение зарабатывать, физическую силу, атлетизм и пр.

⁵ Исследователи выявили аналогичную асимметрию для любви к детям: большинство опрошенных женщин хотели бы видеть это качество в мужчинах, но большинство мужчин не включили его в число важных [5].

свойство телесности; не попали туда и свойства общности, описывающие коммуникативные навыки. Дисбаланс между спросом женщин на мужские качества и ответным предложением аналогичных свойств не очень выражен и касается в наибольшей мере легкого характера и внешней привлекательности (отмечают у себя на 13 и 11 п. п. чаще, чем запрашивают у мужчин), заботливости и порядочности (ожидают от мужчин соответственно на 12 и 10 п. п. больше, чем готовы предоставить сами).

Таблица 1

Распределения ответов на вопросы: 1) «Поговорим о мужчинах и женщинах.

Что Вы больше всего цените в мужчинах? Я зачитаю список, выберите не более пяти»;

2) «А что Вы больше всего цените в женщинах? Я зачитаю список, выберите не более пяти»

(ВЦИОМ, 2025 г.), доля респондентов, выбравших каждое из качеств,

% от общего числа опрошенных⁶, ранги (приведены в скобках)

Качества	Ценят в мужчинах		Ценят в женщинах	
	Пол			
	мужчины	женщины	мужчины	женщины
Порядочность	53 ⁽¹⁾	59 ⁽¹⁾	42 ⁽³⁾	49 ⁽²⁾
Ум	41 ⁽²⁾	52 ⁽²⁾	41 ⁽⁴⁾	50 ⁽¹⁾
Независимость	35 ⁽³⁾	33 ⁽⁵⁾	14 ⁽⁹⁾	33 ⁽⁶⁾
Умение сопротивляться невзгодам	31 ⁽⁴⁾	25 ⁽⁶⁾	18 ⁽⁸⁾	29 ⁽⁷⁾
Хозяйственность	29 ⁽⁵⁾	42 ⁽⁴⁾	47 ⁽²⁾	48 ⁽³⁾
Верность	28 ⁽⁶⁾	42 ⁽⁴⁾	51 ⁽¹⁾	39 ⁽⁴⁾
Заботливость	17 ⁽⁷⁾	48 ⁽³⁾	34 ⁽⁵⁾	36 ⁽⁵⁾
Душевность	14 ⁽⁸⁾	21 ⁽⁷⁾	25 ⁽⁷⁾	27 ⁽⁸⁾
Темперамент	7 ⁽⁹⁾	8 ⁽¹⁰⁾	8 ⁽¹²⁾	7 ⁽¹¹⁾
Легкий характер	6 ⁽¹⁰⁾	9 ⁽⁹⁾	13 ⁽¹⁰⁾	22 ⁽⁹⁾
Внешняя привлекательность	5 ⁽¹¹⁾	10 ⁽⁸⁾	32 ⁽⁶⁾	21 ⁽¹⁰⁾
Сексапильность	2 ⁽¹²⁾	3 ⁽¹¹⁾	11 ⁽¹¹⁾	4 ⁽¹²⁾
Затруднились ответить	8	2	5	2
N, чел.	723	877	723	877

3. *Женский автопортрет.* Характеризуя идеальную представительницу своего пола — вероятно, такую, какой хотелось бы быть им самим, — респондентки чаще всего называли ум, то есть свойство агентности, выражающее компетентность и способность к самостоятельным суждениям. Его отметили 50% опрошенных. Таким образом, женщины не только ожидают интеллектуальной состоятельности от мужчин, но и стремятся иметь «свою голову на плечах». Второй ранг получила порядочность, набравшая всего на 1 п. п. меньше, чем ум. Подчеркнем, что эти же два качества образуют верхушку двух предыдущих иерархий, то есть женщины предъявляют к себе подобным такие же базовые требования, как и мужчины. Третьей по популярности стала хозяйственность (48%), которая в данном контексте может выражать способность женщины организовывать питание и комфорт, разумно распределять ресурсы. Четвертый ранг получила верность (39%), которая дополнительно подчеркивает надежность женщины, ее стремление соответствовать социальным нормам, но при этом не является первостепенным

⁶ Данные взвешены.

требованием. На пятом месте находится заботливость (36%) — конвенциональное фемининное свойство общности, согласие на работу заботы, которое женщины, в принципе, дают, но тоже не выводят на первый план. Подчеркнем, что телесный ресурс — внешняя привлекательность и тем более столь чувствительный признак, как сексапильность, — не стал центральным критерием самооценки большинства россиянок. Это сигнализирует о массовом отказе женщин от «декоративной» самоидентичности. Однако и агентские качества, такие как независимость и умение сопротивляться невзгодам, не вошли в пятерку наиболее востребованных.

4. *Женский портрет глазами мужчин.* Верхняя часть четвертой иерархии существенно отличается от трех предыдущих тем, что она фактически перевернута: важнейшим женским качеством для мужчин является верность (51%), на втором месте — хозяйственность (47%). В главную тройку входит также порядочность (42%). Ум и заботливость имеют соответственно четвертый и пятый ранги, их отметили 41 и 34% опрошенных мужского пола. Таким образом, мужчины определяют женщину, скорее, через принадлежность и функциональность, в то время как женщины видят и себя, и мужчин как автономных ответственных субъектов. Примечательно, что внешняя привлекательность женщин не вошла в топ-5 у мужчин, несмотря на большую свободу выбора ответов. С учетом данных более ранних исследований [5] это неожиданный результат. Расхождения между требованиями мужчин к женщинам и ответным предложением собственных достоинств выглядят куда более значительными, чем в случае с женскими требованиями к мужчинам. Так, разрыв между спросом на женскую верность и предложением своей верности составляет 23 п. п. (тогда как для женщин эта разница составляет всего 3 п. п.). Существенное превышение спроса над предложением наблюдается в отношении внешней привлекательности (разрыв 28 п. п.), хозяйственности (18 п. п.), заботливости (17 п. п.), душевности (11 п. п.). Вместе с тем мужчины считают женщин значительно менее агентными, чем самих себя (разрыв по независимости на 21 п. п., по умению сопротивляться невзгодам 12 п. п.), и менее порядочными (на 12 п. п.). Они признают их интеллект, но это не главное. Все вышесказанное наводит на мысль о двойных стандартах, упоминавшихся в других исследованиях [1].

Регрессионный анализ: гендерные различия в представлениях о своем и противоположном полах

Проверим статистическую значимость гендерных различий в представлениях россиян о всем спектре ценных личностных качеств мужчин и женщин при помощи регрессионного анализа. В таблице 2 приведены значения бета-коэффициентов, описывающих влияние пола респондента при выборе качеств⁷.

⁷ Абсолютные величины коэффициентов отражают размер соответствующих эффектов, а их знаки указывают: выше или ниже значение зависимой переменной у одного из полов по сравнению с референтным гендером (здесь — у женщин по сравнению с мужчинами). Статистически значимые отличия отмечены звездочками (см. примечание к табл. 2).

Агентность. В восприятии разных полов свойства мужской агентности разнородны. Мужской ум — одно из топовых качеств — оказался значимо более важен для женщин. Помня о том, что в данном опросе он может завуалированно выражать способность приобретать средства к существованию, можно считать, что женщины воспроизводят стереотип «добытчика» даже в большей мере, чем сами мужчины. В отношении мужской независимости действует гендерное согласие. Лишь мужскую стойкость значимо чаще выбирают именно мужчины; женщины меньше ожидают ее. В представлениях о женской агентности гендерная асимметрия выражена гораздо сильнее. Женщины считают все три ее компонента значимо более важными, чем мужчины, и наибольший эффект — у независимости (>1). Таким образом, подтверждается наш вывод о том, что женщины определяют себя как автономных субъектов, хотя мужчины не ждут от них такого рода автономии.

Моральные качества. Фундаментальное качество порядочности, образующее основу доверия, воспринимается людьми разного пола немного по-своему. Если мужскую порядочность все опрошенные ценят одинаково высоко, то женскую порядочность значимо сильнее подчеркивают респондентки. Что касается верности, эффекты оказались зеркальными: мужскую верность ожидаемо чаще отмечают женщины, а женскую — мужчины, причем величины эффектов в данном случае примерно одинаковы⁸. Если перевести на язык романтических отношений, это означает, что каждый пол претендует на эксклюзивные отношения с партнером, но не готов полностью принадлежать ему.

Свойства общности. Существенные гендерные различия наблюдаются в оценке свойств общности мужчин. Так, женщины выбирали все четыре свойства общности значимо чаще, чем мужчины, и наибольший абсолютный размер эффекта (>1) у заботливости, которую, как было показано выше, россиянки внесли в число топовых качеств противоположного пола. В отношении женских свойств общности, напротив, существует явный гендерный консенсус. И респонденты, и респондентки одинаково ценят три качества идеальной женщины: хозяйственность, душевность и заботливость. Легкий характер значимо сильнее артикулирован в женской самоидентичности. Таким образом, традиционные нормативные представления о женщинах сохраняются в обществе [15], но одновременно формируются новые нормы, касающиеся мужчин.

Телесность. Что касается телесно-физиологических параметров, мужская внешность ожидаемо оказалась значимо важнее для женщин, причем величина эффекта приблизилась к 1, что указывает на значительную гендерную асимметрию и неудовлетворенный запрос небольшой части россиянок на красиво выглядящих мужчин. Женская красота предсказуемо важнее для мужчин, но глубина различий здесь меньше. Женская сексапильность тоже значительно выше ценится мужчинами, и можно было ожидать зеркального эффекта в отношении этого качества для противоположного пола. Однако выбор мужской сексапильности оказался гендерно нейтральным; это наводит на предположение, что мужчины в среднем

⁸ При регрессионном анализе сравнивается выбор мужчинами и женщинами качеств одного пола, но нет возможности сопоставить другие пары: спрос одного пола на качество противоположного пола и готовность самому предоставлять его. Перекрестные сравнения делаются в описательной части.

придают больше значения своим сексуальным успехам. Самое непопулярное качество — темперамент — одинаково слабо востребовано обоими полами в отношении и мужчин, и женщин.

Таблица 2

Коэффициенты бинарных логистических регрессий, показывающие гендерные различия в выборе ценных мужских и женских качеств (ВЦИОМ, 2025 г.)

Тип	Качества	Ценят в мужчинах			Ценят в женщинах		
		Пол респондента (референтная группа — мужчины)					
		Женщины	Псевдо- R^2	N , чел.	Женщины	Псевдо- R^2	N , чел.
Агентность	Ум	0,463***	0,117	1598	0,397***	0,093	1598
	Независимость	−0,040	0,054	1598	1,225***	0,135	1598
	Умение сопротивляться невзгодам	−0,267*	0,037	1598	0,652***	0,043	1598
Моральность	Верность	0,626***	0,048	1598	−0,559***	0,067	1598
	Порядочность	0,165	0,086	1598	0,278**	0,034	1598
Общность	Хозяйственность	0,561***	0,088	1598	0,035	0,054	1598
	Заботливость	1,571***	0,173	1598	0,09	0,031	1598
	Душевность	0,501***	0,037	1598	0,109	0,025	1598
	Легкий характер	0,496*	0,046	1598	0,603***	0,068	1598
Телесность	Внешняя привлекательность	0,937***	0,091	1598	−0,644***	0,054	1598
	Сексапильность	0,515	0,113	1598	−0,982***	0,099	1598
	Темперамент	0,232	0,096	1598	−0,081	0,084	1598

Примечания:

1. Во всех моделях в табл. 2 контролируются: возраст, образование, материальное положение семьи, федеральный округ, тип населенного пункта; используется R^2 Найджелкерка.

2. * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Обсуждение и выводы

Регрессионный анализ данных всероссийского опроса ВЦИОМа, скорее, подтверждает гипотезу 1 о более высоком запросе россиянок на моральные качества мужчин по сравнению с требованиями мужчин к самим себе. Правда, они не касаются порядочности, в отношении которой наблюдается гендерное согласие, а затрагивают только верность. В пользу этой гипотезы дополнительно свидетельствуют и результаты анализа иерархий: женщины включают верность в топ-5 мужских

качеств, а мужчины — нет. Обнаружен зеркальный эффект для женской верности, которую значимо выше ценят мужчины; он проявляется и при сравнении рангов, причем в гораздо более яркой форме, чем в регрессионном анализе: верность является главнейшим женским качеством в глазах мужчин. Результаты исследования свидетельствуют о взаимном несовпадении требований полов друг к другу, о неготовности части россиян к эквивалентному обмену и желанию контролировать других.

Гипотеза 2 о том, что мужчинам значимо менее, чем женщинам, важны свойства общности у своего пола, полностью подтвердилась для всех четырех показателей, с наибольшим эффектом — для заботливости. Гендерная асимметрия во взглядах на заботу выпукло проявилась и при сопоставлении рангов качеств, что также свидетельствует в пользу гипотезы. Данное расхождение является «камнем преткновения» в отношениях мужчин и женщин в нашей стране.

Гипотезу 3, касающуюся более высокой важности мужской агентности для самих мужчин, сложно подтвердить или опровергнуть регрессионными моделями ввиду разнонаправленности полученных эффектов. Так, мужскую независимость одинаково ценят оба пола; мужской ум значимо выше ценят россиянки. Только стойкость к невзгодам значимо более важна для мужской самоидентичности. Тем не менее вспомогательные результаты, полученные из анализа иерархий, свидетельствуют в пользу этой гипотезы, поскольку все три компонента агентности входят в пятерку наиболее высокочастотных качеств, называемых мужчинами, а женщины включают в топ только два из них. Таким образом, мужская автономия лишь частично принимается женщинами.

Полностью подтверждается *гипотеза 4*, касающаяся более высокой важности женской агентности для женщин по сравнению с мужчинами. Все три ее показателя — в наибольшей мере независимость — значимо чаще указываются женщинами. Анализ рангов тоже подтверждает это. Данный вывод согласуется с открытиями, сделанными исследователями женской агентности [22].

Гипотеза 5 о конвенциональном восприятии женских свойств общности принимается, так как гендерные различия для трех показателей из четырех незначимы. Хозяйственность, заботливость и душевность — общепризнанные качества «хорошей» женщины в России. Сравнение женского автопортрета на основе рангов качеств с портретом, составленным мужчинами, также говорит о гендерном консенсусе.

Полученную картину можно охарактеризовать как переходный гендерный порядок. С одной стороны, в нем есть зона взаимного согласия, в которой старые нормы продолжают работать; это касается базовых норм порядочности и ума, а также свойств общности, подразумеваемых у женщин по умолчанию — хозяйственности, заботливости и душевности. С другой стороны, выделяется область двойных стандартов, как в случае с верностью, которую каждая сторона (особенно мужчины) требует в большем объеме, чем готова сама предоставлять. Существует взаимное непонимание по вопросам заботы, хозяйственности и душевности — эгалитаристских ожиданий женщин, пока не принятых мужчинами [4]. К новым нормам можно отнести и запрос женщин на автономию, которая, возможно, вызывает беспокойство у противоположного пола. Сравнительно слабая роль внешней привлекательности в самоопределении женщин предположительно может быть связана с ее замещением качествами, позволяющими самостоятельно выживать в современном мире.

Происходящие изменения в гендерном порядке, по всей видимости, следуют из накопленного социального опыта первых полутора десятилетий XXI в., когда в России продолжался экономический рост. Широкие выводы исследований ценностей говорят об усилении индивидуалистских ориентаций среди россиян с нулевых по двадцатые годы XXI в. [8]. Благоприятные условия для построения карьеры, предпринимательской деятельности способствовали большей автономии россиян обоих полов, изживанию патерналистских установок, унаследованных из советского прошлого⁹. В рассматриваемый период происходили развитие социальных сетей и трансляция через них моделей достижения успеха — как мужских, так и женских [12]. Проанализированные нами данные ВЦИОМа свидетельствуют о важности агентских качеств — прежде всего для мужской идентичности, но и для женской тоже.

На наш взгляд, существенными факторами сдвигов нормативных представлений являются интенсификация родительства в условиях нуклеарной семьи и увеличение объема нормативных требований к благополучию и развитию детей, которые сложно удовлетворить исключительно за счет материнских ресурсов. Запрос женщин на заботу со стороны мужчин может быть связан с осознанием права на поддержку и уважение, возникающим по мере перехода от удовлетворения базовых потребностей к более высокому уровню.

Неоконсервативный поворот и экзистенциальные угрозы 2020–2025 гг., пережитые россиянами, могут сдерживать модификацию гендерного порядка и даже возвращать на повестку дня «старые» гендерные нормы — например, беспокойство о верности и связанную с ней ревность. При ухудшении экономических условий и актуализации проблемы выживания возможны более инструментальное отношение людей друг к другу, конкуренция за ресурсы, дальнейшее усугубление проблемы доверия. И все же мы считаем, что нелегкий опыт последних лет пока не перечеркнул накопленные за предшествующие годы изменения в самосознании россиян, и сегодняшние гендерные представления отражают в большей степени именно их.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Окольская Лидия Александровна — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН. **Телефон:** +7 (926) 281-68-06. **Электронная почта:** okoli@yandex.ru SPIN-код: 1632-4704

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 147–163. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.7)

Research Article

LIDIA A. OKOLSKAYA¹

¹ Institute of Sociology of FCTAS RAS.

bl. 5, 24/35, Krzhizhanovskogo str., 117218, Moscow, Russian Federation.

⁹ Доля респондентов, рожденных в 1985 г. или позже, социализировавшихся преимущественно в постсоветский период, составляла 37%.

GENDER DIFFERENCES IN RUSSIANS' PERCEPTIONS OF VALUED PERSONALITY TRAITS IN MEN AND WOMEN

Abstract. This article analyzes normative perceptions of Russian people regarding the valued personality traits of men and women and the extent to which these perceptions are shaped by gender. The study is grounded in the fields of gender studies and friendship research. These normative perceptions are interpreted through the lenses of the evolutionary approach, social learning theory and social role theory. The agency-communality typology is used to classify personal qualities. The empirical basis of the study consists of data from a 2025 nationwide VCIOM survey (N = 1,600), which asked respondents about the valued traits of men and women, offering a list of 12 options to choose from. A comparative analysis of the hierarchies of male and female traits — constructed separately for each gender — is combined with regression analysis. The results indicate the coexistence of traditional and new gender norms within Russian society, as well as the presence of areas of public consensus and mutual misunderstanding. On the one hand, public opinion is dominated by universal norms of decency and intelligence that apply to both genders. At the same time, traditional male views persist — specifically, the expectation that women should take upon themselves care-giving roles, manage the household and remain faithful. They are generally shared by women themselves. Men primarily define their own roles through qualities of agency and mastery; they mention their own fidelity significantly less often than that of women. Conversely, women emphasize the importance of their own agency and autonomy; they expect care-giving qualities — along with other traits associated with communal connection and warmth — from men, thereby creating a demand for a “new masculinity”. The question of mutual exchange of care as a new “currency” of relationships represents a significant divergence in the expectations and self-perceptions of the sexes.

Keywords: personality traits; gender roles; gender norms; gender asymmetry; agency; communion; warmth; care work; regression analysis; VCIOM.

For citation: Okolskaya, L.A. Gender Differences in Russians' Perceptions of Valued Personality Traits in Men and Women. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 147–163. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.7](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.7)

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Lidia A. Okolskaya — Candidate of Sociological Sciences, Leading Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS. **Phone:** +7 (926) 281-68-06. **Email:** okoli@yandex.ru ORCID: 0000-0001-5142-4215 ResearcherID: QYQ-3512-2026

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Бегина И.А., Ивченков С.Г., Шахматова Н.В. Гендерные стереотипы современной провинциальной молодежи: опыт социологического измерения // Женщина в российском обществе. 2018. № 1 (86). С. 19–29. DOI: [10.21064/WinRS.2018.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2018.1.2) EDN: YTBKWI
Beginina I.A., Ivchenkova S.G., Shakhmatova N.V. Gender stereotypes of contemporary provincial youth: Experience of sociological measurement. *Zhenshchina v Rossiyskom Obshchestve*. 2018. No. 1 (86). P. 19–29. DOI: [10.21064/WinRS.2018.1.2](https://doi.org/10.21064/WinRS.2018.1.2) (In Russ.)
2. Вишневский А.Г. Демографическая революция меняет репродуктивную стратегию вида Homo Sapiens // Демографическое обозрение. 2014. № 1 (1). С. 6–33. DOI: [10.17323/demreview.v1i1.1825](https://doi.org/10.17323/demreview.v1i1.1825) EDN: TLMUVV
Vishnevsky A.G. Demographic revolution changes the reproductive strategy of Homo sapiens. *Demograficheskoe obozrenie*. 2014. No. 1 (1). P. 6–33. DOI: [10.17323/demreview.v1i1.1825](https://doi.org/10.17323/demreview.v1i1.1825) (In Russ.)
3. Гурко Т.А. Представления студентов в отношении родительства и социальных ролей мужчин и женщин // Социологическая наука и социальная практика. 2019. № 2 (26). С. 65–80. DOI: [10.19181/snsp.2019.7.2.6410](https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6410) EDN: ZWFDXU
Gurko T.A. Student's Attitudes to Parenthood and the Social Roles of Men and Women. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*. 2019. No. 2(26). P. 65–80. DOI: [10.19181/snsp.2019.7.2.6410](https://doi.org/10.19181/snsp.2019.7.2.6410) (In Russ.)

4. Дивисенко К.С. Изменения гендерных идеалов старшеклассников (2010 и 2018 гг.) // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2019. № 5. С. 17–22. DOI: [10.33491/telescope2019.5-602](https://doi.org/10.33491/telescope2019.5-602) EDN: LVGVZU
Divisenko K.S. Changes in the gender ideals of high school students (2010–2018). *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy*. 2019. No. 5. P. 17–22. DOI: [10.33491/telescope2019.5-602](https://doi.org/10.33491/telescope2019.5-602) (In Russ.)
5. Досина Н.В., Кошкина А.О. Внешность женщины как фактор социальных отношений // Женщина в российском обществе. 2010. № 1. С. 62–77.
Dosina N.V., Koshkina A.O. A woman's appearance as a factor in social relations. *Zhenshchina v rossiyskom obshchestve*. 2010. Vol. 1. P. 62–77. (In Russ.)
6. Иллюз Е. Почему любовь ранит? Социологическое объяснение / Пер. с нем. С.В. Сидоровой. М.; Берлин: Директмедиа паблишинг, 2020. — 400 с.
Illouz E. *Why love hurts? A sociological explanation*. Transl. from German by S.V. Sidorova. Moscow; Berlin: Direct Media Publishing, 2020. 400 p. (In Russ.)
7. Кон И.С. Клубничка на березке: сексуальная культура в России. М.: Время, 2010. — 608 с.
Kohn I.S. "Strawberries" on a Birch Tree: Sexual Culture in Russia. Moscow: Vremia publ., 2010. 608 p. (In Russ.)
8. Магун В.С. Эволюция базовых ценностей российского населения, 2006–2021 годы // Социологические исследования. 2023. № 12. С. 44–58. DOI: [10.31857/S013216250029336-2](https://doi.org/10.31857/S013216250029336-2) EDN: RIAJNU
Magun V.S. The evolution of basic human values of the Russians, 2006–2021. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2023. No. 12. P. 44–58. DOI: [10.31857/S013216250029336-2](https://doi.org/10.31857/S013216250029336-2) (In Russ.)
9. Мельвиль А.Ю. Неоконсервативный консенсус в России? Основные компоненты, факторы устойчивости, потенциал эрозии // Полития. 2017. № 1 (84). С. 29–45. DOI: [10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47](https://doi.org/10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47) EDN: XTXFMD
Melville A.Yu. Neoconservative consensus in Russia? Main components, factors of stability, potential for erosion. *Politeia*. 2017. Vol. 84. No. 1. P. 29–45. DOI: [10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47](https://doi.org/10.30570/2078-5089-2017-84-1-29-47) (In Russ.)
10. Мужчина и женщина. Вчера и сегодня. Аналитический обзор ВЦИОМ. 05.03.2025 [электронный ресурс]. Дата обращения 12.08.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/muzhchina-i-zhenshchina-vchera-i-segodnja>
Man and woman. Yesterday and today. Analytical review of the All-Russian Public Opinion Research Center (VCIOM). Moscow, 05.03.2025. Accessed 12.08.2026. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/muzhchina-i-zhenshchina-vchera-i-segodnja> (In Russ.)
11. Ребрей С.М. Неравенство возможностей женщин и мужчин России: анализ агентности на базе Всемирного исследования ценностей // Женщина в российском обществе. 2022. № 4. С. 22–32. DOI: [10.21064/WinRS.2022.4.3](https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.4.3) EDN: IPJWCM
Rebrey S.M. Inequality of opportunities for women and men in Russia: An analysis of agency based on the World Values Survey. *Zhenshchina v Rossiyskom Obshchestve*. 2022. No. 4. P. 22–32. DOI: [10.21064/WinRS.2022.4.3](https://doi.org/10.21064/WinRS.2022.4.3) (In Russ.)
12. Рождественская Е.Ю., Воронкова А.И. Достижительная женственность: медийная репрезентация успешной профессиональной карьеры // Журнал исследований социальной политики. 2022. Vol. 20 (1). С. 37–52. DOI: [10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52](https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52) EDN: MPJIRY

- Rozhdestvenskaya E., Voronkova A. Achievement femininity: media representation of the professional careers of women top managers and entrepreneurs. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki*. 2022. No. 20 (1). P. 37–52. DOI: [10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52](https://doi.org/10.17323/727-0634-2022-20-1-37-52) (In Russ.)
13. Рождественская Е.Ю. Вовлеченное отцовство, заботливая маскулинность // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 5. С. 155–185. DOI: [10.14515/monitoring.2020.5.1676](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1676) EDN: [DMPPZW](https://www.edn.ru/DMPPZW)
- Rozhdestvenskaya E.Y. Involved fatherhood, caring masculinity. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2020. No. 5. P. 155–185. DOI: [10.14515/monitoring.2020.5.1676](https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.5.1676) (In Russ.)
14. Синельников А.Б. Социальная приемлемость объективных и субъективных причин для развода в современной России // Социологические исследования. 2023. № 4. С. 75–83. DOI [10.31857/S013216250022703-6](https://doi.org/10.31857/S013216250022703-6) EDN: [MONTBK](https://www.edn.ru/MONTBK)
- Sinelnikov A.B. Social acceptability of objective and subjective reasons for divorce in modern Russia. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2023. No. 4. P. 75–83. DOI [10.31857/S013216250022703-6](https://doi.org/10.31857/S013216250022703-6) (In Russ.)
15. Фабрикант М.С., Магун В.С. Семейные ценности россиян и европейцев // Демоскоп Weekly. 2014. № 613–614 [электронный ресурс]. Дата обращения 20.08.2026. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2014/0613/demoscope613.pdf>
- Fabrikant M.S., Magun V.S. Family values of Russians and Europeans. *Demoscope Weekly*. 2014. No. 613–614. Accessed 20.08.2026. URL: <https://www.demoscope.ru/weekly/2014/0613/demoscope613.pdf> (In Russ.)
16. Чернова Ж.В., Шпаковская Л.Л. Образование пары: где ищут, находят и какие качества ценят в своих партнерах россияне? // Социодиггер. 2020. Т. 1. Вып. 2. С. 17–20.
- Chernova Z.V., Shpakovskaya L.L. Formation of a couple: where do Russians search, find, and what qualities do they value in their partners? *Sotciodigger*. 2020. Vol. 1. Iss. 2. P. 17–20. (In Russ.)
17. Apostolou M., Vetsa P. Friendship preferences: examining desirable and undesirable traits in a friend. *Evolutionary Psychological Science*. 2023. Vol. 9. P. 38–49. DOI: [10.1007/s40806-022-00329-w](https://doi.org/10.1007/s40806-022-00329-w)
18. Clore G.L., Byrne D.A. Reinforcement-affect model of attraction. *Foundations of Interpersonal Attraction*. Ed. by T.L. Huston. N.Y.: Academic Press, 1974. P. 143–170. DOI: [10.1016/B978-0-12-362950-0.50013-6](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-362950-0.50013-6)
19. Eisenbruch A., Roney J. Social taste buds: Evidence of evolved same-sex friend preferences from a policy-capturing study. *Evolutionary Psychological Science*. 2020. Vol. 6 (3). P. 195–206. DOI: [10.1007/s40806-019-00218-9](https://doi.org/10.1007/s40806-019-00218-9)
20. Fiske S.T., Cuddy A.J.C., Glick P. Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. *Trends in Cognitive Sciences*. 2007. Vol. 11 (2). P. 77–83. DOI: [10.1016/j.tics.2006.11.005](https://doi.org/10.1016/j.tics.2006.11.005)
21. Fuhrman R.W., Flannagan D., Matamoros M. Behavior expectations in cross-sex friendships, same-sex friendships, and romantic relationships. *Personal Relationships*. 2009. Vol. 16. P. 575–596. DOI: [10.1111/j.1475-6811.2009.01240.x](https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2009.01240.x)
22. Gilbert L.A., Deutsch C.J., Strahan R.F. Feminine and masculine dimensions of the typical, desirable, and ideal woman and man. *Sex Roles*. 1978. Vol. 4. No. 5. P. 767–778. DOI: [10.1007/BF00287337](https://doi.org/10.1007/BF00287337)
23. Hall J.A. Friendship standards: The dimensions of ideal expectations. *Journal of Social and Personal Relationships*. 2012. Vol. 29 (7). P. 884–907. DOI: [10.1177/0265407512448274](https://doi.org/10.1177/0265407512448274)

24. Hatfield E., Sprecher S. Men's and women's preferences in marital partners in the United States, Russia, and Japan. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1995. Vol. 26. No. 6. P. 728–750. DOI: [10.1177/002202219502600613](https://doi.org/10.1177/002202219502600613)
25. Hentschel T., Heilman M.E., Peus C.V. The multiple dimensions of gender stereotypes: A current look at men's and women's characterizations of others and themselves. *Frontiers in Psychology*. 2019. Vol. 10. Article 11. P. 1–19. DOI: [10.3389/fpsyg.2019.00011](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00011)
26. Hrkalovic M.T., Dudzik B., Hung H., Balliet D. Partner perceptions during brief online interactions shape partner selection and cooperation. *PLoS ONE*. 2025. Vol. 20 (4). P. 1–23. DOI: [10.1371/journal.pone.0318137](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0318137)
27. Lippa R.A. The preferred traits of mates in a cross-national study of heterosexual and homosexual men and women: An examination of biological and cultural influences. *Archives of Sexual Behavior*. 2007. Vol. 36. P. 193–208. DOI: [10.1007/s10508-006-9151-2](https://doi.org/10.1007/s10508-006-9151-2)
28. Rasinski K.A., Mingay D., Bradburn N.M. Do respondents really “mark all that apply” on self-administered questions? *Public Opinion Quarterly*. 1994. Vol. 58 (3). P. 400–408. DOI: [10.1086/269434](https://doi.org/10.1086/269434)
29. Trapnell P.D., Paulhus D.L. Agentic and communal values: their scope and measurement. *Journal of Personality Assessment*. 2012. Vol. 94 (1). P. 39–52. DOI: [10.1080/00223891.2011.627968](https://doi.org/10.1080/00223891.2011.627968)
30. Wood W., Eagly A.H. Biosocial construction of sex differences and similarities in behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2012. Vol. 46. P. 55–123. DOI: [10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-394281-4.00002-7)

Статья поступила в редакцию: 10.03.2026; поступила после рецензирования и доработки: 14.08.2026; принята к публикации: 20.08.2026.

Received: 10.03.2026; revised after review: 14.08.2026; accepted for publication: 20.08.2026.

**Т.С. СМАК¹, О.А. ОБЕРЕМКО¹**¹ АО «Аналитический центр ВЦИОМ»
119034, Москва, ул. Пречистенка, д. 38.

КАК МИРОВЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЦЕНТРЫ ПЕРЕХОДЯТ К ОПРОСАМ СМЕШАННОГО ДИЗАЙНА¹

Аннотация. Цель эссе — дать обзор наблюдаемого в последние годы перехода опросной индустрии к смешанным дизайнам сбора данных, указать его причины, выделить основные типы таких дизайнов, обозначить возможности и особо указать ограничения для их применения. Речь прежде всего идет о комбинировании внутри единого метода опроса разных способов (modes) сбора данных, каждый из которых по отдельности не обеспечивает репрезентативности выборкам, реализованным в сжатых временных и финансовых рамках.

Обосновывается введение понятия «модус опроса», или «опросный модус», поскольку привычный термин «метод» не вполне соответствует актуальным задачам по изучению специфики наиболее распространенных способов общения с респондентом — онлайн, по почте, по телефону и в личном (face-to-face) контакте и поскольку в смешанных дизайнах комбинируются не методы, а разные модусы одного и того же метода опроса.

Рассмотрены особенности двух типов смешанных дизайнов — последовательного и параллельного, в которых модусы комбинируются для реализации единой случайной выборки; оба типа применяются в опросах, предполагающих сбор данных высокого качества — с понятными описаниями границ репрезентируемой популяции и параметров репрезентации выборкой, характеристик точности и надежности полученных результатов.

Также охарактеризован внутренне неоднородный особый тип компромиссного дизайна, применимый в условиях, когда ввиду отсутствия адекватной информационной базы реализация единой случайной выборки комбинированием модусов оказывается принципиально невозможным. В рамках компромиссного дизайна происходит не столько комбинирование модусов сбора данных, сколько смешение смещенных выборок в надежде на то, что достоинства каждой выборки компенси-

¹ Данное эссе является расширенной версией опубликованного текста: Смак Т., Оберемко О. Mixed-mode: смешение методов или выборок // ВЦИОМ. — URL: <https://wciom.ru/expertise/mixed-mode-smeshenie-metodov-ili-vyborok> (дата обращения 03.09.2026).

руют недостатки других выборок. Компромиссные дизайны широко применимы в поисковых исследованиях, в которых достаточно получить приблизительные оценки распространенности явлений или признаков.

В заключении дается оценка применимости смешанных дизайнов в российских институциональных условиях. Сам переход к смешанным дизайнам оценивается как переход к более осознанному (и менее рутинному) типу социальных обследований.

Ключевые слова: выборочные опросы; смешанная методология; дизайны смешанных /комбинированных опросов; опросы смешанного дизайна; модус опроса.

Для цитирования: Смак Т.С., Оберемко О.А. Как мировые исследовательские центры переходят к опросам смешанного дизайна // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 164–177. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.8](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.8) EDN: VLKHFY

Введение

Развитие индустрии массовых выборочных опросов (surveys) за последние полвека прошло через несколько этапов изменений коммуникационной среды, обеспечивающей контакт с респондентом для получения согласия участвовать в опросе и фиксирования ответов на задаваемые вопросы. В середине XX в. стандартом для выборочных опросов служило личное интервью по месту жительства. С распространением телефонии многие исследовательские организации стали использовать телефонные опросы, и с бурным развитием сотовой связи технология опосредованного компьютером телефонного интервью (Computer Assisted Telephone Interview, CATI) стала доминировать. Далее стремительное развитие Интернета привело к росту популярности онлайн-опросов (Computer Assisted Web Interview, CAWI), что существенно снизило стоимость полевых работ и ускорило получение результатов. Если бы все дело ограничивалось двумя измерениями — *дешевле и быстрее*, — то онлайн-опросы полностью вытеснили бы всех других «собратьев». Этого не происходит из-за самостоятельной важности третьего измерения — *качественнее*; именно благодаря ему методический ландшафт опросов сохраняет свое разнообразие.

Так было и раньше: каждый новый способ сбора данных не вытеснял предыдущий полностью. Напротив, на каждом этапе выявлялись ограничения «модного» способа опроса, что заставляло исследователей возвращаться к вопросу о комбинировании различных способов, или модусов метода опроса, и поиску «золотой середины». Если телефонные опросы в свое время позволили решить проблему высокой стоимости личных интервью, то впоследствии исследователи столкнулись со снижением достижимости населения. Аналогично интернет-опросы обеспечили быстрый и дешевый доступ к большим массивам респондентов, но одновременно обнаружились проблемы неполного охвата целевых популяций и случайности отбора. В результате *современная мировая практика все чаще рассматривает различные способы (модусы) опроса как взаимодополняемые инструменты, а не как взаимоисключающую альтернативу*: в последние два десятилетия в мировой

исследовательской практике сформировался устойчивый тренд перехода от мономодальных опросов к комбинированным, смешанным, или полимодальным, дизайнам (*mixed-mode*) сбора данных (см., например: [6; 23]).

С точки зрения качества выборочных опросных данных возникает несправедливый вопрос: что именно при этом смешивается, или комбинируется? Неправедливый — потому, что, как это ни рискованно звучит, данные выборочного опроса нельзя оценить прямой пробой, как осетрину — на запах или вкус. Качество выборочных данных в конечном счете можно оценить только по корректности имплементированной процедуры их сбора. Результат опроса тоже не может быть решающим критерием, поскольку даже при корректно реализованной процедуре он может получаться, пусть и с ничтожно малой вероятностью, каким угодно неправдоподобным и далеким от эталонного измерения. Поэтому и надо разобраться в процедуре: что именно смешивается?

«Смешиваются *методы* сбора данных» — ответ неверный. К методам сбора данных в социологии относят «квадравиум»: наблюдение, опрос, анализ документов, эксперимент. Внутри метода опроса выделяют разновидности, которые обозначаются тем же словом «*методы*»: анкетирование, интервью, к ним иногда добавляется *метод* фокус-групп (а иногда не добавляется). «Метод», таким образом, применяется к сущностям разного уровня.

Представляется, что для описания *смешанных дизайнов* в современной опросной индустрии такое понимание *метода* не годится, поскольку комбинирование/смешение происходит внутри одного метода — *метода опроса*, а комбинируются/смешиваются не разные методы, а разновидности одного метода. При этом внимание фокусируется даже не на комбинировании основных модусов опроса, методов второго уровня — анкетирования (с самозаполнением) и интервьюирования (с интервьюером) — как способа стимулирования отклика и фиксации собираемых данных. В предметное поле комбинируемых модусов одного метода опроса *непосредственно* входит модальная специфика организации (дизайнов) охвата обследуемой популяции, установления контакта, отбора и выбраковки респондентов, а также специфика применения социологических измерительных инструментов в модально специфичных коммуникативных ситуациях опроса.

В этой исследовательской ситуации целесообразно говорить о *модусах опроса* (*survey modes*), которые «по сути, являются каналами коммуникации» [23, р. 35] при поиске и отборе респондентов и сборе данных, и именно они и комбинируются. В настоящее время выделяют четыре получивших в современных обществах наиболее широкое распространение опросных модуса: онлайн, почта, телефон, личное общение (*face-to-face*) [23, р. 36]. Введение (относительно) нового понятия (в дополнение к *методу*) позволит без языковых затруднений внутри одного метода выделить *модальную* специфику, как отдельную предметную область исследования, куда входят *модальные* особенности (неполнота и смещение) охвата обследуемых совокупностей и коммуникативной ситуации, обуславливающей валидность измерения.

Основная причина текущего перехода к полимодальным дизайнам видится в ухудшении охвата обследуемых совокупностей телефонным каналом [6; 9; 10]: во многих странах отклик давно падает из-за распространения технологий скрининга звонков, законодательных ограничений и роста настороженности граждан

к звонкам от неизвестных абонентов [12; 17]. Аналогичные процессы наблюдаются и в России [1; 2; 3]². *Достижимость респондентов по телефону снижается, стоимость завершённого интервью растёт, ухудшается охват обследуемых популяций из-за образования дефицитных групп, не берущих трубку или отказывающихся участвовать в опросах.*

Вместе с тем перенос исследований в онлайн-среду (CAWI) не решает проблему репрезентативности. Интернет-опросы невозможно «приземлить» на генеральную совокупность с четкими территориальными границами, и данные подвержены систематическим смещениям: в выборке зачастую оказываются сверхпредставлены более молодые, образованные, компетентные в цифровых вопросах и социально активные группы населения, тогда как пожилые люди и граждане с низкой цифровой вовлечённостью из охвата выпадают. Однако и традиционные офлайн-методы перестают приводить к удовлетворительным решениям: при поквартирных опросах по маршрутной выборке сталкиваются с ростом недоступности домохозяйств. Как реакция поквартирные опросы стали вытесняться опросами уличными, которые пригодны только для зондажа — примерной, грубой, черновой оценки и, в принципе, не претендуют на случайный отбор из генеральной совокупности с ясно представимыми границами.

В результате сегодня ни один из практикуемых модусов сбора данных не обеспечивает полного и несмещённого охвата населения. Это и породило переход мировой исследовательской индустрии к смешанным дизайнам, комбинирующим преимущества различных каналов контакта на стадиях рекрутинга и сбора данных.

В настоящее время в мировой практике телефонный опрос, особенно по RDD-выборке, все реже рассматривается как самостоятельный, а тем более единственный источник данных. Во многих крупных исследовательских проектах его используют, исключительно чтобы компенсировать недобор труднодоступных категорий населения и снизить выборочные смещения. Таким образом, *важным направлением развития современной опросной методологии становится комбинирование отдельных модусов сбора данных.* Аналитики AAPOR уже в 2019 г. отмечали, что многие крупномасштабные опросные проекты переходят от телефонных опросов к комбинациям нескольких модусов контакта [5].

Опросные компании и национальные статистические агентства используют различные дизайны комбинирования модусов сбора данных. Выделим следующие основные модели, каждая из которых имеет свои плюсы, минусы и, соответственно, области применения.

Смешанный опрос с последовательным дизайном

Наибольшее распространение сегодня получило *последовательное (sequential) смешивание*, в котором респонденту первоначально предлагается пройти опрос онлайн (CAWI), а для контакта с неответившими используют телефонный опрос (CATI) или личное интервью (CAPI). В англоязычной литературе такой подход часто

² Менее 1% россиян проходят соцопросы по телефону до конца — исследование. 2025. 13 июня // Агентство городских новостей «Москва». — URL: <https://www.mskagency.ru/materials/3483843> (дата обращения 13.07.2026).

называется *web-first design*. Смысл простой: наиболее дешевый и быстрый канал используется первым, а более дорогие способы подключаются только для компенсации недобора тех групп населения, которые хуже реагируют на цифровые приглашения (пожилые люди, лица с низкой цифровой грамотностью, представители отдельных этнокультурных или территориальных групп и др.). В основном считается, что последовательный дизайн позволяет существенно сократить стоимость полевых работ без заметной потери качества данных. Так что за последние десять лет многие национальные статистические службы, академические панели и крупные исследовательские центры перешли на последовательную схему “CAWI + CATI/CAPI”.

Одним из примеров перехода к последовательному смешанному дизайну является лонгитюдное исследование домохозяйств в Великобритании (UKHLS)³; переход начался еще до пандемии COVID-19 в 7-й волне, когда часть выборки опрашивалась по схеме “CAWI + CAPI” [8]. После начала пандемии в 2020 г. все домохозяйства были переведены на схему *web-first* с последующим телефонным донабором (CATI), что завершило переход проекта к последовательному дизайну.

К последовательному дизайну относится и использование SMS-напоминаний в дополнение к CAWI. В случае, когда переход в онлайн дал умеренный общий прирост отклика, SMS существенно повысили вовлеченность молодых респондентов и тех участников панели, чьи адреса электронной почты отсутствовали в базе. Фактически SMS отчасти заменили дорогостоящие CATI-интервью. Практический вывод исследователей состоял в том, что телефон сегодня эффективен прежде всего как инструмент добора специфических категорий респондентов [7].

Другой показательный пример дает американский лонгитюд динамики доходов домохозяйств (PSID)⁴ — один из старейших панельных проектов мира. Почти 50 лет сбор данных проводился по телефону, а в 2021 г. был осуществлен плановый переход к онлайн-анкетированию и CATI-донабору данных от неотвечивших [22]. Последующий анализ показал преимущества *web-first* протокола: снижение полевых затрат, сокращение числа контактов интервьюеров, уменьшение продолжительности полевых работ и сохранение высокого уровня участия респондентов [14]. Исследователи отмечают, что значительная часть участников предпочитали самостоятельно заполнять веб-анкету в удобное время, а телефонный модус использовался главным образом для компенсации недобора и удержания труднодоступных участников панели.

Еще один пример — «Мониторинг будущего» — крупнейшее лонгитюдное исследование американской молодежи⁵. В серии методических экспериментов сравнивался почтовый сбор бумажных анкет с последовательным смешиванием, включавшим веб-анкетирование, напоминания по электронной почте, отправку SMS со ссылкой на мобильный доступ к анкете. Результаты показали, что контакты онлайн

³ Understanding Society: The UK Household Longitudinal Study // Institute for Social and Economic Research, University of Essex. — URL: <https://www.understandingsociety.ac.uk/> (дата обращения 13.07.2026).

⁴ Panel Study of Income Dynamics (PSID) // Institute for Social Research, University of Michigan. — URL: <https://psidonline.isr.umich.edu/> (дата обращения 13.07.2026).

⁵ Monitoring the Future: A Continuing Study of American Youth // Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan. — URL: <https://monitoringthefuture.org/> (дата обращения 13.07.2026).

повышали уровень участия молодых респондентов (до 42% против 34% в контрольных группах) и снижали стоимость полевых работ без существенного влияния на содержание ответов. После успешных экспериментов web-first был принят в качестве стандартного протокола панельного сбора данных для участников 19–30 лет [18; 19].

Последовательный дизайн применяется также национальными статистическими агентствами. Перепись населения 2021 г. в Великобритании стала крупнейшим внедрением последовательного дизайна web-first⁶, тогда как в предыдущих переписях основным инструментом выступали бумажные анкеты. Сбор данных включал несколько последовательных этапов:

1. домохозяйства по списку получали онлайн-приглашение пройти перепись;
2. неответившим направлялись напоминания;
3. использовались телефонная поддержка и контакт-центр для помощи респондентам;
4. оставшимся «неответчикам» переписчики наносили личные визиты.

Таким образом, дорогостоящие личные контакты осуществлялись только на завершающем этапе с ограниченным числом домохозяйств. Были отмечены следующие успехи:

- около 88–89% всех ответов были получены онлайн;
- существенно сократились расходы на обработку бумажных анкет;
- сохранился высокий уровень охвата населения;
- удалось обеспечить участие групп с низкой цифровой вовлеченностью благодаря последующим контактам и полевому донабору.

С методологической точки зрения Census 2021 считается одним из наиболее масштабных примеров реализации стратегии web-first, где Интернет выступает основным модусом сбора данных, а телефонные и личные контакты — для компенсации недобора и снижения смещений охвата.

Еще один масштабный методологически проработанный кейс последовательного дизайна — “American Community Survey” (ACS). Проводимое Бюро переписи населения США ACS считается крупнейшим в мире непрерывным социально-демографическим обследованием с ежегодным охватом около 3,5 млн домохозяйств. Сбор данных в ACS организован по принципу последовательного подключения все более дорогостоящих каналов контакта. На первом этапе сбора данных отобранные домохозяйства получают приглашение пройти опрос через Интернет, и бумажные анкеты высылаются почтой. На втором этапе неответившим интервьюеры наносят личные визиты на дому (CAPI). Выборки и подвыборки на всех этапах формируются из стационарных адресных баз резидентов⁷. От телефонных интервью (CATI) отказались еще в 2017 г. из-за низкого отклика⁸.

⁶ Design for Census 2021 // Office for National Statistics. 2020. October 1. — URL: <https://www.ons.gov.uk/census/planningforcensus2021/censusdesign/designforcensus2021> (дата обращения 13.07.2026).

⁷ U.S. Census Bureau. American Community Survey and Puerto Rico Community Survey Design and Methodology (Version 4.0). Chapter 4: Sample Design and Selection. P. 4 et ff. 2024. December 20. — URL: <https://www.census.gov/programs-surveys/acs/methodology/design-and-methodology.html> (дата обращения 03.09.2026).

⁸ U.S. Census Bureau. American Community Survey. 2017: ACS Notification: Change in Methodology for Nonresponse Follow Up Data Collection. 2017. December 18. — URL: <https://www.census.gov/programs-surveys/acs/news/updates.2017.html> (дата обращения 03.09.2026).

Опыт национальных статистических служб и крупных академических исследований показывает, что последовательный дизайн решает одновременно несколько задач:

- снижает стоимость сбора данных за счет перевода основной массы интервью в онлайн;
- повышает скорость полевых работ;
- сокращает нагрузку на интервьюеров;
- сохраняет охват групп населения, которые плохо представлены в Интернете;
- уменьшает риск систематических смещений выборки.

Смешанный опрос с параллельным дизайном

При параллельном смешанном дизайне все доступные модусы сбора данных предлагаются респонденту одновременно с самого начала полевого этапа. В отличие от последовательных схем, в данном случае респондент получает возможность выбрать способ участия: онлайн (CAWI), телефон (CATI), личное интервью (CAPI), а иногда даже бумажную анкету (PAPI). Ключевая методическая особенность данного подхода заключается в смещении акцента с *оптимизации стоимости на управление участием*. Модус выбирается ради снижения отказов, повышения включенности труднодоступных групп, а не ради экономии ресурсов.

Как отмечают в компании Ipsos, параллельный дизайн — «по-настоящему клиентоориентированный» подход, дающий респондентам возможность «завершить любой опрос тем способом, который им наиболее удобен» [25]. Кроме того, за счет синхронности работы каналов параллельный дизайн способен ускорять сбор данных. Параллельный дизайн применяют не только в однократных опросах, но и в панелях. В частности, Pew Research Center предлагает панелистам возможность выбрать, как пройти опрос: онлайн или по телефону⁹.

В Великобритании в период после COVID-19 Национальный центр социальных исследований (NatCen) стал постепенно переводить свое исследование “British Social Attitudes” (BSA) на параллельный смешанный дизайн: от доминирующего личного интервью перешли к схеме, в которой респондентам предоставлялась возможность участия через разные каналы, включая онлайн-анкеты и телефонное интервьюирование¹⁰. В ряде волн после 2020 г. NatCen также допускал приглашение к участию в одном модусе, а проведение или даже завершение интервью — в другом, что позволило снизить уровень отказов при рекрутинге, сохранив репрезентативность выборки.

⁹ The American Trends Panel // Pew Research Center. — URL: <https://www.pewresearch.org/the-american-trends-panel/> (дата обращения 13.07.2026).

¹⁰ NatCen Social Research. British Social Attitudes Survey, 2022: User Guide. 2024. — URL: https://doc.ukdataservice.ac.uk/doc/9283/mrdoc/pdf/9283_bsa_2022_user_guide.pdf (дата обращения 13.07.2026).

Методологические отчеты фиксируют несколько эффектов такого подхода:

- снижение барьеров участия за счет выбора модуса опроса;
- частичное восстановление отклика после пандемийного падения доступности;
- сохранение сопоставимости при корректировке весов.

В пилотном исследовании GEDA (Германия) сравнивались два варианта смешанного дизайна: параллельный, в котором респондентам одновременно предлагались веб-, бумажная и телефонная версии анкеты, и последовательный, где модусы подключались поэтапно [13]. Существенных различий по ключевым содержательным показателям выявлено не было. При этом параллельный дизайн давал более высокий первоначальный отклик и снижал риск смещений, тогда как последовательный дизайн демонстрировал лучшие показатели по стоимости и организации полевых работ.

В Национальном исследовании депрессии (Польша, 2022–2023) по национальной репрезентативной выборке были проведены три волны [24] одновременно в трех модусах: CAPI, CATI и CAWI. Параллельный сбор данных обеспечил хороший охват уязвимых групп: пожилые и малоимущие легче соглашались на CAPI/CATI, молодежь активно участвовала онлайн. Такой подход расширил охват и снизил смещение по многим признакам. Сходные дизайны широко практикует и Национальное статистическое агентство Нидерландов [23; 4].

Таким образом, параллельный дизайн делает опрос более ориентированным на запросы респондента, ускоряет сбор данных и компенсирует дефициты в слабо «охваченных цифрой» категориях.

Компромиссные дизайны: когда смешиваются не только модусы, но и источники выборки

В прикладных исследованиях практикуется особый тип компромиссных дизайнов, где не модусы сбора данных комбинируются для формирования единой выборки, а сами выборки формируются из разных основ. К подобным схемам прибегают прежде всего там, где ни одна из доступных основ вероятностной выборки не обеспечивает достаточно полного и подробного охвата генеральной совокупности. В англоязычной литературе и полстерской практике такие решения описываются как *blended sample* (смешанная выборка), *multi-frame design* (многоосновный дизайн), *mixed-source design* (выборки из разных источников¹¹), *hybrid polling* (гибридное опрашивание). К таким дизайнам относят смешение RDD-выборок, вероятностных и *opt-in* онлайн-панелей, таргетированного добора через социальные сети и др.

¹¹ Это обозначение идеально подходит для случаев, когда собственно основа выборки (список элементов генеральной совокупности) отсутствует или недоступна, и ее подменяют списки действующих (вернее, открытых для пользования) телефонных номеров и/или маршруты на географических картах. То есть когда основы выборки как списка генеральной совокупности нет, но он подменяется процедурой, формально эквивалентной случайному отбору из списка. Цена именно формальной эквивалентности (а не полного тождества) — невозможность полноценно, без компромиссов применить смешанные дизайны.

Так, в исследовании ESPACOV о социальных последствиях COVID-19 выборка для веб-опроса формировалась комбинированием SMS-приглашений на случайно сгенерированные мобильные номера и таргетированной рекламы в Facebook, Instagram и Google Ads для добора недопредставленных социально-демографических групп [20]. О том, как подобные комбинации данных можно взвешивать, рассказывается в статьях журнала по методологии опросов, издаваемого при поддержке AAPOR и Американской статистической ассоциации [21].

В исследовании распространенности пищевых аллергий в США участников сначала набирали из вероятностной панели NORC AmeriSpeak, затем добавляли респондентов из невероятностной панели Survey Sampling International [11]. Еще один пример — опрос родителей на тему обеспокоенности стрельбой в школе (Чикаго) [15]. К опросу приглашали по электронной почте по случайной выборке, а для достижения необходимого для анализа объема выборки и проведения межгрупповых сравнений к случайной выборке добавили калиброванные ответы добровольцев из opt-in онлайн-панели [16].

С методической точки зрения компромиссные дизайны важно отличать от *строгого смешивания* последовательного и параллельного дизайнов. В компромиссах смешиваются не только модусы сбора данных, но и разные процедуры попадания респондента в выборку. Это позволяет повысить охват, скорость или численность редких групп, но одновременно усложняет интерпретацию собранных данных. От таких дизайнов требуются подробные описания, выборки из каких источников смешивались, в каких пропорциях, какие группы каждый источник охватывает с каким эффектом, как учитывалось пересечение основ выборок и какие процедуры взвешивания использовались для получения итоговых оценок и т. п. И все это интерпретацию собранных данных не сильно облегчает.

Заключение

В целом мировая практика показывает, что опросная индустрия постепенно уходит от мономодальных к смешанным дизайнам сбора данных. CATI при этом не исчезает, но все реже выступает основным и единственным модусом опроса. Преимущество смешанных дизайнов состоит в распределении функций между модусами: онлайн обеспечивает скорость и снижение стоимости, телефон уменьшает количество недоступных респондентов, а личное интервью остается резервом для дистанционно недостижимых групп.

Именно поэтому смешанный дизайн — это не простое «смешение». За ним стоит систематическая аналитическая работа: необходимо знать, какие группы каким модусом лучше достигаются, как разные модусы влияют на ответы и как это влияние корректировать. Многие крупные исследовательские центры и статистические агентства успешно применяют смешанные дизайны именно потому, что внутри одной выборки используют разные методы управляемо: тестируют модальные эффекты, сравнивают состав достигнутых подвыборок, оценивают уровень отказов, применяют стратификацию, калибровку и весовые поправки. В этом смысле смешанный дизайн — зрелая и сложная модель опросной методологии, к ней переходят, когда простые модели перестают работать.

Для реализации смешанного дизайна необходимо выполнение базового условия: доступность для исследователя списочной основы выборки. Как можно было убедиться в обзорной части, в полимодальных дизайнах высокого методического качества модусы сбора данных смешиваются ради реализации заранее построенной выборки; в таких дизайнах выборки не смешиваются (смешиваются только в компромиссных дизайнах, дающих данные низкого качества). Смешанный дизайн предполагает единую, заранее спроектированную вероятностную выборку, которая сформирована из полного списка элементов целевой популяции, содержащего сведения о разных способах установления контакта с отобранными респондентами. Только в этом случае исследователь имеет возможность комбинировать модусы рекрутинга и сбора данных, чтобы обеспечить достижимость отобранного, но не ответившего респондента: сначала пригласить онлайн, используя *адрес электронной почты*, затем направить бумажную анкету обычным письмом на *почтовый адрес*, потом дозвониться по *номеру телефона* и наконец нанести визит ради личного интервью *по адресу места жительства*. Отсутствие у исследователя сведений о каком-либо способе контакта ограничивает применение соответствующего модуса.

Если отбор построен на слепом, безадресном RDD-обзвоне или маршрутном обходе *без заранее сформированного списка отобранных кандидатов в респонденты*, то применить прогрессивный дизайн полимодального смешивания, в принципе, невозможно из-за невозможности перевести в другой модус несостоявшееся общение с недостижимым респондентом. Переносить лучшие международные практики смешанных дизайнов ради устранения выборочных смещений в российские условия не получается, поскольку отечественные опросные фирмы даже при выполнении государственных контрактов не имеют доступа к необходимому информационному обеспечению.

В сложившихся институциональных условиях российским опросным фирмам доступен только компромиссный вариант смешанных дизайнов: ввиду отсутствия списочных основ выборок смешивать, по сути, безосновные выборки, формируемые из разных источников. Эти ограничения не касаются панельных опросов и их аналогов, когда какой-либо информацией о респонденте полстер уже располагает.

Приходится самостоятельно искать ответы на принципиальные для опросной методологии и заказчиков выборочных обследований вопросы: как определять, какую генеральную совокупность репрезентует каждая итоговая безосновная выборка? В каких пропорциях и с какими весами объединять данные, собранные в разных модусах (и набранных из разных источников подвыборок)? Как оценивать выборочную погрешность? На эти и другие аналогичные вопросы у мировой науки ответов пока нет.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Смак Татьяна Сергеевна — кандидат социологических наук, ведущий специалист методической лаборатории, АО «Аналитический центр ВЦИОМ». *Электронная почта:* smaktanya@wciom.com SPIN-код: 3166-7112

Оберемко Олег Алексеевич — кандидат социологических наук, руководитель методической лаборатории, АО «Аналитический центр ВЦИОМ». Электронная почта: oberemko_o@wciom.com SPIN-код: 72617

SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 164–177. DOI: 10.19181/SOCJOUR.2026.32.3.8

Research Article

TATIANA S. SMAK¹, OLEG A. OBEREMKO¹

¹ АО «Analytical Centre VCIOM».

38, Prechistenka Str., 119034, Moscow, Russian Federation

HOW GLOBAL RESEARCH CENTERS ARE MOVING TOWARD MIXED-MODE SURVEYS

Abstract. The purpose of this essay is to provide an overview of the survey industry's recent shift toward mixed data collection designs, identify the reasons for this shift, highlight the main types of such designs, and outline the opportunities and limitations of their use. This primarily concerns the combination of different data collection modes within a single survey method, each of which, individually, fails to provide representative samples within tight time and budget constraints.

Characteristics of two types of mixed designs are examined — sequential and parallel — in which modes are combined to collect a single random sample. Both types are usable in surveys that require high-quality data — with clear descriptions of the outlines of the represented population, the parameters of sample representation, as well as the characteristics of the accuracy and reliability of the results.

Also described is a special type of internally heterogeneous compromise design, applicable in a situation when, given a lack of an adequate information base, the implementation of a single random sample by combining survey modes is fundamentally impossible. A compromise design does not so much combine survey modes as it blends biased samples in the hope that the strengths of each sample will compensate for the weaknesses of the others. Compromise designs are widely used in exploratory studies where it is enough to obtain rough estimates of the prevalence of phenomena or features.

The conclusion assesses the applicability of mixed-method designs in Russian institutional settings. The transition to mixed-method designs is viewed as a shift toward a reflexive (and less routine) type of social survey.

Keywords: sample surveys; mixed methodology; mixed/combined survey designs; mixed-mode surveys; survey mode.

For citation: Smak, T.S., Oberemko, O.A. How Global Research Centers are Moving Toward Mixed-Mode Surveys. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 164–177. DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.8

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Tatiana S. Smak — Candidate of Sociological Sciences, Leading specialist, Methodical Laboratory, АО «Analytical Centre VCIOM». Email: smaktanya@wciom.com ORCID: 0009-0001-2002-1111

Oleg A. Oberemko — Candidate of Sociological Sciences, Head of Methodical Laboratory, АО «Analytical Centre VCIOM», Moscow, Russia. Email: oberemko_o@wciom.com ORCID: 0000-0002-7967-2533 ResearcherID: F-3998-2015

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Волков Д. Возможны ли опросы в сегодняшней России? // Левада-Центр¹². 2023. 10 фев. [электронный ресурс]. Дата обращения 03.09.2026. URL: <https://www.levada.ru/2023/02/10/vozmozhny-li-oprosy-v-segodnyashnej-rossii/>

¹² «Левада-Центр» включен Минюстом РФ в реестр НКО, выполняющих функции иностранного агента.

- Volkov D. Are surveys possible in today's Russia? *Levada-Tsentr*. 2023. Feb. 10. Accessed 13.07.2026. URL: <https://www.levada.ru/2023/02/10/vozmozhny-li-oprosy-v-segodnyashnej-rossii/> (In Russ.)
2. Звоновский В.Б., Ходыкин А.В. Проблемы достижимости респондентов в опросах о российско-украинском конфликте // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 4. С. 3–26. DOI: [10.14515/monitoring.2024.4.2549](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549)
Zvonovsky V.B., Khodykin A.V. Problems of reaching respondents in surveys on the Russian-Ukrainian conflict. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2024. No. 4. P. 3–26. DOI: [10.14515/monitoring.2024.4.2549](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2549) (In Russ.)
3. Звоновский В.Б., Ходыкин А.В., Раскевич А.В. Разница между российскими регионами по достижимости респондентов в массовых телефонных опросах на политическую тематику // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2026. Т. 35. № 1. С. 7–35. DOI: [10.19181/4m.2026.35.1.1](https://doi.org/10.19181/4m.2026.35.1.1) EDN: BDONZE
Zvonovsky V.B., Khodykin A.V., Raskevich A.V. Differences between Russian regions in terms of the availability of respondents for mass telephone surveys on political topics. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sotsiologiya: 4M)*. 2026. Vol. 35. No. 1. P. 7–35. DOI: [10.19181/4m.2026.35.1.1](https://doi.org/10.19181/4m.2026.35.1.1) (In Russ.)
4. Оберемко О.А., Смак Т.С. Официальные опросы по комбинированным выборкам: дизайн и анализ. Рецензия на книгу: Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis. Boca Ranton, FL: CRC Press, 2022 // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2025. № 2. С. 243–251. DOI: [10.14515/monitoring.2025.2.2757](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2757) EDN: KIYOTM
Oberemko O.A., Smak T.S. Official surveys with combined samples: design and analysis. Book review: Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis. Boca Ranton, FL: CRC Press, 2022. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ehkonomicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2025. No. 2. P. 243–251. DOI: [10.14515/monitoring.2025.2.2757](https://doi.org/10.14515/monitoring.2025.2.2757) (In Russ.)
5. AAPOR (The American Association for Public Opinion Research). Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys. 10th ed. AAPOR. 2023. Accessed 13.07.2026. URL: <https://aapor.org/wp-content/uploads/2023/05/Standards-Definitions-10th-edition.pdf>
6. Asimov A. Comparing self-administered mixed-mode and face-to-face designs in a repeated cross-sectional survey. *International Journal of Social Research Methodology*. 2025. Vol. 29. Iss. 3. P. 381–398. DOI: [10.1080/13645579.2025.2545974](https://doi.org/10.1080/13645579.2025.2545974)
7. Cabrera-Álvarez P., Lynn P. Text Messages to Facilitate the Transition to Web-First Sequential Mixed-Mode Designs in Longitudinal Surveys. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2024. Vol. 12. No. 3. P. 651–673. DOI: [10.1093/jssam/smae003](https://doi.org/10.1093/jssam/smae003)
8. Carpenter H., Burton J. Moving Understanding Society to Mixed Mode: Effects on Response and Attrition. *Understanding Society Scientific Conference 2017*. University of Essex, Colchester. 2017. July 13. Accessed 13.07.2026. URL: <https://www.iser.essex.ac.uk/research/publications/publication-524472>
9. Christian L.M. Future Research Considerations for Mixed-Mode Surveys. *Journal of Official Statistics*. 2025. Vol. 41. No. 3. P. 856–862. DOI: [10.1177/0282423X251319906](https://doi.org/10.1177/0282423X251319906)
10. Coffey S.M., Maslovskaya O., McPhee C. Recent Innovations and Advances in Mixed-Mode Surveys. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2024. Vol. 12. No. 3. P. 507–531. DOI: [10.1093/jssam/smae025](https://doi.org/10.1093/jssam/smae025)

11. Gupta R.S., Warren C.M., Smith B.M., Jiang J., Blumenstock J.A., Davis M.M., Schleimer R.P., Nadeau K.C. Prevalence and Severity of Food Allergies Among US Adults. *JAMA Network Open*. 2019. Vol. 2. No. 1. Article e185630. DOI: [10.1001/jamanetworkopen.2018.5630](https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2018.5630)
12. Marken S. Still Listening: The State of Telephone Surveys. *Gallup*. 2018. Jan. 11. Accessed 13.07.2026. URL: <https://news.gallup.com/opinion/methodology/225143/listening-state-telephone-surveys.aspx>
13. Mauz E., von der Lippe E., et al. Mixing Modes in a Population-Based Interview Survey: Comparison of a Sequential and a Concurrent Mixed-Mode Design for Public Health Research. *Archives of Public Health*. 2018. Vol. 76. Article 8. DOI: [10.1186/s13690-017-0237-1](https://doi.org/10.1186/s13690-017-0237-1)
14. McGonagle K.A., Sastry N. Transitioning to a Mixed-Mode Study Design in a National Household Panel Study: Effects on Fieldwork Outcomes, Sample Composition and Costs. *Survey Research Methods*. 2023. Vol. 17. No. 4. P. 411–427. Accessed 13.07.2026. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38343563/>
15. Menker C.G., Bendelow A., Sheehan K., Helmcamp L., Casale M., Smith T.L., Davis M.M., Heffernan M.E. Parent and Youth Worry About School Shootings and Connections with Youth Well-Being and Stress: A Cross-Sectional Survey Study. *Journal of Health Advocacy*. 2025. Sept. 15. DOI: [10.70440/001c.142964](https://doi.org/10.70440/001c.142964)
16. Padgett R.N., Cowden R.G., Chattopadhyay M., Han Y., Honohan J., Ritter Z., Srinivasan R., Johnson B.R., VanderWeele T.J. Survey Sampling Design in Wave 1 of the Global Flourishing Study. *European Journal of Epidemiology*. 2025. Vol. 40. P. 391–406. DOI: [10.1007/s10654-024-01167-9](https://doi.org/10.1007/s10654-024-01167-9)
17. Parshall A. Why Election Polling Has Become Less Reliable. *Scientific American*. 2024. Oct. 31. Accessed 13.07.2026. URL: <https://www.scientificamerican.com/article/why-election-polling-has-become-less-reliable/>
18. Patrick M.E., Couper M.P., Jang B.J., Laetz V., Schulenberg J.E., O'Malley P.M., Bachman J., Johnston L.D. Building on a Sequential Mixed-Mode Research Design in the Monitoring the Future Study. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2022. Vol. 10. No. 1. P. 149–160. DOI: [10.1093/jssam/smaa030](https://doi.org/10.1093/jssam/smaa030)
19. Patrick M.E., Pang Y.C., Terry-McElrath Y.M., Laetz V., Couper M.P. Comparison of a Web-Push vs. Mailed Survey Protocol in the Monitoring the Future Panel Study among Adults Ages 35 to 60. *Drug and Alcohol Dependence Reports*. 2022. Vol. 4. Article 100089. DOI: [10.1016/j.dadr.2022.100089](https://doi.org/10.1016/j.dadr.2022.100089)
20. Rinken S., Domínguez-Álvarez J.-A., Trujillo M., Lafuente R., Sotomayor R., Serrano-del-Rosal R. Combined Mobile-Phone and Social-Media Sampling for Web Survey on Social Effects of COVID-19 in Spain. *Survey Research Methods*. 2020. Vol. 14. No. 2. P. 165–170. Accessed 13.07.2026. URL: <https://ojs.ub.uni-konstanz.de/srm/article/view/7733>
21. Robbins M.W., Ghosh-Dastidar B., Ramchand R. Blending Probability and Nonprobability Samples with Applications to a Survey of Military Caregivers. *Journal of Survey Statistics and Methodology*. 2021. Vol. 9. No. 5. P. 1114–1145. DOI: [10.1093/jssam/smaa037](https://doi.org/10.1093/jssam/smaa037)
22. Sastry N., McGonagle K.A. Switching from Telephone to Web-First Mixed-Mode Data Collection: Results from the Transition into Adulthood Supplement to the US Panel Study of Income Dynamics. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A: Statistics in Society*. 2022. Vol. 185. No. 3. P. 933–954. DOI: [10.1111/rssa.12840](https://doi.org/10.1111/rssa.12840)
23. Schouten B., van den Brakel J., Buelens B., Giesen D., Luiten A., Meertens V. *Mixed-Mode Official Surveys: Design and Analysis*. Boca Raton, FL: CRC Press, 2022. 326 p. DOI: [10.1201/9780429461156](https://doi.org/10.1201/9780429461156)

24. Toczyski P., Feliksiak M. Depression Can Affect Anyone: Report on Three Waves of National Representative Survey in Poland Measured With PHQ-8. *Depression and Anxiety*. 2024. Vol. 2024. Article ID 2241722. DOI: [10.1155/2024/2241722](https://doi.org/10.1155/2024/2241722)
25. Wilkinson S., McTiernan L. Mixed Mode Research: Reaching the Right People in the Right Way to Get the Data You Need. *Ipsos Views*. 2020. June. Accessed 13.07.2026. URL: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-06/mixed-mode-research-ipsos.pdf>

Статья поступила в редакцию: 21.07.2026; поступила после рецензирования и доработки: 03.09.2026; принята к публикации: 09.09.2026.

Received: 21.07.2026; revised after review: 03.09.2026; accepted for publication: 09.09.2026.

ОБЗОРЫ, РЕЦЕНЗИИ, РЕФЕРАТЫ



DOI: 10.19181/socjour.2026.32.3.9
EDN: WFERXC

А. С. БЫКОВ¹

¹ Санкт-Петербургский государственный университет
191060, Санкт-Петербург, ул. Смольного, д. 1/3

ВОЙНА КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС. РАЗМЫШЛЕНИЯ НАД КНИГОЙ СИНИШИ МАЛЕШЕВИЧА «ВОЙНА И ОБЩЕСТВО»¹

Аннотация. В 2026 г. вышло русскоязычное издание книги ирландского социолога, профессора Сিনিши Малешевича «Война и общество» — перевод монографии *The Sociology of War and Violence*, впервые опубликованной Cambridge University Press в 2010 г. Работа посвящена социологическому объяснению войны и организованного насилия. Способность современных обществ вести длительные массовые войны автор связывает с двумя историческими процессами — кумулятивной бюрократизацией насилия и центробежной (массовой) идеологизацией. Первый отражает развитие организаций и институтов, способных мобилизовывать, дисциплинировать и контролировать большие массы людей, второй — расширение возможностей для распространения и закрепления идеологических представлений, оправдывающих применение насилия. В рецензии рассматриваются теоретические основания этой концепции, исторический анализ формирования военной и государственной организации, трактовка национализма и пропаганды, проблема микросоциальной сплоченности, а также главы о социальной стратификации и «новых войнах». Особое внимание уделяется тому, как Малешевич связывает развитие военной организации с государственным строительством, а идеологию — с легитимацией коллективного насилия. К достоинствам книги относятся последовательное соединение классических и современных социологических теорий, сопоставление различных исторических кейсов и внимание к тому, как массовое насилие становится организационно возможным и общественно оправданным. Вместе с тем концепция Сিনিши Малешевича подробнее объясняет механизмы, позволяющие обществам вести массовую войну, чем причины начала конкретного вооруженного конфликта. Отмечается, что Сিনিша Малешевич практически не обращается к российской традиции социологии войны, прежде всего к работам П.А. Сорокина и Н.Н. Головина.

¹ Статья подготовлена при поддержке РНФ в рамках проекта № 25-28-02398 «От войны как объекта социологического анализа к институционализации социологии войны как отрасли социологического знания: вклад российских ученых в мировую социологию».

Ключевые слова: Синиша Малешевич; социология войны; организованное насилие; бюрократизация насилия; идеологизация; национализм; солидарность.

Для цитирования: Быков А.С. Война как социальный процесс. Размышления над книгой Синиши Малешевича «Война и общество» // Социологический журнал. 2026. Том 32. № 3. С. 178–190. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.9](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.9) EDN: WFEPXC

Введение

Русскоязычное издание книги Синиши Малешевича «Война и общество» вышло спустя шестнадцать лет после английского оригинала “The Sociology of War and Violence”, опубликованного в 2010 г. Для российского читателя этот перевод важен прежде всего тем, что делает доступной масштабную теоретическую работу, в которой война рассматривается как объект социологического исследования. Российские социологи также обращались к этой проблематике, исследуя войну, ее социальные причины, последствия и связь с другими общественными процессами [4, с. 106–108]. Поэтому появление книги С. Малешевича на русском языке позволяет вновь обратиться к вопросу о месте войны в социологическом знании и о социальных условиях, при которых становится возможным организованное насилие.

Отдельные разделы монографии автор публиковал ранее. Материал, вошедший впоследствии в первые две главы книги, был представлен в статьях “Solidary Killers and Egoistic Pacifists: Violence, War and Social Action”, “Collective Violence and Power” и “How Pacifist were the Founding Fathers?”, а десятая глава представляет собой переработанную версию статьи “The Sociology of New Wars?: Assessing the Causes and Objectives of Contemporary Violent Conflicts” [3, с. 511]. В монографии к этим исследованиям добавлен исторический анализ войн, государства как института, национализма, пропаганды, социальной стратификации и конфликтов конца XX – начала XXI в.

Исходная проблема сформулирована через различие между индивидуальным насилием и войной как организованным коллективным действием. С. Малешевич сознательно разделяет индивидуальную агрессию и организованное насилие: «В реальной жизни люди не столько наслаждаются насилием, сколько избегают насильственных столкновений. <...> Война всех против всех эмпирически невозможна: поскольку любое успешное насильственное действие подразумевает организацию, а организованное действие требует коллективной координации, иерархии и делегирования задач, любая война неизбежно представляет собой социальное событие» [3, с. 13]. Это положение определяет логику всей книги: объяснять требуется не врожденную склонность человека к насилию, а социальные условия, при которых люди оказываются вовлечены в длительное и организованное применение силы.

Для такого объяснения С. Малешевич вводит два понятия: «кумулятивная бюрократизация насилия» и «центробежная (массовая) идеологизация». Длительное коллективное насилие, по его словам, предполагает «наличие двух жизненно важных ингредиентов: сложного, структурного, организационного потенциала и мощной легитимизирующей идеологии». Далее автор уточняет:

«Поскольку насилие не приходит к человеку естественно и автоматически, его успешное применение в массовом масштабе, например во время войны, требует высокоразвитых организационных механизмов социального контроля и хорошо сформулированных и институционально закреплённых идеологических доктрин, способных оправдать такие действия» [3, с. 16]. Иными словами, массовая война требует организаций, способных мобилизовывать, обучать, снабжать и контролировать людей, и системы представлений, в рамках которой применение силы может быть оправдано.

Уже здесь обнаруживаются как достоинства, так и ограничения предложенной концепции. С. Малешевич показывает, каким образом создаются организационные и идеологические условия для длительной массовой войны. Однако наличие армии, развитого государственного аппарата, средств мобилизации и устойчивых представлений о политической общности еще не означает, что государство обязательно начнет войну. Поэтому исследование убедительнее отвечает на вопрос, как становится возможным массовое организованное насилие, чем на вопрос о причинах начала конкретного конфликта в конкретный момент. Эта особенность концепции будет проявляться и в исторических главах, и в анализе национализма, пропаганды и современных войн.

Война в социологической теории

Первая часть книги посвящена месту войны и насилия в классической и современной социологической мысли. С. Малешевич оспаривает распространённое представление, что классическая социология почти не занималась этой проблематикой. По его мнению, во второй половине XX в. в самой дисциплине изменились исследовательские приоритеты: «Именно гегемония антимилитаристской социологической теории, распространившаяся во второй половине XX века, привела к отстранению социологии от исследования войны, а также к игнорированию богатой и многогранной “воинствующей” традиции путем переосмысления классики в строго “пацифистских” терминах» [3, с. 33]. Слова «воинствующий», «милитаристский» и «пацифистский» С. Малешевич использует в описательном, а не в оценочном смысле, что специально оговаривает [3, с. 33].

Под «воинствующей» традицией автор понимает социальную мысль конца XIX — начала XX в., в которой завоевание, межгрупповая борьба, военная организация и принуждение рассматривались как факторы общественного развития. Он обращается к Л. Гумпловичу, Г. Ратценхоферу, Ф. Оппенгеймеру, А. Рюстову и другим авторам, стремясь вернуть в дискурс о войне идеи, оттесненные на второй план после двух мировых войн [3, с. 78–79].

Э. Дюркгейм интересуется С. Малешевича прежде всего как теоретик солидарности. В общей картине общественного развития Дюркгейм действительно склонен рассматривать войну как аномалию и исторический пережиток. Однако в «Самоубийстве» он фиксирует другой эффект: национальные войны усиливают социальную и моральную интеграцию общества. Общая опасность заставляет людей «сомкнуть ряды», меньше сосредоточиваться на личных интересах и сильнее связывать себя с политическим сообществом, которому они принадлежат [3, с. 38].

Для С. Малешевича принципиально именно это наблюдение: солидарность не только поддерживает мирное взаимодействие, но и при определенных обстоятельствах способствует мобилизации и готовности к самопожертвованию.

У К. Маркса и Ф. Энгельса С. Малешевич выделяет связь насилия с государством и материальными условиями. После Парижской коммуны Маркс уделяет больше внимания государственному аппарату принуждения. При этом у Энгельса устройство армии, вооружение, тактика и стратегия зависят от экономических условий в обществе [3, с. 42–44]. С. Малешевич не отрицает их значение, но считает, что организацию насилия нельзя объяснить только через экономику, так как армия, государственный аппарат, дисциплина и бюрократические механизмы сами влияют на общественные изменения.

Наиболее сильную теоретическую опору концепция С. Малешевича находит у М. Вебера. Речь идет не только об определении государства через монополию на легитимное применение физического насилия, но и о связи бюрократии с дисциплиной, иерархией и профессионализацией. Малешевич неоднократно возвращается к веберовской формуле «военная дисциплина порождает всякую иную дисциплину» [3, с. 45]. Из нее следует важное для книги положение: военная организация была одной из сфер, в которых складывались и совершенствовались дисциплинарные и бюрократические практики, впоследствии распространившиеся на другие общественные институты.

Во второй главе С. Малешевич переходит к современным социологическим объяснениям войны и организованного насилия. Он рассматривает биологические, рационалистические и культуралистские подходы, указывая на их ограничения, а затем обращается к организационному материализму, который наиболее последовательно учитывает роль государства, принуждения и социальной организации. Вместе с тем и этот подход, по мнению автора, недостаточно объясняет роль идеологии в легитимации насилия. Наиболее близок Малешевичу подход, который он называет «организационным материализмом» и связывает прежде всего с работами Ч. Тилли, М. Манна, Э. Гидденса, Р. Коллинза, Дж. Холла и Дж. Поджи [3, с. 114–116]. Однако и здесь автор видит ограничение: эти исследования объясняют принудительную и организационную сторону государственной власти, но, по его мнению, недостаточно внимания уделяют тому, как насилие получает общественное оправдание [3, с. 128]. Поэтому к анализу организации С. Малешевич добавляет анализ идеологии.

Такое соединение разных теоретических традиций можно считать одним из главных достоинств книги. С. Малешевич не предлагает отказаться от идей К. Маркса, Э. Дюркгейма или М. Вебера и не заявляет о создании социологии войны заново. Он показывает, что проблемы принуждения, солидарности, дисциплины и легитимации уже присутствовали в классической теории, а затем связывает их с исследованиями государства и войны второй половины XX в. В этом отношении его работа пересекается с исследованиями государства в сравнительно-исторической социологии. Например, Ч. Тилли показал, что ведение войн требовало постоянного получения людей, денег, продовольствия и других средств; создававшиеся для этого налоговые, учетные и административные структуры затем становились частью государственного аппарата [11, р. 181–183]. С. Малешевич принимает эту логику, но дополняет ее анализом идеологии и микросоциальной солидарности.

Вместе с тем исторический обзор социологии войны у С. Малешевича имеет существенный пробел, особенно заметный после выхода русского перевода его книги. В этом обзоре практически отсутствует обращение к российской традиции изучения войны. П.А. Сорокин упоминается в основном тексте лишь как источник данных о росте численности европейских армий в XVI в. [3, с. 173], а Н.Н. Головин не упоминается вовсе. Между тем оба исследователя являются пионерами социологии войны. В «Современных социологических теориях» Сорокин посвятил отдельную главу «социологической интерпретации “борьбы за существование” и социологии войны» [5]. Третий том его «Социальной и культурной динамики» назывался “*Fluctuation of Social Relationships, War, and Revolution*” и был непосредственно посвящен в том числе войне [10].

Этот труд был связан и с Н.Н. Головиным, которого П.А. Сорокин привлек к подготовке третьего тома «Социальной и культурной динамики». Совместная работа включала сбор и сопоставление данных о военных конфликтах, их причинах, продолжительности и эффективности в разрешении территориальных, религиозных, классовых и политических споров [1, с. 31–32]. Само название книги Головина «Наука о войне. О социологическом изучении войны» прямо указывает на его стремление поставить изучение войны в социологическую плоскость [2]. В отечественной истории социологии эти исследования обоснованно рассматриваются как одна из ранних линий становления социологии войны [4, с. 107–108]. На фоне подробного внимания С. Малешевича к Л. Гумпловичу, Г. Ратценхоферу, Ф. Оппенгеймеру и другим авторам, чьи труды оказались забыты, отсутствие Н.Н. Головина и П.А. Сорокина именно как социологов войны выглядит особенно заметно.

Организация массового насилия: от армии к государству

В исторических главах С. Малешевич подробно раскрывает понятие кумулятивной бюрократизации насилия. Он описывает длительное развитие организаций, способных контролировать все больше людей и ресурсов, поддерживать дисциплину, обучать большие массы военнослужащих и обеспечивать их действия. В конце вводной части С. Малешевич дает развернутое определение: «Бюрократизация насилия носит кумулятивный характер, поскольку является непрерывным историческим процессом, предполагающим постоянное расширение организационных возможностей для разрушения; она бюрократична, поскольку предполагает постоянное развитие зародившейся в военной сфере бюрократической рационализации в ее веберийском смысле; и она принудительна, поскольку включает в себя не только осуществление контроля, применение насилия и ведение войн, но и способность внутренне умиротворять социальный порядок за счет своей монополии на угрозу применения насилия» [3, с. 20].

Наиболее подробно этот процесс прослеживается на материале раннего Нового времени. С. Малешевич не отрицает значения пороха, артиллерии, ручного огнестрельного оружия и новых фортификационных систем, но возражает против объяснения «военной революции» преимущественно техническими нововведениями. По его мнению, «технологические инновации шли рука об руку

с организационными и доктринальными изменениями» [3, с. 173]. Армии Морица Нассауского и Густава Адольфа отличались систематической подготовкой солдат, строгими правилами поведения, военными школами, письменными приказами, регулярным жалованьем и налаженным снабжением [3, с. 176–178]. Новое оружие становилось действительно значимым вместе с организацией, способной обучать людей и координировать их действия.

Изменение армии в свою очередь влияло на государственное управление. Постоянные крупные вооруженные силы требовали регулярного налогообложения, учета, транспортной системы, складов и административного персонала. С. Малешевич подводит итог этой взаимосвязи короткой формулой: «По мере расширения военной организации росло и государство с его бюрократическим аппаратом» [3, с. 180–181]. Здесь особенно заметна близость его суждений к Ч. Тилли, у которого ведение войны, получение необходимых для нее средств и государственное строительство образуют взаимосвязанный процесс [11, р. 181–183].

Следующим этапом становится массовая мобилизация эпохи Французской революции. Декрет о *levée en masse* (массовой мобилизации) 1793 г. позволил создать вооруженные силы численностью 983 тыс. человек; революционный энтузиазм при этом дополнялся новыми средствами организационного контроля [3, с. 188]. В XIX в. к ним добавились резервы, генеральные штабы, железные дороги и телеграф. К началу XX в. мобилизация охватывала уже не только армию, но и промышленность, транспорт, массовые коммуникации и значительную часть гражданского населения. Первая мировая война, по формулировке С. Малешевича, стала «первой тотальной войной, которая потребовала масштабной мобилизации целых обществ на обеспечение военных нужд» [3, с. 213].

Сильной стороной исторического анализа является и обращение к обществам за пределами Западной Европы. В главе «Социальная география военных действий» автор сравнивает разные исторические траектории и прямо указывает, что война могла становиться фактором модернизации не только в западноевропейских государствах. Среди наиболее показательных примеров он называет Османскую и Российскую империи и Японию [3, с. 228–229]. Российскому опыту посвящен отдельный раздел, где войны, милитаризация и территориальная экспансия рассматриваются в связи с преобразованиями государства и армии [3, с. 248]. Сопоставляя эти примеры, С. Малешевич показывает, что связи войны и модернизации складывались по-разному и зависели от устройства государства, военной организации и социальной структуры.

В XX в. возможности бюрократической организации проявились в предельной форме в тотальных войнах и массовом уничтожении. В анализе Холокоста С. Малешевич опирается на З. Баумана, но формулирует собственный вывод: «Что отличает геноцид от традиционной резни и массовых убийств, так это идеологическая и организационная современность. Это процесс, при котором монополия современного государства на насилие используется для реализации конкретного проекта идеального общественного устройства... Скорость, эффективность и высокая степень управляемости, которыми сопровождалась реализация так называемого окончательного решения, были обусловлены развитым разделением труда, иерархической постановкой задач и инструментальной рациональностью, то есть наличием всех отличительных черт современной социальной органи-

зации» [3, с. 217]. Здесь особенно видно, зачем автору нужны оба центральных понятия. Бюрократическая организация объясняет возможность систематически координировать массовое насилие, а идеология задает представление об общественном порядке, ради которого насилие может быть оправдано.

Именно исторический анализ бюрократизации представляется одной из наиболее убедительных частей книги, поскольку здесь автор показывает последовательность институциональных изменений на конкретном материале. Увеличение армии требовало новых способов набора и обучения; содержание армии — налогов и снабжения; управление крупными соединениями — профессиональных штабов и средств связи. Эти изменения можно подвергать временным и межгосударственным сопоставлениям. Гораздо сложнее оценить самостоятельное влияние идеологии. С. Малешевич утверждает, что применение силы нуждается в оправдании, но наличие такого оправдания еще не позволяет определить, почему война начинается в конкретный момент. Для этого необходимо учитывать политические решения, международную обстановку, стратегию участников конфликта и непосредственные обстоятельства кризиса. Поэтому кумулятивная бюрократизация насилия и центробежная идеологизация хорошо объясняют, каким образом общество приобретает средства для ведения массовой войны и ее оправдания, но не заменяют анализа причин отдельного вооруженного конфликта.

Идеология, национализм и солидарность

Бюрократизация описывает организационные возможности массового насилия; центробежная идеологизация — способы его общественного оправдания. Идеологию автор понимает шире, чем последовательную политическую доктрину. Опираясь на М. Биллига и М. Фридена, С. Малешевич подчеркивает, что идеологические представления могут быть противоречивыми, привычными и вообще не восприниматься человеком как идеология. В его формулировке идеология «создает карту социального и политического мира человека», помогает связывать отдельные события в понятную картину и участвует в легитимации или оспаривании властных отношений [3, с. 22]. Центробежная идеологизация обозначает историческое расширение возможностей распространения таких представлений благодаря массовой грамотности, образованию, печати, средствам массовой информации, воинскому призыву и политическому участию [3, с. 23].

Главным примером для С. Малешевича служит национализм. Здесь он активно использует концепцию «банального национализма» М. Биллига, согласно которой нация воспроизводится не только в периоды политического подъема, но и через повседневные, часто почти незаметные напоминания о национальной принадлежности [6, р. 6]. С. Малешевич развивает эту мысль применительно к своей концепции идеологизации: «Сила националистической идеологии не коренится в мощных боевых кличах и героических образах победы и самопожертвования. Такие яркие образы и действия редки, исключительны и, как правило, недолговечны. Более того, само их существование зависит от действенности вялотекущего повседневного национализма» [3, с. 298]. Далее он связывает устойчивость национализма с его привычным воспроизведением в политической риторике, СМИ, символах и других повседневных практиках [3, с. 298–299].

Такое понимание позволяет автору отказаться от объяснения войны через внезапное пробуждение «национальной ненависти». Национальные представления формируются задолго до конфликта и поддерживаются институтами повседневной жизни. Однако самих представлений недостаточно для массового насилия. С. Малешевич прямо отмечает, что привычного воспроизводства банального национализма «недостаточно, чтобы превратить обычных мужчин и женщин в жестоких и эффективных массовых убийц»; для этого необходима социальная организация, способная объединять большие группы и заставлять их действовать определенным образом [3, с. 302]. Отсюда и его важный вывод о связи войны и национализма: «И самое главное, война не порождает национализм, как и национализм не порождает войну. Напротив, развитие национализма во многом обусловлено институциональными процессами... а именно: центробежной идеологизацией и кумулятивной бюрократизацией принуждения» [3, с. 309].

В глава о военной пропаганде уточняется, как автор понимает действие идеологии. С. Малешевич отвергает представление о пропаганде как о средстве, способном быстро изменить убеждения пассивной аудитории. В подтверждение он обращается, в частности, к исследованию Э. Шилза и М. Яновица о вермахте. В их работе способность солдата продолжать сопротивление связывалась прежде всего с устойчивостью непосредственной первичной группы; политические и идеологические символы становились значимыми постольку, поскольку соединялись с отношениями внутри этой группы [9, р. 281]. Аналогичный акцент на ситуационных условиях насилия содержится в микросоциологии Р. Коллинза: непосредственная конфронтация вызывает напряжение и страх, поэтому насилие требует социальных условий, позволяющих преодолеть этот барьер [7, р. 41–43].

Сам С. Малешевич описывает роль пропаганды следующим образом: «Вместо того чтобы внезапно и драматически трансформировать популярные мнения и представления, пропаганда на самом деле помогает узаконить уже существующие и распространенные взгляды... Вместо того чтобы менять взгляды людей, военная пропаганда служит социальным зеркалом, которое всего лишь способствует артикуляции и укреплению тех установок и практик, которые уже пронизывают общественное мнение» [3, с. 316]. В заключении главы он идет еще дальше: «Военная пропаганда — это не автономная сила, а паразитическое образование, питающееся уже существующими практиками... Пропаганда не создает и не может создать солидарность там, где ее нет изначально» [3, с. 356].

Тем самым С. Малешевич не выводит поведение солдата непосредственно из идеологии. На поле боя особое значение приобретают отношения внутри небольшого подразделения: «Большинство добровольных жертв на поле боя на самом деле приносятся ради гораздо меньшей группы — своего взвода, отряда, отделения или команды» [3, с. 355]. Государство способно организовать войну и придать ей политический смысл, но непосредственное участие в насилии поддерживается также дисциплиной, взаимными обязательствами и сплоченностью малых групп.

Здесь, однако, возникает вопрос, насколько точно концепция связывает разные уровни анализа. Кумулятивная бюрократизация и центробежная идеологизация описывают процессы, разворачивающиеся на протяжении столетий. Действия конкретного военнослужащего определяются в большей степени непосредственными обстоятельствами: приказом, отношениями с сослуживцами,

страхом, оценкой ситуации, опытом боя. С. Малешевич учитывает и эти факторы, поэтому упрек в игнорировании микроуровня был бы неверен. Однако книга не всегда позволяет установить, какой из механизмов — организационное принуждение, идеологическая убежденность или групповая сплоченность — имеет решающее значение в конкретной ситуации.

С этим связан и более общий вопрос к понятию центробежной идеологизации. Его достоинство состоит в том, что оно позволяет анализировать не только официальные доктрины, но и привычные способы объяснения политической реальности. Однако в книге понятие охватывает очень широкий круг процессов. Если идеологизация сопровождает практически всю современную политическую жизнь, одного факта ее наличия недостаточно для объяснения насильственной мобилизации. Нужно дополнительно показать, при каких условиях привычные формы лояльности и повседневные представления начинают использоваться для оправдания войны. Автор фактически признает эту необходимость, когда подчеркивает, что банального национализма недостаточно без прямого институционального вмешательства [3, с. 302].

Социальная стратификация и «новые войны»

В последних частях своей книги С. Малешевич переносит предложенный подход на проблему социальной стратификации и на современные вооруженные конфликты. В главе о социальной стратификации он выступает против представления, что неравенство можно объяснить, не учитывая организованное принуждение, и формулирует тезис достаточно радикально: «Социальное расслоение возникло в результате войн и насилия», а организованное насилие «остается одним из важнейших факторов поддержания и распространения социального неравенства» [3, с. 361]. В заключении главы он усиливает эту позицию, утверждая, что «социальная стратификация чаще всего основывается на организованном контроле над насилием и идеологией» [3, с. 417].

Как критика теорий стратификации, в которых принуждение фактически исчезает из анализа, этот аргумент представляет несомненный интерес. Государственная защита собственности, правовых границ и правил доступа к ресурсам действительно предполагает возможность принуждения. Однако более сильный тезис — что социальная стратификация чаще всего основывается именно на контроле над насилием — требует дополнительных доказательств. Экономические отношения, собственность, образование, профессиональная структура и статусные различия не сводятся к принуждению и обладают собственной динамикой. Поэтому наиболее убедительно эта глава читается как требование вернуть организованное насилие в анализ социального неравенства, а не как попытка сделать насилие главным объяснением стратификации.

Последняя глава посвящена дискуссии о «новых войнах». М. Калдор относит к их отличительным чертам изменение целей, состава участников, способов ведения и финансирования вооруженных конфликтов, а также особую роль политики идентичности [8, р. 6]. С. Малешевич признает изменения, произошедшие в конце XX — начале XXI в., но возражает против представления о радикальном

разрыве с предшествующей историей. В начале главы он предупреждает о «хроноцентризме» — склонности придавать настоящему чрезмерную историческую исключительность [3, с. 472]. Его итоговая позиция сформулирована вполне определенно: парадигма «новых войн» «терпит неудачу, поскольку современные войны имеют больше сходства, чем различий, с традиционными войнами XIX и XX веков». Но тут же следует существенная оговорка: «Однако это не значит, что в отношениях между войной и обществом ничего не изменилось. В частности, существенно изменился уровень зависимости общества от технологий и прежде всего социальный, геополитический и идеологический контекст, в котором велись последние войны» [3, с. 473].

Эта критика максимально убедительна в отношении тех версий концепции «новых войн», где современность описывается как почти полный разрыв с прошлым. Исторические примеры действительно показывают, что партизанские действия, участие негосударственных вооруженных формирований, внешнее финансирование и насилие против мирного населения существовали задолго до 1990-х гг. [3, с. 475–476]. Однако из исторической устойчивости причин и отдельных практик не следует, что организационные формы войны не меняются. Новые технологии, дистанционные способы применения силы, транснациональные сети, иное соотношение государственных и негосударственных участников способны существенно перестраивать ведение войны. Сам С. Малешевич признает, что технологии изменили способы ведения ограниченных войн, хотя, по его мнению, их основные причины и цели остались прежними [3, с. 501–503]. Поэтому аргумент автора следует понимать как требование оценивать современную войну в длительной исторической перспективе, а не как отрицание любых качественных изменений.

Заключение

Книга С. Малешевича «Война и общество» представляет собой последовательную попытку вернуть войну и организованное насилие в число значимых проблем общей социологической теории. Ему удалось показать, что становление современного государства, бюрократических форм управления, национализма, социальной стратификации и коллективной солидарности нельзя рассматривать так, будто война и принуждение существовали отдельно от этих процессов.

Сильная сторона работы состоит в отказе от упрощенных, однопричинных объяснений войны. С. Малешевич не выводит массовое насилие непосредственно из биологической агрессии, экономического интереса, национализма, пропаганды или технического развития. В его анализе война требует развитых организаций, оправдания коллективных целей и социальных связей, поддерживающих готовность людей участвовать в насилии. Особенно убедительны главы о дисциплине и бюрократизации, пропаганде и микросоциальной сплоченности. Кроме того, обращение к опыту России, Османской империи и Японии показывает, что связь войны и модернизации не сводится к одной западноевропейской траектории.

Главное ограничение концепции С. Малешевича связано с тем, что она лучше объясняет условия, делающие массовую войну возможной, чем причины начала конкретного вооруженного конфликта. Кумулятивная бюрократизация насилия по-

казывает, каким образом государство получает возможность мобилизовывать и контролировать большие массы людей, а центробежная идеологизация демонстрирует, как применение силы может быть оправдано и включено в привычные представления о политической общности. Но война начинается не всякий раз, когда такие возможности существуют. Для объяснения конкретного конфликта необходимо дополнительно учитывать решения политиков, действия противоборствующих сторон, международную обстановку и обстоятельства кризиса. Поэтому концепция С. Малешевича наиболее убедительна как объяснение социальных механизмов, делающих массовую войну возможной и устойчивой, но не как исчерпывающая теория причин каждой войны.

Второе ограничение связано с самим понятием идеологизации. С. Малешевич справедливо показывает, что оправдание насилия не сводится к прямой пропаганде и может укореняться в повседневных представлениях. Однако чем шире становится содержание этого понятия, тем труднее отделить его действие от обычного функционирования политической культуры, образования, СМИ и государственных институтов. Для дальнейшего развития концепции важно точнее определить условия, при которых привычные формы политической лояльности начинают участвовать в оправдании организованного насилия.

Наконец, для российского читателя особенно заметно отсутствие полноценного обращения к работам П.А. Сорокина и Н.Н. Головина. С. Малешевич подробно возвращает в историю социологической мысли ряд забытых европейских авторов, но почти не включает в нее российские исследования войны первой половины XX в. Это не ставит под сомнение основную концепцию книги, однако делает представленную историю социологии войны неполной. Русскоязычный перевод предоставляет хорошую возможность для такого сопоставления: концепцию кумулятивной бюрократизации и центробежной идеологизации имеет смысл обсуждать не только рядом с Ч. Тилли, М. Вебером или М. Биллигом, но и в связи с ранними попытками систематического социологического анализа войны русскими социологами.

Таким образом, значение книги «Война и общество» состоит не в универсальном объяснении всех вооруженных конфликтов. С. Малешевич последовательно показывает, что война — социальный процесс, зависящий от устройства организаций, отношений власти и общества, способов ее легитимации и форм солидарности. Книга тем самым расширяет социологическое понимание войны, в ней предлагается учитывать организованное насилие при анализе истории современных институтов.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Быков Александр Сергеевич — исследователь, Санкт-Петербургский государственный университет. **Телефон:** +7 (900) 623-13-18. **Электронная почта:** sashab.99@mail.ru
SPIN-код: 3011-2924

**SOTSIOLOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2026. Vol. 32. No. 3.
P. 178–190. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.9](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.9)**

Research Article

ALEKSANDR S. BYKOV¹

¹ Saint Petersburg State University

1/3, Smolnogo Str., 191060, Saint Petersburg, Russian Federation

WAR AS A SOCIAL PROCESS. REFLECTING ON SINIŠA MALEŠEVIĆ'S BOOK "WAR AND SOCIETY"

Abstract. The Russian-language edition of Siniša Malešević's *War and Society* was published in 2026 as a translation of *The Sociology of War and Violence*, first issued by Cambridge University Press in 2010. The book offers a sociological explanation of war and organized violence. Malešević links the capacity of modern societies to wage prolonged mass warfare to two historical processes: the cumulative bureaucratization of violence and centrifugal (mass) ideologization. The former refers to the development of organizations and institutions capable of mobilizing, disciplining and controlling large numbers of people; the latter to the expanding capacity to disseminate and institutionalize ideological representations that justify violence. The review examines the theoretical foundations of this concept, the historical analysis of military and state organization, the interpretation of nationalism and propaganda, microsocial cohesion, and the chapters on social stratification and "new wars." Particular attention is paid to the way Malešević connects military organization with state-building and ideology with the legitimization of collective violence. The book's strengths include its integration of classical and contemporary sociological theories, comparison of historical cases, and attention to how mass violence becomes organizationally possible and socially justified. At the same time, Malešević's concept explains the mechanisms that enable societies to wage mass war more comprehensively than it does the causes of particular armed conflicts. The review also notes his limited engagement with the Russian tradition of the sociology of war, especially the works of Pitirim A. Sorokin and Nikolai N. Golovin.

Keywords: Siniša Malešević; sociology of war; organized violence; bureaucratization of violence; ideologization; nationalism; solidarity.

For citation: Bykov, A.S. War as a Social Process. Reflections on Siniša Malešević's Book "War and Society". *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2026. Vol. 32. No. 3. P. 178–190. DOI: [10.19181/socjour.2026.32.3.9](https://doi.org/10.19181/socjour.2026.32.3.9)

Acknowledgements. The article was prepared under support of the Russian Science Foundation (RSF), project No. 25-28-02398, "From War as an Object of Sociological Analysis to the Institutionalization of the Sociology of War as a Branch of Sociological Knowledge: The Contribution of Russian Scholars to World Sociology".

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Aleksandr S. Bykov — Researcher, Saint Petersburg State University. **Phone:** +7 (900) 623-13-18. **Email:** sashab.99@mail.ru **ORCID:** 0000-0001-5915-0642 **ResearchID:** AAQ-7941-2021

ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES

1. Быков А.С. Питирим Сорокин и Николай Головин — ученые в изгнании. Грани научного сотрудничества // Питирим Сорокин и парадигмы глобального развития XXI века (к 130-летию со дня рождения): Международная научная конференция, Сыктывкар, 10–12 октября 2019 г.: Сборник научных трудов. Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2019. С. 30–37.
Bykov A.S. Pitirim Sorokin and Nikolai Golovin — Scholars in Exile. Facets of Scientific Cooperation. *Pitirim Sorokin and Paradigms of Global Development in the 21st Century (on the 130th Anniversary of His Birth): International Scientific Conference, Syktyvkar, October 10–12, 2019: Collection of Scientific Papers*. Syktyvkar: Pitirim Sorokin Syktyvkar State University publ., 2019. P. 30–37. (In Russ.)
2. Головин Н.Н. Наука о войне: О социологическом изучении войны. Париж: Сигнал, 1938. — 241 с.
Golovin N.N. *Science of War: On the Sociological Study of War*. Paris: Signal publ., 1938. 241 p. (In Russ.)
3. Малешевич С. Война и общество. Астана: Спринт Бук, 2026. — 512 с.
Malešević S. *War and Society*. Astana: Sprint Buk publ., 2026. 512 p. (In Russ.)

4. Образцов И.В. Война как объект социологического анализа // Социологические исследования. 2020. № 10. С. 106–116. DOI: [10.31857/S013216250010207-0](https://doi.org/10.31857/S013216250010207-0) EDN: SEMSAV
Obraztsov I.V. War as an Object of Sociological Analysis. *Sotsiologicheskie Issledovaniya*. 2020. No. 10. P. 106–116. DOI: [10.31857/S013216250010207-0](https://doi.org/10.31857/S013216250010207-0) (In Russ.)
5. Сорокин П.А. Современные социологические теории (включая первую четверть двадцатого столетия). Глава VI: Социологическая интерпретация «борьбы за существование» и социология войны / Пер. с англ. А.К. Конюхова, В.В. Сапова // Наследие. 2017. № 2 (11). С. 165–198. EDN: YTNQWX
Sorokin P.A. Modern Sociological Theories (Including the First Quarter of the Twentieth Century). Chapter VI: Sociological Interpretation of the “Struggle for Existence” and the Sociology of War. Transl. from Eng. by A.K. Konyukhov, V.V. Sapov. *Nasledie*. 2017. No. 2 (11). P. 165–198. (In Russ.)
6. Billig M. *Banal Nationalism*. L.: Sage, 1995. 200 p.
7. Collins R. *Violence: A Micro-sociological Theory*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008. 584 p. DOI: [10.1515/9781400831753](https://doi.org/10.1515/9781400831753)
8. Kaldor M. *New and Old Wars: Organized Violence in a Global Era*. Cambridge: Polity Press, 2001. 216 p.
9. Shils E.A., Janowitz M. Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht in World War II. *Public Opinion Quarterly*. 1948. Vol. 12. No. 2. P. 280–315. DOI: [10.1086/265951](https://doi.org/10.1086/265951)
10. Sorokin P.A. *Social and Cultural Dynamics. Vol. 3: Fluctuation of Social Relationships, War, and Revolution*. N.Y.: American Book Company, 1937. 636 p.
11. Tilly C. War Making and State Making as Organized Crime. *Bringing the State Back in*. Ed. by P.B. Evans, D. Rueschemeyer, T. Skocpol. Cambridge: Cambridge University Press, 1985. P. 169–191. DOI: [10.1017/CBO9780511628283.008](https://doi.org/10.1017/CBO9780511628283.008)

Статья поступила в редакцию: 25.08.2026; поступила после рецензирования и доработки: 01.09.2026; принята к публикации: 05.09.2026.

Received: 25.08.2026; revised after review: 01.09.2026; accepted for publication: 05.09.2026.

Социологический журнал

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ЭЛ № ФС 77 - 89247 от 24.03.2025

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
Адрес: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5
Сайт: <https://www.fnisc.ru>. Телефон: 8 499 125-00-79

Главный редактор: П.М. Козырева

Научные редакторы: Л.А. Козлова, А.В. Савченко, Н.В. Андрианова
Оригинал-макет: И.М. Ситдилов

Журнал «Социологический журнал» включен
в базу РИНЦ, «Белый список» научных журналов — первый уровень,
перечень ВАК — категория К1, индексируется
в международных базах данных Scopus, RSCI, ERIH PLUS, ProQuest

Права на материалы, опубликованные «Социологическим журналом»,
принадлежат редакции и авторам. Публикации журнала не могут быть
воспроизведены в любой форме без письменного разрешения редакции.
Все права сохраняются.

Сетевой журнал открытого доступа. Доступ к контенту журнала бесплатный.
Плата за публикацию с авторов не взимается.

Контент доступен по лицензии



Creative Commons Attribution 4.0 License

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>

Все выпуски журнала размещаются в открытом доступе с момента публикации

- на официальном сайте журнала: <https://www.journal-socjournal.ru>
- на сайте издателя: <https://www.fnisc.ru/Sociologicalmagazine.html>
- на сайте РИНЦ: https://elibrary.ru/title_about_new.asp?id=8228
- на сайте РЦИ: <https://journals.rcsi.science/1562-2495>

Издатель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук (ФНИСЦ РАН)
Адрес издателя: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5
Сайт издателя: <https://www.fnisc.ru>. Телефон издателя: 8 499 125-00-79

2026. Том 32. № 3. Дата выхода в свет 30.09.2026.

Адрес редакции: 117218, Москва,
ул. Кржижановского, д. 24/35, к. 5
Электронная почта: LarissaKozlova@yandex.ru
Телефон редакции: 8 499 120-82-57