Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

Социологический институт РАН

ПЕТЕРБУРГСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ СЕГОДНЯ

Том 18

№ 3

Санкт-Петербург
2026

Редколлегия:

Ирина Ильинична Елисеева, чл.-корр. РАН, д. э. н., профессор,
заслуженный деятель науки РФ, гл. н. с.
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН / СПбГЭУ) — главный редактор;

Михаил Федорович Черныш, чл.-корр. РАН, д. соц. н., профессор,
директор Института социологии ФНИСЦ РАН;

Нина Владимировна Агабекова, д. э. н., профессор
(Белорусский государственный экономический университет,
Минск, Республика Беларусь);

Сания Исааковна Бояркина, к. соц. н., доцент
(Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ));

Константин Александрович Галкин, к. соц. н., старший научный сотрудник
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН);

Геннадий Викторович Каныгин, д. соц. н., вед. н. с.
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН);

Наталья Владимировна Колесник, к. соц. н.
(Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Санкт-Петербург) — ответственный секретарь;

Михаил Валентинович Масловский, д. соц. н., профессор,
ведущий научный сотрудник
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН);

Инна Борисовна Назарова, д. э. н., главный научный сотрудник
(Институт социологии ФНИСЦ РАН / РУДН);

Марина Юрьевна Сурмач, д. мед. н., профессор
(Гродненский государственный медицинский университет,
Республика Беларусь);

Елена Валериевна Тыканова, к. соц. н., зам. директора по научной работе
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН);

Жанна Владимировна Чернова, д. соц. н., ведущий научный сотрудник
(СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН);

Ye Qing, PhD, профессор
(Центр исследований модернизации Китайской академии наук /
Университет Китайской академии наук).

Сборка выпуска — *Дарья Анатольевна Рябчикова* (СПбГЭУ);

Размещение в РИНЦ — *Николай Иванович Карбаинов*, н. с. (СИ РАН — филиал ФНИСЦ РАН).

Editorial board:

Irina I. Eliseeva, Doctor of Economics, Professor, Corr. Member of RAS
(Sociological Institute of FCTAS RAS /
Saint-Petersburg State Economic University) —
Editor-in Chief;

Mikhail F. Chernysh, Doctor of Sociology, Professor, Corr. Member of RAS,
Director of the Institute of Sociology of FCTAS RAS;

Nina V. Agabekova, Doctor of Economics, Professor
(Belarusian State University of Economics,
Minsk, Republic of Belarus);

Sania I. Boyarkina, PhD, associate professor
(Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (SPbPU));

Konstantin A. Galkin, PhD, senior researcher
(Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation);

Gennady V. Kanygin, Doctor of Sociology
(Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation);

Natalia V. Kolesnik, PhD
(HSE University, SPb) — Executive Secretary;

Mikhail V. Maslovsky, Doctor of Sociology, professor
(Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation);

Inna B. Nazarova, Doctor of Economics
(Institute of Sociology of FCTAS RAS / RUDN University);

Marina Yu. Surmach, Doctor of Medicine, Professor
(Grodno State Medical University, Republic of Belarus);

Elena V. Tykanova, PhD, Deputy Director for Research
(Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation);

Zhanna V. Chernova, Doctor of Sociology, Leader Researcher
(Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation);

Ye Qing, PhD, Professor
(China Center for Modernization Research
Chinese Academy of Sciences (CAS) /
University of Chinese Academy of Sciences (CAS)).

Issue assembly — *Daria A. Ryabchikova* (UNECON);

Publishing in the Russian Science Citation Index — *Nikolay Ivanovich Karbainov,*
researcher (Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation).

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

EDN: DFLWCA

Научное периодическое издание
«Петербургская социология сегодня» выходит с 2009 года.
Периодичность: четыре номера в год (до 2023 г. — два номера в год).
Издание включено в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).
Регистрационный номер СМИ: ЭЛ № ФС 77-91095 от 18.03.2026 г.

ISSN 2308-3166

© Авторы статей, материалов, 2026
© ФНИСЦ РАН, 2026
© Оригинал-макет. ООО «Реноме», 2026

СОДЕРЖАНИЕ

Социология труда

Сотниченко А. О. ИИ и трансформация статуса профессий: кластерный анализ вакансий с фокусом на Москву 9

Васькова А. А. Алгоритмический аффект: эмоциональный труд молодежи в условиях цифрового контроля 46

Дымова П. М. Профессиональное сообщество петербургских моделей: структура и идентичности 67

Индивид, семья, общество

Черкашина А. А. Значение альтернативного русского рэпа для современной молодежи 86

Землянская И. А., Урванцева А. Ю. Представление жителей Самары молодого и среднего возраста о времени и пунктуальности 104

Воронина С. Н. Культурно-досуговые учреждения в оценках городского населения Беларуси 119

Рецензии

Егорова С. В. Рецензия на книгу: Как изучали труд и трудовые отношения в СССР: опыт исследований самарских социологов: коллективная монография / отв. ред. В. Ю. Бочаров. Самара: ООО «САМАРАМА», 2026. 340 с. ISBN 978-5-6055840-8-7 130

Научная жизнь

Васькина Ю. В., Глухова Т. В., Егорова С. В., Митрофанова С. Ю. Первые Самарские социологические чтения «Векторы социальной активности российской молодежи» 135

Чердымова Е. И., Малаканова О. А. Патриотическое сознание молодежи в условиях цифровой трансформации: обзор материалов научно-исследовательского семинара 151

Юбилеи

Бочаров В. Ю., Егорова С. В. Необратимость движения: к 95-летию Е. Ф. Молевича 157

CONTENTS

Labor Sociology

Sotnichenko A. O. AI and the Transformation of Occupational Status: A Cluster Analysis of Job Vacancies with a Focus on Moscow 9

Vaskova A. A. Algorithmic Affect: Emotional Labor of Youth Under Digital Control 46

Dymova P. M. Professional Community of St. Petersburg Models: Structure and Identities 67

Individual, Family, Society

Cherkashina A. A. The Importance of Alternative Russian Rap for Modern Youth 86

Zemlyanskaya I. A., Urvantseva A. Yu. Representation of Young and Middle-Aged Samara Residents about Time and Punctuality 104

Voronina S. N. Cultural and Leisure Institutions as Assessed by the Urban Population of Belarus 119

Reviews

Egorova S. V. Book Review: How Labor and Labor Relations were studied in the USSR: Research Experience of Samara Sociologists: Collective Monograph / ed. by V. Yu. Bocharov. Samara: SAMARAMA LLC, 2026. 340 p. ISBN 978-5-6055840-8-7 130

Scientific Life

Vaskina Yu. V., Glukhova T. V., Egorova S. V., Mitrofanova S. Yu. The First Samara Sociological Readings “Vectors of Social Activity of Russian Youth” 135

Cherdymova E. I., Malakanova O. A. Patriotic Consciousness of Youth in the Context of Digital Transformation: A Review of the Proceedings of a Research Seminar 151

Anniversary

Bocharov V. Yu., Egorova S. V. The Irreversibility of Motion: On the 95th Anniversary of E. F. Molevich 157

От соредактора выпуска

Данный выпуск журнала «Петербургская социология сегодня» включает ряд статей, основанных на докладах Первых Самарских социологических чтений «Векторы социальной активности российской молодежи», проведенных социологическим факультетом Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королева в апреле 2026 г. Это событие было приурочено к 95-летию выдающегося ученого, основателя самарской социологической школы, д. филос. н. Евгения Фомича Молевича. Вошедшие в номер материалы отражают многообразие исследовательских направлений, заявленных на конференции, и свидетельствуют о продуктивности диалога между поколениями социологов. Кроме материалов Чтений в этот выпуск журнала вошел обзор научно-исследовательского семинара по проблеме патриотизма молодежи цифровой эпохи, а также эссе, посвященное юбилею Е. Ф. Молевича, и рецензия на коллективную монографию, освещающую опыт социологического изучения сферы труда в советский период. С полным правом можно сказать, что данный номер журнала «Петербургская социология сегодня» содержит интеллектуальный портрет современной российской молодежи и информацию об опыте исследований самарских социологов. Представленные материалы демонстрируют высокий научный потенциал региональных исследовательских центров, прочные связи и преемственность профессионального сообщества. Приглашенный соредактор и самарские коллеги выражают глубокую благодарность главному редактору журнала чл.-корр. РАН, гл. н. с. СИ РАН — филиала ФНИСЦ РАН и профессору СПбГЭУ Ирине Ильиничне Елисеевой, а также члену редакционной коллегии, ответственному секретарю редакции к. соц. н., доценту департамента социологии НИУ ВШЭ Санкт-Петербург Наталье Владимировне Колесник за возможность участвовать в этом выпуске журнала и надеются на дальнейшее плодотворное сотрудничество и укрепление исторически сложившихся со времен **В. А. Ядова** и **Б. Г. Тукумцева** дружеских связей социологов Санкт-Петербурга и Самары.

Приглашенный соредактор номера
В. Ю. Бочаров

Сведения об авторе

В. Ю. Бочаров, кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социологии и культурологии,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева, Самара, Российская Федерация;
ассоциированный научный сотрудник,
Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН,
Санкт-Петербург, Российская Федерация.
E-mail: bocharov@ssau.ru; SPIN 7697-5914

Information about the author

Vladislav Yu. Bocharov, Candidate of Sociology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies,
Samara National Research University named after Academician
S. P. Korolev, Samara, Russian Federation;
Research Associate, Sociological Institute of FCTAS RAS,
St. Petersburg, Russian Federation.
E-mail: bocharov@ssau.ru; SPIN 7697-5914

СОЦИОЛОГИЯ ТРУДА

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.78va-w153
EDN: YZIDMM
УДК 316.334.22

Андрей Олегович Сотниченко
Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)
Москва, Россия

ИИ И ТРАНСФОРМАЦИЯ СТАТУСА ПРОФЕССИЙ: КЛАСТЕРНЫЙ АНАЛИЗ ВАКАНСИЙ С ФОКУСОМ НА МОСКВУ

Аннотация: В статье анализируется связь между упоминанием искусственного интеллекта в вакансиях и профессиональным статусом в массиве вакансий с фокусом на московский сегмент. Под статусом понимается не только уровень оплаты, но и сочетание зарплаты, автономии графика занятости, типа роли, глубины включения ИИ и функциональных зон труда. Эмпирическая база включает 2074 вакансии, распределенных по семи кластерам. Москва является крупнейшим сегментом массива и представлена 839 вакансиями. Для анализа используются кластеризация, переменная ai_depth, пять ИИ-осей, показатели медианной зарплаты и межквартильного размаха, типа роли и графика занятости. Результаты обработки массива показывают, что ИИ не имеет единого статусного эффекта: в одних сегментах он выступает как готовый инструмент, встроенный в маркетинговые, дизайнерские, SMM (Social Media Marketing) и контентные задачи; в других становится объектом настройки, обучения или разработки и чаще связан с IT- и data-профессиями. Выявленные различия интерпретируются как характеристики публичного спроса работодателей, а не как прямое измерение фактической автоматизации труда.

Ключевые слова: искусственный интеллект, рынок труда, профессиональный статус, вакансии, Москва, кластерный анализ, автономия труда

Ссылка для цитирования: Сотниченко А. О. ИИ и трансформация статуса профессий: кластерный анализ вакансий с фокусом на Москву // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 9–45. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.78va-w153; EDN: YZIDMM

Введение

Распространение искусственного интеллекта меняет рынок труда не только на уровне требуемых навыков. В вакансиях ИИ становится способом описания профессиональных ожиданий: от работника требуют умения пользоваться генеративными инструментами, автоматизировать рутинные операции, работать с данными, настраивать модели или участвовать в разработке ИИ-решений. Вопрос о влиянии ИИ на занятость нельзя свести к простой дихотомии «замещает или дополняет». Для социологии труда важнее понять, как ИИ меняет профессиональный статус: уровень оплаты, автономию работника, тип роли, характер задач и место профессии в разделении труда.

Социальная проблема состоит в том, что технологическая модернизация рынка труда распределяется неравномерно. Одни работники получают доступ к более сложным задачам, новым инструментам и более высокой оплате, другие сталкиваются со стандартизацией работы, ростом требований и превращением профессионального опыта в набор процедур. Особенно заметно это в рынках труда крупных городов, где вакансии быстрее реагируют на новые технологические ожидания. Москва важна для такого анализа не как технически доступный объект наблюдения, а как крупнейший городской рынок труда России и точка концентрации сегментов, в которых ИИ-компетенции проявляются раньше и заметнее: IT, аналитики данных, финансовых сервисов, маркетинга, дизайна, цифровых платформ, продуктовых команд и креативных индустрий. Поэтому вакансии московского сегмента позволяют наблюдать не среднее состояние российского рынка труда, а передний слой спроса работодателей на новые сочетания профессиональных задач, цифровых навыков и ИИ-инструментов.

Научная проблема заключается не просто в том, что ИИ влияет на рынок труда, а в том, что пока не вполне понятно, как это влияние связано со статусной дифференциацией профессий. Существующие исследования AI exposure чаще измеряют потенциальную подверженность профессий или задач воздействию ИИ, но реже показывают, как разные формы ИИ-включения соотносятся с наблюдаемыми признаками статуса работника: зарплатой, автономией графика, типом роли, сложностью задач и положением работника относительно технологии. Работы зарубежных исследователей показывают, что ИИ влияет на задачи, навыки, производительность, автономию и спрос на компетенции работника. Однако остается открытым вопрос о том, какие режимы ИИ уже видны в текстах вакансий и где проходит граница между использованием

готового инструмента и профессиональным контролем над настройкой, проверкой, интеграцией или разработкой ИИ-решений.

Цель статьи — выявить, как вакансии с ИИ-признаками в массиве с фокусом на московский сегмент группируются по статусным и функциональным характеристикам. Объект исследования — вакансии с признаками связи с ИИ или с цифровой трансформацией труда, среди которых Москва является крупнейшим территориальным сегментом. Предмет исследования — связь между глубиной включения ИИ, функциональными зонами труда и статусными характеристиками вакансий. Основной исследовательский вопрос формулируется так: какие режимы включения ИИ в профессиональные роли можно выделить по данным вакансий и как эти режимы соотносятся с зарплатой, автономией графика, типом роли и профессиональным составом?

Представленное исследование опирается на задачно-ориентированный подход к профессиям и теорию трудового процесса. Первый позволяет рассматривать профессию как набор задач, часть которых может быть автоматизирована, усложнена или стандартизирована. Теория трудового процесса Бравермана [1] помогает увидеть, что технология не нейтральна: она может расширять автономию, но может и переводить профессиональное знание в процедуры, доступные для контроля и стандартизации. Центральный тезис статьи состоит в следующем: ИИ может повышать статус профессии там, где работник включен в замысел, постановку задачи, интерпретацию результата и настройку технологии; но ИИ может снижать статус там, где работа сводится к выполнению шаблонов, следованию подсказкам и использованию готовых процедур.

Сложность исследования связана с тем, что ИИ одновременно является технологией, навыком и символом профессиональной компетентности. Вакансия может требовать «умения работать с ИИ», но за этой формулировкой могут стоять разные запросы: от пользовательского применения готового сервиса до проверки, настройки, интеграции или разработки ИИ-решений.

В структуре статьи это различие фиксируется как исходная развилка; подробно оно раскрывается в теоретической рамке и далее используется для интерпретации выделенных кластеров.

Для работника статусная значимость ИИ определяется не самим фактом использования инструмента, а тем, сохраняет ли он контроль над профессиональным решением. Если ИИ используется как справочник, усилитель поиска или помощник при подготовке черновика, работник может сохранить автономию. Если же система задает шаблон действия

и критерии оценки, работник становится исполнителем алгоритмически организованного процесса. Поэтому ИИ меняет не только содержание навыков, но и границы профессиональной самостоятельности.

Для работодателя ИИ становится способом перестройки вакансии. В одних случаях это позволяет снизить требования к опыту, потому что часть знания переносится в систему, в других — наоборот, повышает требования, потому что работник должен понимать ограничения модели, управлять рисками, интерпретировать результаты и отвечать за качество решения. В этом смысле ИИ одновременно демократизирует доступ к некоторым операциям и создает новые профессиональные барьеры.

Эта двойственность делает исследование вакансий особенно важным. Вакансии показывают не только спрос на работников, но и язык, через который работодатели описывают новые формы квалификации. Если ИИ упоминается как обязательный инструмент для массовой роли, это один тип рыночного сигнала. Если ИИ связан с разработкой, настройкой или аналитической интерпретацией, это другой сигнал. Поэтому в статье анализируется не абстрактное «влияние ИИ», а конкретные способы, которыми ИИ входит в описание профессий.

Обзор исследований

Современная литература об ИИ и характере труда развивается вокруг нескольких направлений. Первое направление связано с измерением AI exposure, то есть потенциальной подверженности профессий и задач воздействию ИИ. В рамках этой логики профессия рассматривается не как неделимая единица, а как совокупность задач, часть которых может быть автоматизирована или усилена технологией. Такой подход важен для данной статьи, потому что он позволяет перейти от вопроса «исчезнет ли профессия» к вопросу о том, какие элементы профессии меняются и как это связано с ее статусом [2].

В работе Green показано, что ИИ меняет спрос на навыки неравномерно: растет значимость цифровых, аналитических и социально-когнитивных компетенций, при этом часть рутинных навыков может терять самостоятельную ценность [3]. Для нашего анализа это означает, что вакансии с ИИ-признаками нужно рассматривать не только как индикатор технологичности, но и как сигнал изменения структуры навыков. Если ИИ включается в нерутинные аналитические задачи, его статусный смысл может отличаться от ситуации, где он используется для ускорения стандартных операций.

Индекс ILO по воздействию генеративного ИИ на занятость развивает ту же задачно-ориентированную логику. Авторы уточняют глобальный индекс профессиональной экспозиции и показывают, что большинство профессий состоит из задач, требующих человеческого участия, поэтому наиболее вероятным результатом является не полное исчезновение рабочих мест, а трансформация содержания труда [4]. Для настоящей статьи это утверждение принципиально: мы не оцениваем вероятность замещения профессий, а строим карту разных режимов включения ИИ в вакансии.

Второе направление исследований нацелено на отношение ИИ к человеческим навыкам. Mäkelä и Stephany показывают, что ИИ может не только замещать отдельные операции, но и увеличивать спрос на комплементарные человеческие навыки: аналитическое мышление, устойчивость, командную работу, этические компетенции и способность эффективно использовать технологию [5]. Их вывод важен для интерпретации высокостатусных кластеров: если ИИ требует не только пользовательского владения инструментом, но и способности оценивать, настраивать и встраивать его в рабочий процесс, он может ассоциироваться с более высокой профессиональной позицией.

Третье направление фокусируется на автономии труда. Giering и Kirchner на данных Германии показывают, что связь ИИ с автономией не является однозначной: в одних организационных условиях цифровые технологии расширяют самостоятельность работника, в других — усиливают контроль и стандартизацию [6]. Для нашего исследования это особенно важно, поскольку автономия измеряется не напрямую через опрос работников, а через признаки вакансии, прежде всего удаленный или гибкий график. Поэтому свобода графика рассматривается как один из индикаторов статуса, но не как исчерпывающее измерение реальной автономии.

Четвертое направление связано с производительностью и обучением на рабочем месте. Brynjolfsson, Li и Raymond исследуют внедрение генеративного ИИ в службах поддержки и показывают, что AI-assistant повышает производительность, особенно у менее опытных работников, но эффект неоднороден по квалификационным группам [7]. Этот результат помогает понять двойственность ИИ: он может поднимать эффективность слабее подготовленных работников, но одновременно стандартизировать выполнение задач и уменьшать уникальность экспертного опыта.

Пятое направление возвращает дискуссию к теории трудового процесса и проблеме дескиллинга. Ferdman рассматривает AI deskilling как

структурную проблему: риск состоит не только в том, что человек перестает выполнять отдельные операции, но и в том, что среда становится менее благоприятной для развития профессиональных способностей [8]. Эта логика близка к классической критике Бравермана: технология может отделять замысел от исполнения, переносить знание в систему и делать работника оператором процедуры [1].

Обобщение названных исследовательских направлений показывает, что ИИ влияет на труд через задачи, навыки, автономию, производительность и организационный контроль. Вклад настоящей статьи состоит в переносе этих дискуссий на эмпирическую карту московских вакансий и связывает ИИ-признаки с профессиональным статусом. Фиксируется не только наличие упоминания ИИ в вакансии, но выявляется глубина включения ИИ, функциональные зоны труда, тип роли, зарплата и свобода графика. Это позволяет увидеть не единый эффект технологии, а несколько режимов ее включения в профессиональные иерархии.

Для настоящего исследования особенно важно различать три уровня анализа, которые в опубликованных работах часто смешиваются. Первый уровень — это технологическая возможность автоматизации. Он отвечает на вопрос, какие задачи потенциально могут быть выполнены ИИ. Второй уровень — организационное внедрение. Он показывает, как компании реально встраивают технологию в рабочие процессы, распределяют ответственность и меняют контроль над выполнением задач. Третий уровень — рыночная репрезентация труда, то есть то, как работодатели описывают новые требования в вакансиях. Наше исследование концентрируется на третьем уровне, не заменяя исследований реальных практик труда, дополняет их анализом публичного спроса на навыки и роли.

Исследования AI exposure полезны тем, что дают язык для измерения потенциального воздействия ИИ, но они не всегда показывают статусные последствия этого воздействия. Высокая экспозиция может означать риск автоматизации, но может также означать рост спроса на специалистов, способных управлять технологией. В этом смысле один и тот же признак «связи с ИИ» может иметь противоположные статусные значения. Если работник проектирует, обучает или оценивает ИИ-систему, связь с ИИ может ассоциироваться с высокой квалификацией. Если же работник выполняет стандартизированную операцию с готовым инструментом, связь с ИИ может означать нормализацию нового базового требования.

Именно поэтому для анализа вакансий недостаточно бинарного признака: наличия или отсутствия ИИ. Требуется различать глубину включения технологии. В данной статье это сделано через переменную ai_depth, которая отделяет готовые решения, обучение / настройку и разработку ИИ. Такая операционализация согласуется с современными исследованиями навыков: наиболее значимым становится не сам факт знакомства с ИИ, а способность использовать его в связке с аналитическим мышлением, профессиональной ответственностью, этической оценкой и пониманием контекста [5].

Другой важный вывод из обзора литературы связан с автономией. Автономия не равна отсутствию контроля и не сводится к удаленной работе. Работник может иметь гибкий график, но выполнять стандартизированные задачи под управлением цифровой системы. Напротив, работник может работать в офисном режиме, но сохранять высокий контроль над постановкой задачи и профессиональным решением. Поэтому удаленный и гибкий график используются в данном исследовании как доступный рыночный индикатор автономии, но интерпретируются осторожно. Они показывают условия занятости, а не весь объем фактической самостоятельности работника.

Публикации о генеративном ИИ также показывают, что технология меняет распределение выгод между группами работников. В экспериментальных и квазиэкспериментальных исследованиях эффект ИИ часто оказывается сильнее для менее опытных работников, потому что система помогает им быстрее приблизиться к стандартам выполнения задачи [7]. Но с точки зрения статуса возникает двойственный результат. С одной стороны, ИИ может снижать барьеры входа и повышать производительность. С другой стороны, он может уменьшать ценность накопленного опыта, если экспертное решение заменяется типовой подсказкой системы.

Для социологии профессий это означает, что ИИ следует анализировать не только как инструмент эффективности, но и как механизм перераспределения профессионального знания. Если знание остается у работника, ИИ становится средством расширения возможностей. Если знание переносится в систему, работник может терять контроль над критериями качества, последовательностью действий и интерпретацией результата. Поэтому в данном исследовании используется категория «профессионального статуса», позволяющая связать технологию с оплатой, автономией, типом роли и задачной структурой труда.

Обзор опубликованных исследований подводит к эмпирической задаче: проверить, какие режимы включения ИИ можно проследить в массиве вакансий с фокусом на московский сегмент. Зарубежная литература дает теоретические и методологические основания, но не отвечает на вопрос о локальной структуре спроса на ИИ-навыки. Настоящее исследование заполняет этот разрыв, показывая, что вакансии московского сегмента с ИИ-признаками распределяются по разным кластерам, в которых ИИ имеет разные статусные значения.

Российские исследования позволяют уточнить эту постановку применительно к национальному и городскому контексту. Зарова, Абдурахманова и Турсунов анализируют связь Глобального индекса искусственного интеллекта и занятости по 62 странам и показывают, что связь между уровнем развития ИИ и занятостью неоднородна и не сводится к простой линейной зависимости [9]. Для настоящей статьи важна сама логика такого подхода — то, что ИИ следует рассматривать через разные компоненты и режимы включения, а не как бинарный признак.

Работа Заровой и Залманова важна для обоснования городского уровня анализа. На материалах 181 города авторы показывают неоднородность городской занятости и значимость пространственного фактора [10]. Поэтому Москва в данной статье понимается как центральный, но не единственный сегмент массива: она является крупнейшим рынком концентрации цифровых, аналитических, управленческих и креативных вакансий, однако результаты по 2074 вакансиям нельзя отождествлять с Москвой.

Доклад «Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта» [11] и сборник НИУ ВШЭ «Индикаторы цифровой экономики: 2026» [12] используются в статье как контекст, а не как прямое доказательство кластерных результатов. Эти источники показывают, что внедрение ИИ в России неоднородно по отраслям и организациям, а кадровый дефицит специалистов с ИИ-компетенциями остается одним из условий, влияющих на спрос работодателей.

Главный вывод из российского контекста для настоящего исследования состоит в следующем: упоминание ИИ в вакансии не равно фактической зрелости компании в области ИИ. Вакансия показывает публичный язык спроса работодателя и ожидания к кандидату, но не раскрывает, насколько глубоко технология внедрена в организации, есть ли промышленная эксплуатация ИИ-решений, какие данные и инфраструктура доступны и как реально распределен контроль между работником и системой.

Теоретическая рамка

Теоретическая рамка статьи соединяет две линии: теорию трудового процесса Гарри Бравермана [1] и задачно-ориентированный подход Autor, Levy и Murnane [2]. Обе линии важны, потому что ИИ одновременно является технологией организации труда и технологией перераспределения задач.

В логике Бравермана ключевой вопрос состоит в том, кто контролирует замысел, знание и способ выполнения работы. Капиталистическая организация труда стремится отделить планирование от исполнения, формализовать профессиональное знание и сделать рабочий процесс управляемым извне [1]. В современной цифровой среде ИИ может выполнять сходную функцию: подсказки, шаблоны, автоматизированные рекомендации и генеративные инструменты превращают часть профессионального решения в процедуру, заданную системой.

Однако из этой теории не следует, что всякое внедрение ИИ автоматически снижает статус профессии. Ключевое различие состоит в положении работника относительно технологии. В режиме готового инструмента ИИ выступает как внешняя процедура: работник вводит запрос, получает вариант решения, редактирует результат или выполняет стандартизированную операцию. В режиме настройки и разработки ИИ становится объектом профессионального контроля: работник формулирует задачу, выбирает данные, проверяет ограничения модели, интегрирует систему в рабочий процесс и отвечает за качество решения. В первом случае ИИ может нормализовать новый пользовательский минимум квалификации; во втором — становиться источником профессионального капитала, потому что контроль над технологией остается у работника.

Задачно-ориентированный подход позволяет уточнить этот тезис. Профессия состоит из набора рутинных и нерутинных, когнитивных, аналитических, межличностных, операционных и креативных задач. Технология воздействует не на профессию целиком, а на отдельные задачи внутри нее [2]. Поэтому статусное различие возникает не только между профессиями, но и внутри профессий. Дизайнер, который использует Midjourney[1] как источник быстрых вариантов визуала, и дизайнер или арт-директор, который отвечает за концепцию, отбор, оценку и интеграцию результата в коммуникационную стратегию, занимают

[1] Midjourney — генеративная система искусственного интеллекта для создания изображений на основе текстовых описаний (text-to-image), позволяющая пользователям получать визуальные варианты по заданным промптам.

разные статусные позиции. Аналитик, который автоматически собирает отчет, и аналитик, который формулирует исследовательскую задачу, проверяет модельный вывод и принимает решение, также находятся в разных позициях. То же различие видно между программистом, использующим AI-подсказки в коде, и ML/AI-специалистом, который настраивает, обучает, проверяет или интегрирует модель.

В этой статье профессиональный статус операционализируется через пять измерений. Первое измерение — зарплата, прежде всего медианная зарплата и межквартильный размах. Второе — автономия, представленная через признаки удаленного или гибкого графика. Третье — тип роли: исполнительская / специалистская или управленческая. Четвертое — глубина включения ИИ, выраженная переменной ai_depth. Пятое — функциональные зоны труда, описанные через пять ИИ-осей: рутинно-когнитивные, нерутинно-аналитические, рутинно-операционные, нерутинно-межличностные и креативные задачи.

Такое понимание статуса позволяет избежать сведения характеристик к зарплате. Высокая оплата может сочетаться с низкой автономией, а гибкий график — с невысокой медианной зарплатой. Управленческая роль может объяснять часть различий независимо от ИИ-признаков. Глубина ИИ также имеет разный смысл: готовый инструмент, настройка модели, интеграция в процесс, проверка результата и разработка ИИ относятся к разным позициям в разделении труда. Поэтому центральная рамка статьи формулируется следующим образом: ИИ связан с более высоким статусом там, где работник сохраняет контроль над постановкой задачи, критериями качества, интерпретацией результата и самой технологией; ИИ связан со стандартизацией статуса там, где профессиональная работа переводится в воспроизводимые процедуры и использование готового инструмента.

Связь между ИИ и статусом профессии можно представить как континуум. На одном полюсе находятся роли, где работник использует ИИ как вспомогательный инструмент, но сохраняет контроль над профессиональным суждением. На другом полюсе находятся роли, где ИИ задает последовательность действий, предлагает шаблонные решения и делает труд более зависимым от внешней процедуры. Между этими полюсами располагаются смешанные формы: работник может одновременно пользоваться готовыми инструментами и выполнять задачи настройки, контроля качества или адаптации результата под контекст.

Такой подход позволяет избежать технологического детерминизма. ИИ сам по себе не является ни инструментом освобождения труда, ни механизмом деградации навыков. Его эффект зависит от

организационного контекста, профессиональной роли и распределения контроля. Вакансия не показывает весь организационный контекст, но она позволяет увидеть, какой тип работника ищет работодатель: пользователя инструмента, специалиста по настройке, разработчика, аналитика, менеджера или исполнителя стандартных операций.

В настоящей статье различаются два типа профессионального контроля. Первый — контроль над задачей: способность формулировать проблему, выбирать способ решения, оценивать результат и нести ответственность за интерпретацию. Второй — контроль над технологией: способность понимать ограничения инструмента, настраивать его, интегрировать в рабочий процесс и корректировать ошибки. Чем сильнее эти формы контроля представлены в вакансии, тем выше вероятность, что ИИ будет связан с укреплением статуса. Чем слабее контроль и чем больше работа описана как следование готовому инструменту, тем выше риск стандартизации.

Эта рамка особенно важна для анализа креативных, аналитических и технических профессий. На уровне названия профессии дизайнер, маркетолог, аналитик или программист могут выглядеть как устойчивые категории. Но внутри них меняется «задачная» структура. Дизайнер может выполнять шаблонную генерацию визуалов, а может управлять визуальной концепцией и оценивать качество ИИ-результата. Аналитик может автоматизировать подготовку отчетов, а может строить интерпретационную модель и проверять выводы алгоритма. Программист может использовать автодополнение кода, а может отвечать за архитектуру ML/AI-решения, качество данных, тестирование модели и ее интеграцию в продукт. Так что статус зависит не от названия профессии, а от сочетания задач, автономии, ответственности и глубины ИИ-включения.

Данные и методы исследования

Эмпирическая база исследования — финальный массив вакансий из файла existing_clusters_analysis_results.xlsx, лист Data_with_Clusters. В массив вошли 2074 вакансии и 1379 переменных; единица анализа — вакансия. Важно методологически уточнить географию выборки: статья работает не с чистой выборкой только московских вакансий, а с массивом вакансий с фокусом на московский сегмент. Москва является крупнейшей частью массива: 839 вакансий из 2074. Остальные крупные сегменты представляют Санкт-Петербург — 254 вакансии, Нижний Новгород — 76, Новосибирск — 52, Воронеж и Краснодар — по 49.

Москва рассматривается как центральный сегмент и содержательная точка концентрации цифровых профессий, но результаты кластерного анализа относятся ко всему массиву ИИ-связанных вакансий. География используется как характеристика выборки и ограничение интерпретации, а не как причинная переменная.

Выборка интерпретируется на фоне российских исследований и докладов о цифровой экономике, которые показывают неоднородность внедрения ИИ по отраслям и организациям, а также наличие кадрового дефицита специалистов с ИИ-компетенциями. Эти источники задают контекст, но не заменяют анализ вакансий: данные hh.ru фиксируют публичный спрос работодателей на роли, навыки и условия занятости.

ИИ-признаки формировались в несколько этапов. Сначала через HH API из вакансий были извлечены структурированные поля: город, работодатель, профессиональная роль, зарплата, график, занятость, описание и ключевые навыки. Затем по словарю ИИ-терминов отбирались вакансии, где упоминаются ИИ, нейросети, ChatGPT, GPT, LLM, Midjourney, Stable Diffusion, OpenAI, Claude, DeepSeek, YandexGPT и близкие формулировки. После этого тексты вакансий размечались по глубине включения ИИ и по пяти функциональным осям. Разметка сочетала словарные правила, GPT/API-классификацию и ML-подходы. Поэтому итоговые признаки следует понимать как аналитические индикаторы текста вакансии, а не как прямое наблюдение за рабочим процессом.

Ключевые переменные анализа имеют следующий смысл: cluster — номер эмпирической группы вакансий, полученной кластерным анализом. salary — зарплатное значение, извлеченное из вакансии, если оно было указано. salary_avg — расчетное среднее зарплатной вилки, если в вакансии была указана вилка. ai_depth — глубина включения ИИ в текст вакансии. role_type — тип роли: специалист / исполнитель или менеджер / руководитель. schedule_code — тип графика; employment_code — тип занятости; professional_roles — профессиональная роль из данных вакансии. routine_cognitive, nonroutine_analytical, routine_manual, nonroutine_interpersonal и creative — бинарные ИИ-оси, показывающие, с какими типами задач в тексте вакансии связан ИИ. Эти переменные не измеряют реальную работу человека напрямую: они показывают, как работа и ИИ представлены в тексте вакансии. Заработная плата (salary) указана в 1255 вакансиях, в 819 отсутствует; salary_avg заполнена в 1336 вакансиях. В массиве 722 уникальных employer.id и 723 employer.name; professional_roles заполнена во всех 2074 вакансиях — выделено 85 профессиональных ролей.

Глубина включения ИИ кодируется переменной ai_depth: 0 — ИИ не используется или не является содержательным требованием; 1 — готовые ИИ-инструменты; 2 — обучение, настройка или адаптация ИИ; 3 — разработка ИИ-систем. Распределение по массиву: ai_depth = 0 — 174 вакансии, ai_depth = 1 — 1445 вакансий, ai_depth = 2 — 397 вакансий, ai_depth = 3 — 58 вакансий. Эта переменная отражает глубину ИИ-содержания в тексте вакансии, а не фактическую частоту использования ИИ работником на рабочем месте.

Пять ИИ-осей не означают, что ИИ фактически выполнял эти задачи в организации. Они показывают, что в тексте вакансии ИИ связан с определенной функциональной зоной труда. Разметка строится по описанию вакансии, ключевым словам, контексту требований и вычислительной классификации текста; она имеет multilabel-формат, поэтому одна вакансия может иметь несколько активных осей. Рутинно-когнитивные задачи — повторяемые информационные операции: подготовка типовых текстов, поиск информации, обработка документов, заполнение шаблонов, первичная классификация, простые отчеты. Нерутинно-аналитические задачи — анализ и интерпретация: работа с данными, построение выводов, проверка гипотез, оценка результатов модели, аналитическая поддержка решений. Рутинно-операционные задачи — повторяемые рабочие операции: обработка заявок, типовые действия в сервисах, техническая поддержка процесса, автоматизация стандартных процедур. В таблицах эти градации технически отражены как routine_manual, нерутинно-межличностные задачи — коммуникация, координация, работа с клиентами, обучение, переговоры, взаимодействие с командой, где ИИ используется как вспомогательный инструмент; креативные задачи — генерация и доработка контента, визуалов, рекламных материалов, текстов, идей, сценариев и дизайн-концепций.

Тип роли задается переменной role_type: 0 — исполнитель / специалист, 1 — менеджер / руководитель. В массиве 1956 исполнителей / специалистов и 118 менеджеров / руководителей. График работы кодируется как schedule_code: 0 — полный день, 1 — удаленная работа, 2 — гибкий график, 3 — сменная работа, 4 — вахтовый метод. Распределение в массиве: полный день — 1151, удаленная работа — 875, гибкий график — 30, сменная работа — 18; вахтовый метод не представлен. Автономия графика работы маркируется как freedom_schedule_pct: доля вакансий с schedule_code 1 или 2. Employment_code фиксирует тип занятости: 0 — 1840 вакансий, 1 — 203, 2 — 31.

В кластерном анализе используется итоговая переменная cluster со значениями 0–6. Кластеризация выполнялась на основе набора

признаков, описывающих ИИ-содержание вакансии и ее статусные характеристики: глубину включения ИИ, функциональные ИИ-оси, тип роли, график, занятость и зарплатные показатели. Количество кластеров было выбрано как интерпретируемое аналитическое решение, позволяющее выделить содержательно различающиеся группы вакансий. Так что кластеры используются как инструмент эмпирической группировки вакансий по сходству их описания, а не как доказательство причинных связей между ИИ и профессиональным статусом. Размеры кластеров: 0 — 277 вакансий, 1 — 310, 2 — 128, 3 — 152, 4 — 397, 5 — 512, 6 — 298. Кластер интерпретируется как эмпирическая группа вакансий со сходным сочетанием ИИ-признаков, профессиональных ролей и статусных характеристик. В проекте сохранены следы нескольких вариантов кластеризации, поэтому финальная колонка cluster используется как готовый результат вычислительного анализа; причинные выводы из самой кластеризации не делаются.

Статус профессии измеряется набором признаков: медианная зарплата, Q1, Q3, IQR, число вакансий с зарплатой, доля удаленной и гибкой занятости, тип роли, ai_depth, пять ИИ-осей и профессиональный состав кластера. Для зарплат основными показателями являются медиана и IQR, потому что есть выбросы: например, в кластере 0 максимум salary равен 10 000 000 руб. Среднее значение используется только как дополнительная характеристика. Для проверки заново рассчитаны восемь таблиц: размеры кластеров, зарплаты, ai_depth, role_type, schedule_code, ИИ-оси, топ профессий внутри кластеров и профессии с зарплатой / графиком. Размеры кластеров полностью совпали с Cluster_Analysis, зарплатные показатели совпали с Salary_Analysis с различиями на уровне округления.

Результаты исследования

1. Общая структура кластеров

Финальный массив включает 2074 вакансии, распределенные по 7 кластерам. Размеры кластеров представлены в табл. 1 и на рис. 1.

Самый крупный кластер — кластер 5: 512 вакансий, или 24,69% массива. Далее следуют кластер 4 — 397 вакансий (19,14%), кластер 1 — 310 вакансий (14,95%) и кластер 6 — 298 вакансий (14,37%). Кластер 0 включает 277 вакансий (13,36%). Наименьшие по размеру группы: кластер 3 — 152 вакансии (7,33%), и кластер 2 — 128 вакансий (6,17%).

Таблица 1

Размеры кластеров

Кластер	N — число вакансий	%
0	277	13,36
1	310	14,95
2	128	6,17
3	152	7,33
4	397	19,14
5	512	24,69
6	298	14,37

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

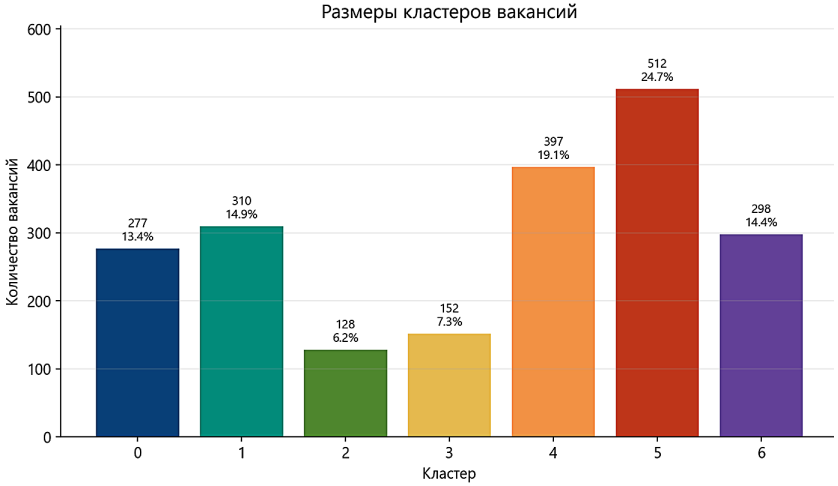


Рис. 1. Размеры кластеров вакансий

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Такое распределение показывает, что вакансии с ИИ-признаками не образуют однородного массива. Часть режимов ИИ-влияния встречается значительно чаще других. Особенно важны кластеры 5 и 4: вместе они охватывают 909 вакансий, то есть 43,83% всего массива. При интерпретации результатов нельзя рассматривать редкие и массовые кластеры как равнозначные по эмпирическому весу.

Рисунок 1 воспроизводит визуально ту же структуру вакансий, чтобы показать, что кластеры различаются не только содержательно, но и по масштабу представленности в данных.

2. Зарплаты по кластерам

Зарплатные показатели рассчитаны по переменной salary; результаты представлены в табл. 2, на рис. 2 и рис. 3. Поскольку в данных есть выбросы, основной показатель для сравнения — медиана, а не среднее. Межквартильный размах используется как индикатор разброса типичных значений.

Самая высокая медианная зарплата в кластере 2 — 125 000 руб. При этом межквартильный размах у него также самый широкий: Q1 = 77 825 руб., Q3 = 200 000 руб., IQR = 122 175 руб. Это указывает на внутреннюю неоднородность кластера: в нем сосуществуют вакансии с разными уровнями оплаты, но типичный уровень все равно выше, чем у остальных кластеров.

На втором месте по медианной зарплате находится кластер 6: медиана 100 000 руб., Q1 = 62 500 руб., Q3 = 180 000 руб., IQR = 117 500 руб. Этот кластер также демонстрирует высокий разброс оплаты. Далее следует кластер 3 с медианой 90 000 руб. и IQR = 40 000 руб. Кластер 5 имеет медианную зарплату 80 000 руб., кластеры 1 и 4 — по 70 000 руб., а кластер 0 — 60 000 руб.

Таблица 2

Зарплаты по кластерам, руб./месяц

Кластер	N	N с ЗП	N без указания ЗП	Средняя зарплата	Медиана	Q1	Q3	IQR
0	277	204	73	223 137,84	60 000	38 750	100 000	61 250
1	310	221	89	79 074,66	70 000	40 000	85 000	45 000
2	128	68	60	154 736,76	125 000	77 825	200 000	122 175
3	152	67	85	99 171,64	90 000	70 000	110 000	40 000
4	397	264	133	67 429,23	70 000	50 000	80 000	30 000
5	512	320	192	87 116,58	80 000	50 000	100 000	50 000
6	298	111	187	133 507,17	100 000	62 500	180 000	117 500

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

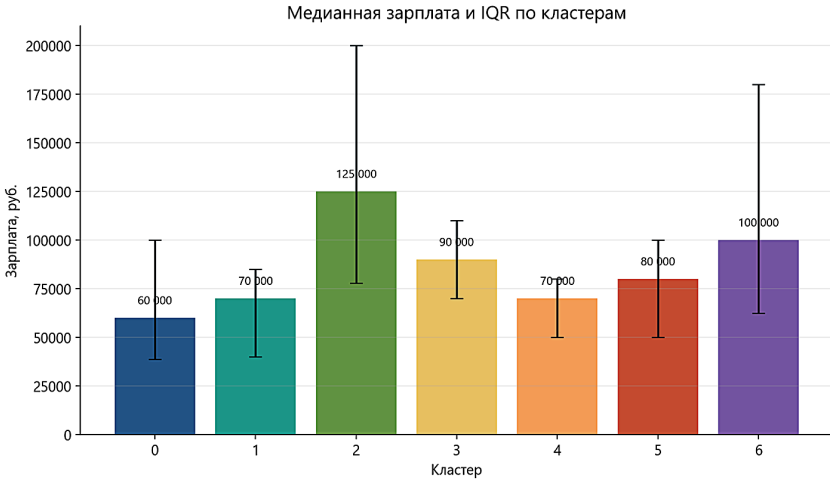


Рис. 2. Медианная зарплата и IQR по кластерам

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

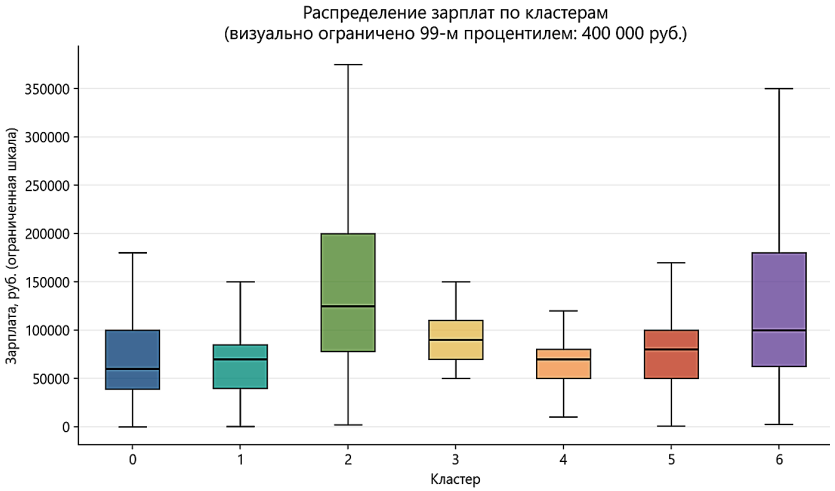


Рис. 3. Распределение зарплат по кластерам с ограничением 99-м процентилем

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Средние значения интерпретируются осторожно. Например, в кластере 0 средняя зарплата равна 223 137,84 руб., что выше среднего уровня в остальных кластерах, при максимуме в этом кластере, как уже указывалось, равном 10 000 000 руб. Поэтому среднее здесь искажено экстремальным значением и не отражает типичную оплату. Именно поэтому для основного сравнения используется медианная зарплата. На рис. 2 показаны медианы и IQR, а на рис. 3 — распределение зарплат с визуальным ограничением 99-м процентилем, равным 40 000 руб.

Также важно учитывать неполноту зарплатных данных. Например, в кластере 6 зарплата указана только в 111 вакансиях из 298, а в кластере 2 — в 68 из 128. Поэтому зарплатные выводы следует рассматривать как характеристику подвыборок вакансий с указанной оплатой.

3. Тип роли: менеджеры и исполнители

Распределение типов ролей рассчитано по переменной role_type и представлено в табл. 3 и на рис. 4. Во всех кластерах преобладают исполнители / специалисты. Это важно, потому что исследование в основном описывает не управленческий рынок труда, а вакансии специалистов и работников, в которых ИИ включается в профессиональные функции.

Таблица 3

Тип роли по кластерам

Кластер	N	Специалисты, %	Менеджеры, %
0	277	95,67	4,33
1	310	99,03	0,97
2	128	94,53	5,47
3	152	82,24	17,76
4	397	96,47	3,53
5	512	94,92	5,08
6	298	90,27	973

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

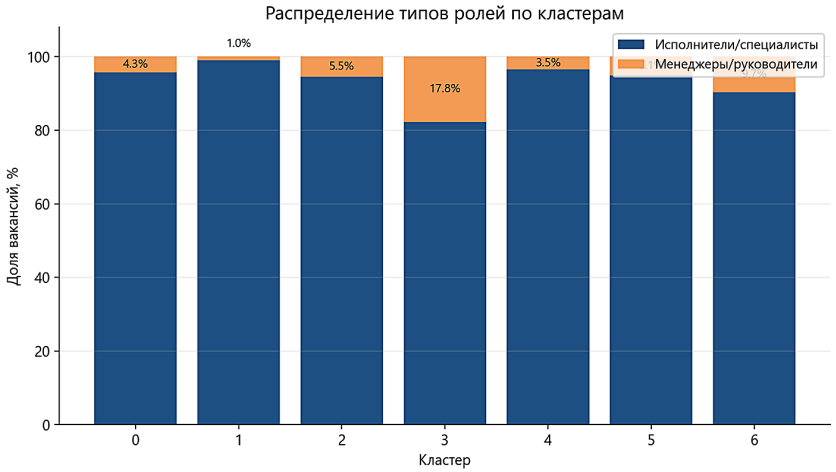


Рис. 4. Распределение типов ролей по кластерам

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Наименьшая доля менеджеров наблюдается в кластере 1 — 0,97%. В кластере 4 менеджеры составляют 3,53%, в кластере 0 — 4,33%, в кластере 5 — 5,08%, в кластере 2 — 5,47%. Более высокая доля менеджеров фиксируется в кластере 6 — 9,73%. Максимальная доля менеджеров в кластере 3 — 17,76%.

Этот результат важен для дальнейшей интерпретации. Если кластер демонстрирует более высокую медианную зарплату, это не обязательно объясняется только ИИ-признаками. Часть различий может быть связана с управленческим характером вакансий. Особенно это касается кластера 3, где доля менеджеров выше, чем в остальных кластерах.

4. Глубина использования ИИ

Распределение ai_depth представлено в табл. 4 и на рис. 5. Эта переменная имеет категории: отсутствие ИИ, использование готовых решений, обучение / настройку ИИ и разработку ИИ.

Наиболее высокий средний ai_depth у кластера 2 — 1,50. В этом кластере 40,62% вакансий относятся к уровню готовых решений ИИ, еще 40,62% — к обучению / настройке ИИ, а 9,38% — к разработке ИИ. Таким образом, кластер 2 сочетает прикладное использование ИИ и более глубокие формы работы с ИИ.

Таблица 4

Глубина использования ИИ по кластерам

Кластер	N	Средняя глубина использ. ИИ	ИИ = 0, %	ИИ = 1, %	ИИ = 2, %	ИИ = 3, %
0	277	1,09	6,86	77,62	15,16	0,36
1	310	1,32	1,94	65,16	32,26	0,65
2	128	1,50	9,38	40,62	40,62	9,38
3	152	0,91	15,13	78,95	5,92	0
4	397	1,05	4,79	85,64	9,57	0
5	512	1,05	9,77	76,56	12,70	0,98
6	298	1,41	15,10	41,61	30,54	12,75

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

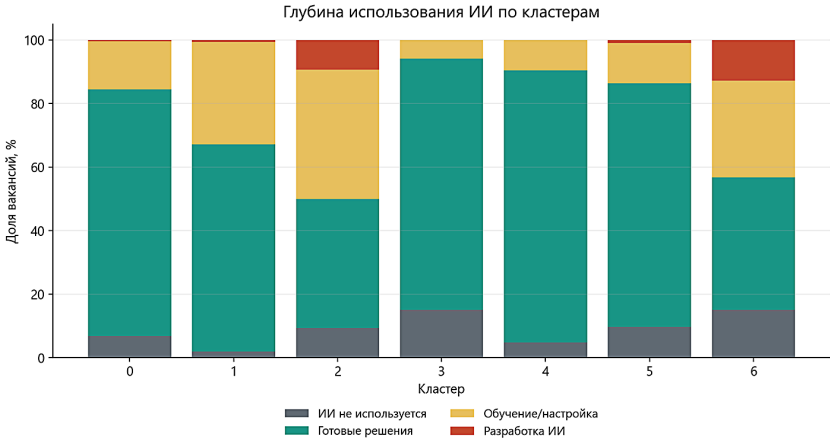


Рис. 5. Глубина использования ИИ по кластерам

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Кластер 6 имеет средний ai_depth 1,409 и самую высокую долю разработки ИИ: 12,75%. Кроме того, 30,54% вакансий в нем относятся к обучению / настройке ИИ. Это делает кластер 6 наиболее близким к режиму «ИИ как предмет профессиональной деятельности», а не только «ИИ как инструмент».

В кластерах 0, 3, 4 и 5 преобладает уровень использования готовых решений ИИ. В кластере 4 доля таких вакансий составляет 85,64%, в кластере 3 — 78,95%, в кластере 0 — 77,62%, в кластере 5 — 76,56%. Кластер 1 также в основном состоит из вакансий с готовыми решениями ИИ (65,16%), но имеет заметную долю обучения / настройки ИИ — 32,26%.

Эти различия позволяют провести ключевое разделение: одни кластеры представляют ИИ как прикладной инструмент, а другие — как более глубокую профессиональную компетенцию, связанную с обучением, настройкой или разработкой ИИ.

5. Функциональные зоны труда: пять ИИ-осей

Доли пяти ИИ-осей представлены в табл. 5 и на рис. 6. Эти показатели описывают, какие типы задач затрагиваются ИИ в вакансиях каждого кластера.

Кластер 0 демонстрирует наиболее широкое покрытие функциональных зон: рутинные когнитивные задачи — 96,39%, нерутинные аналитические — 90,25%, рутинные операционные — 100%, нерутинные межличностные — 48,74%, креативные — 100%. Среднее число активных ИИ-осей на вакансию в этом кластере равно 4,354. Это делает кластер 0 наиболее насыщенным по спектру ИИ-влияния, хотя его медианная зарплата составляет только 60 000 руб.

Таблица 5

ИИ-оси по кластерам

Кластер	N	Рутинно-когнит., %	Нерутинно-аналитич., %	Рутинно-операц., %	Нерут.-межл., %	Креатив, %	Среднее число осей
0	277	96,39	90,25	100,00	48,74	100,00	4,35
1	310	100,00	49,35	100,00	100,00	0	3,49
2	128	0	13,28	92,19	17,19	0	1,23
3	152	100,00	9,87	0	0	0	1,10
4	397	100,00	100,00	100,00	0	0	3,00
5	512	100,00	0	100,00	0	0	2,00
6	298	0	0	0	0	0	0

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

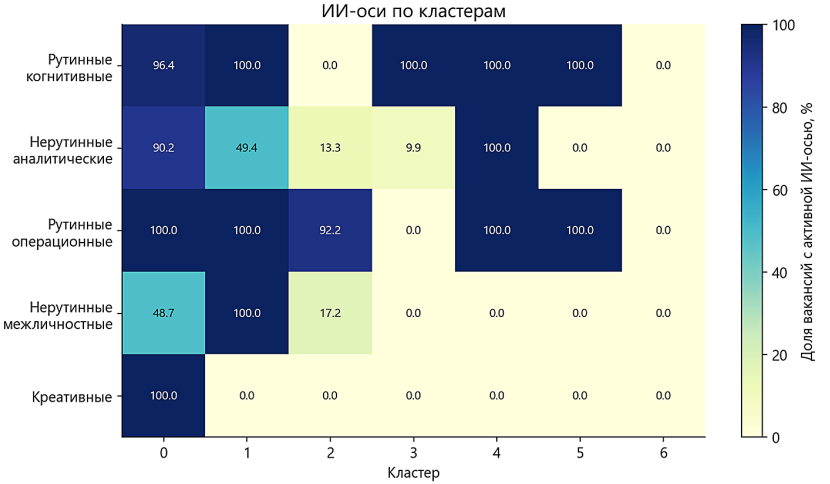


Рис. 6. ИИ-оси по кластерам

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Кластер 1 также имеет широкую функциональную структуру: рутинные когнитивные задачи — 100%, рутинные операционные — 100%, нерутинные межличностные — 100%, нерутинные аналитические — 49,35%, креативные — 0%. Среднее число активных осей — 3,494. В отличие от кластера 0, здесь креативная ось не активна, но межличностная ось выражена максимально.

Кластер 4 характеризуется полной представленностью трех осей: рутинные когнитивные, нерутинные аналитические и рутинные операционные задачи — по 100%. Межличностная и креативная оси не активны. Кластер 5 проще по структуре: активны только рутинные когнитивные и рутинные операционные задачи, обе по 100%.

Кластер 2 в основном связан с рутинными операционными задачами (92,19%), при меньшей доле нерутинных аналитических (13,28%) и межличностных задач (17,19%). Кластер 3 почти полностью связан с рутинной когнитивной осью (100%) и частично с нерутинной аналитической (9,87%).

Особый случай представляет кластер 6: все пять ИИ-осей имеют значение 0%. При этом ai_depth в нем не нулевой и включает высокую долю обучения / настройки и разработки ИИ. Это требует осторожной интерпретации. Возможное объяснение состоит в том, что кластер 6

связан не с автоматизацией отдельных трудовых функций, а с теми вакансиями, где ИИ является предметом разработки или технической деятельности. Поэтому отсутствие активных ИИ-осей не означает отсутствие ИИ-контекста.

6. Профессии внутри кластеров

Состав профессий внутри кластеров представлен в табл. 6. На уровне всего массива наиболее часто встречаются: дизайнеры и художники — 318 вакансий, категория «другое» — 242, менеджеры по маркетингу и интернет-маркетологи — 212, SMM-менеджеры и контент-менеджеры — 196, программисты и разработчики — 132.

Таблица 6

Топ-5 профессий по кластерам

Кластер	Ранг	Профессия	N	Доля кластера, %	Медиана ЗП	Средняя глубина ИИ
0	1	SMM-менеджер, контент-менеджер	41	14,80	47 500	1,12
0	2	Дизайнер, художник	36	13,00	50 000	1,11
0	3	Другое	27	9,75	63 000	1,19
0	4	Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	27	9,75	90.000	1,11
0	5	Менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами	23	8,30	80 000	0,83
1	1	Дизайнер, художник	79	25,48	50 000	1,06
1	2	SMM-менеджер, контент-менеджер	70	22,58	70 000	1,14
1	3	Копирайтер, редактор, корректор	49	15,81	85 000	1,82
1	4	Другое	43	13,87	40 000	1,63
1	5	Видеооператор, видеомонтажер	12	3,87	70 000	1,33
2	1	Другое	31	24,22	262 500	2,03
2	2	Дизайнер, художник	27	21,09	100 000	1,22
2	3	Программист, разработчик	27	21,09	130 000	1,67

Табл. 6 (окончание)

Кластер	Ранг	Профессия	N	Доля кластера, %	Медиана ЗП	Средняя глубина ИИ
2	4	Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	10	7,81	130 000	1,00
2	5	Дата-сайентист	5	3,91	–	2,00
3	1	Менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами	27	17,76	110 000	0,81
3	2	Дизайнер, художник	13	8,55	70 000	0,85
3	3	Финансовый аналитик, инвестиционный аналитик	13	8,55	–	1,31
3	4	Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	12	7,89	50 000	1,00
3	5	Секретарь, помощник руководителя, ассистент	9	5,92	80 000	0,56
4	1	Дизайнер, художник	64	16,12	50 000	1,22
4	2	Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	54	13,60	80 000	1,07
4	3	Другое	51	12,85	60 000	1,14
4	4	SMM-менеджер, контент-менеджер	32	8,06	60 000	0,84
4	5	Администратор	22	5,54	72 500	1,09
5	1	Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	92	17,97	80 000	0,96
5	2	Дизайнер, художник	76	14,84	75 000	0,99
5	3	Другое	65	12,70	80 000	1,23
5	4	SMM-менеджер, контент-менеджер	44	8,59	70 000	1,02
5	5	Менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами	30	5,86	100 000	0,80
6	1	Программист, разработчик	66	22,15	150 000	1,83
6	2	Дата-сайентист	28	9,40	140 000	2,29
6	3	Дизайнер, художник	23	7,72	60 000	1,13
6	4	Другое	20	6,71	55 000	1,70
6	5	Аналитик	19	6,38	–	1,58

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

В табл. 7 выделены крупнейшие профессиональные группы и их характеристики.

Таблица 7

Крупнейшие профессиональные группы: зарплата, ИИ-глубина и свобода графика

Профессия	N	N с ЗП	Медиана ЗП	Средняя глубина ИИ	Менеджеры, %	Свободный график, %
Дизайнер, художник	318	186	60 000	1,09	0,31	51,26
Другое	242	161	60 000	1,41	0,83	49,59
Менеджер по маркетингу, интернет-маркетолог	212	159	80 000	1,03	3,77	50,00
SMM-менеджер, контент-менеджер	196	155	60 000	1,06	0,51	52,04
Программист, разработчик	132	48	113 500	1,70	4,55	44,70
Менеджер по продажам, менеджер по работе с клиентами	100	77	100 000	0,82	2,00	53,00
Копирайтер, редактор, корректор	82	68	85 000	1,54	2,44	70,73
Секретарь, помощник руководителя, ассистент	52	47	60 000	0,83	3,85	53,85
Учитель, преподаватель, педагог	46	17	64 000	1,09	0	65,22
Аналитик	41	4	55 900	1,46	4,88	29,27
Администратор	40	25	72 500	1,05	12,50	5,00
Дата-сайентист	37	4	140 000	2,22	5,41	35,14
Финансовый аналитик, инвестиционный аналитик	28	4	96 500	1,29	25,00	0
PR-менеджер	27	18	100 000	1,00	0	33,33
Руководитель проектов	24	15	80 000	0,67	33,33	37,50

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Кластер 0 включает прежде всего SMM-менеджеров и контент-менеджеров (41 вакансия; 14,80% кластера), дизайнеров и художников (36; 13,00%), категорию «другое» (27; 9,75%) и маркетологов (27; 9,75%). Это указывает на сильную представленность креативно-коммуникационных и маркетинговых ролей.

Кластер 1 также связан с креативным и контентным сегментом: дизайнеры и художники составляют 79 вакансий (25,48%), SMM-менеджеры и контент-менеджеры — 70 (22,58%), копирайтеры / редакторы / корректоры — 49 (15,81%). Для этого кластера характерно сочетание готовых ИИ-решений и сравнительно высокой доли обучения / настройки ИИ.

Кластер 2 более неоднороден. В нем почти равными долями представлены категории: «другое» (31 вакансия; 24,22%), дизайнеры (27; 21,09%) и программисты / разработчики (27; 21,09%). При этом медианная зарплата в кластере 2 самая высокая — 125 000 руб., а ai_depth также максимален среди кластеров. Это позволяет рассматривать кластер 2 как группу с более сложной и потенциально более статусной структурой ИИ-компетенций.

Кластер 3 включает менеджеров по продажам и работе с клиентами (27 вакансий; 17,76%), дизайнеров (13; 8,55%), финансовых аналитиков (13; 8,55%), маркетологов (12; 7,89%), секретарей и ассистентов (9; 5,92%). В этом кластере максимальная доля менеджеров среди всех кластеров, поэтому статусные различия здесь могут частично объясняться не ИИ, а управленческими функциями.

Кластер 4 представлен дизайнерами (64 вакансии; 16,12%), маркетологами (54; 13,60%), категорией «Другое» (51; 12,85%) и SMM / контент-менеджерами (32; 8,06%). Его функциональный профиль связан с рутинными когнитивными, аналитическими и операционными задачами.

Кластер 5 — самый крупный. В нем лидируют маркетологи (92 вакансии; 17,97%), дизайнеры (76; 14,84%), категория «Другое» (65; 12,70%) и SMM- / контент-менеджеры (44; 8,59%). Этот кластер выглядит как массовый сегмент прикладного использования ИИ в маркетингово-креативных профессиях.

Кластер 6 отличается от остальных: на первом месте программисты и разработчики (66 вакансий; 22,15%), затем следуют дата-сайентисты (28; 9,40%), дизайнеры (23; 7,72%), аналитики (19; 6,38%). Здесь особенно заметны IT- и data-профессии, что согласуется с более высокой долей разработки ИИ и медианной зарплатой 100 000 руб.

7. Фронтир статуса: зарплата и свобода графика

Фронтир статуса представлен на рис. 7. По оси X отложена доля удаленной работы и гибкого графика, по оси Y — медианная зарплата, размер точки соответствует числу вакансий в кластере.

Таблица 8

График занятости по кластерам

Кластер	N	Полн. день, %	Удаленно, %	Гибкий, %	Своб. график, %
0	277	44,04	54,87	1,08	55,96
1	310	36,77	60,65	2,58	63,23
2	128	50,78	49,22	0	49,22
3	152	80,92	18,42	0,66	19,08
4	397	65,99	28,21	3,53	31,74
5	512	52,73	46,68	0	46,68
6	298	65,44	31,21	1,34	32,55

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

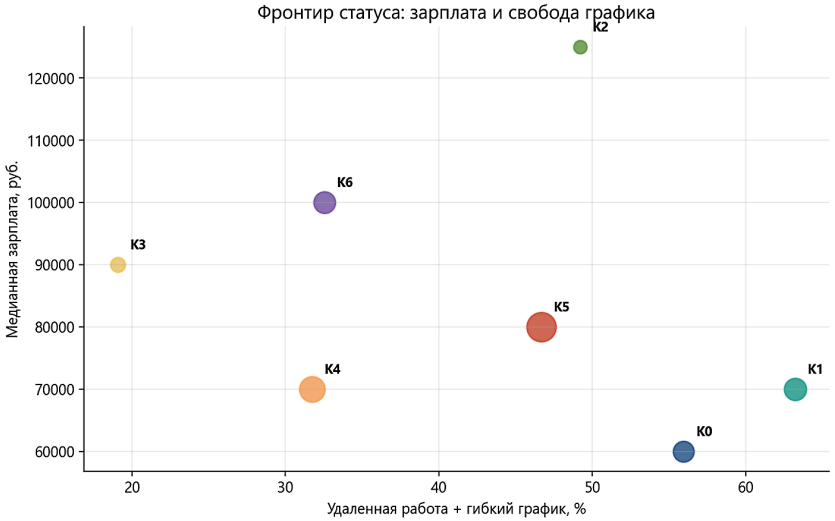


Рис. 7. Фронтир статуса: зарплата и свобода графика

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Самая высокая доля свободы графика у кластера 1 — 63,23%. При этом его медианная зарплата составляет 70 000 руб. Кластер 0 также имеет высокую свободу графика — 55,96%, но самую низкую медианную зарплату среди кластеров, 60 000 руб. Эти два кластера показывают, что свобода графика не обязательно совпадает с высокой оплатой.

Кластер 2 занимает более высокий статусный сегмент по зарплате: медиана 125 000 руб., свобода графика 49,22%. Кластер 6 также расположен выше большинства кластеров по зарплате: медиана 100 000 руб., свобода графика 32,55%. Кластер 3 имеет медиану 90 000 руб., но низкую свободу графика — 19,08%. Кластеры 4 и 5 занимают промежуточные позиции: кластер 4 имеет медиану 70 000 руб. и свободу графика 31,74%, кластер 5 — медиану 80 000 руб. и свободу графика 46,68%.

Таким образом, статусный профиль кластера нельзя вывести из одного показателя. Одни группы имеют больше автономии графика, но не имеют высокой медианной зарплаты; другие имеют более высокую оплату, но меньшую свободу графика. Это подтверждает необходимость многомерного понимания статуса профессий.

8. ИИ как инструмент и ИИ как предмет разработки

Сопоставление зарплаты, ai_depth, ИИ-осей и профессионального состава показывает различие двух режимов ИИ-влияния. Дополнительная визуализация связи числа активных ИИ-осей и медианной зарплаты представлена на рис. 8.

Первый режим — ИИ как прикладной инструмент. Он характерен для кластеров, где преобладает ai_depth = 1, то есть готовые ИИ-решения. К этому режиму относятся прежде всего кластеры 4, 5, 3 и 0, где доля готовых решений ИИ составляет, соответственно, 85,64, 76,56, 78,95 и 77,62%. В этих группах заметно присутствие маркетологов, дизайнеров, SMM- и контент-менеджеров, ассистентов, администраторов и других ролей, где ИИ включается в выполнение существующих задач.

Второй режим — ИИ как предмет обучения, настройки или разработки. Он сильнее выражен в кластерах 2 и 6. В кластере 2 доли обучения / настройки и готовых решений равны по 40,62%, а доля разработки ИИ составляет 9,38%. В кластере 6 доля обучения / настройки — 30,54%, доля разработки ИИ — 12,75%. Профессионально этот режим ближе к программистам, дата-сайентистам, аналитикам и техническим ролям.

Рис. 8. Связь числа активных ИИ-осей и медианной зарплаты

Источник: расчеты автора по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент.

Главный промежуточный вывод состоит в том, что ИИ не имеет единого статусного эффекта. В массовых креативно-маркетинговых кластерах ИИ чаще выступает как инструмент, встроенный в уже существующие задачи. В технических и аналитических сегментах ИИ чаще становится объектом профессиональной компетенции, настройки или разработки. Эти два режима различаются по зарплате, глубине ИИ и профессиональному составу.

Следовательно, вопрос о влиянии ИИ на статус профессий нельзя решать через бинарное сравнение «с ИИ» и «без ИИ». Более продуктивно различать тип включения ИИ: готовый инструмент, обучение / настройка или разработка. Именно эта глубина включения, в сочетании с профессиональной ролью и условиями занятости, формирует разные траектории статусной трансформации.

Обсуждение результатов

В обсуждении важен не повтор определения двух режимов, а их социологическое значение. Результаты показывают, что ИИ входит в существующую профессиональную сегментацию и по-разному связан с оплатой, автономией и типом роли. В массовых

креативно-маркетинговых кластерах ИИ чаще выглядит как новый пользовательский минимум квалификации. В технических и аналитических кластерах 2 и 6 он чаще связан с контролем над технологией, настройкой и разработкой, то есть с более редкими компетенциями.

Особенно важен вывод о многомерности статуса. Зарплата не совпадает автоматически со свободой графика, а глубина ИИ не совпадает автоматически с числом активных ИИ-осей. Кластеры 0 и 1 имеют высокую свободу графика, но не самые высокие медианные зарплаты. Кластеры 2 и 6 имеют более высокую медианную оплату, но различаются по функциональным ИИ-осям и профессиональному составу. Кластер 3 требует осторожной интерпретации из-за максимальной доли менеджеров. Следовательно, статус профессии нельзя выводить из одного показателя.

Результаты также показывают, что ИИ накладывается на уже существующую профессиональную сегментацию. IT- и data-профессии изначально занимают более сильные позиции по оплате и могут чаще попадать в сегменты, где ИИ является предметом разработки. Креативно-маркетинговые роли чаще показывают прикладное использование готовых инструментов. Это означает, что ИИ не создает статусную иерархию с нуля, а перестраивает уже существующие различия между профессиями. Поэтому вывод статьи должен оставаться осторожным: данные вакансий показывают ассоциации между ИИ-признаками и статусными характеристиками, но не доказывают причинное влияние ИИ и не измеряют реальную глубину внедрения технологии в компании. Переменные ai_depth и ИИ-оси следует понимать как признаки рыночной репрезентации ИИ в тексте вакансии, а не как прямое измерение фактической автоматизации труда.

Российские доклады о готовности отраслей к ИИ и цифровой экономике подтверждают эту осторожность: внедрение ИИ неоднородно по отраслям и организациям, а кадровый дефицит и различия в организационной зрелости влияют на то, как работодатели формулируют требования. Поэтому упоминание ИИ в вакансии может означать как реальное требование к работе с технологией, так и язык ожиданий, имиджа или будущего развития компании.

Полученная типология также важна для понимания профессиональной поляризации. В классических теориях технологических изменений поляризация часто описывается как рост спроса на высококвалифицированные и низкоквалифицированные роли при сжатии среднего сегмента. В случае ИИ ситуация сложнее. Один и тот же инструмент может одновременно повышать производительность массовых ролей

и усиливать спрос на специалистов, которые способны проектировать, оценивать и контролировать ИИ-системы. Поэтому поляризация проходит не только между профессиями, но и внутри профессий.

Например, маркетинговые и дизайнерские вакансии могут находиться в разных статусных позициях в зависимости от того, как описана роль. Если работник должен просто использовать готовые генеративные инструменты для ускорения выпуска контента, это один режим труда. Если он отвечает за стратегию, концепцию, оценку качества, интеграцию ИИ в процесс и управление результатом, это другой режим. В обоих случаях профессия может называться одинаково или похоже, но статусная позиция будет различаться.

Этот вывод позволяет иначе интерпретировать связь ИИ и зарплаты. Высокая зарплата в кластере не означает, что это ИИ автоматически повышает оплату. Уровень зарплаты может отражать профессиональный состав, долю IT-ролей, управленческие функции или принадлежность к компаниям с более высокими зарплатными вилками. Но если более высокая зарплата сочетается с большей глубиной ИИ и техническими ролями, это может указывать на формирование сегмента, где ИИ-компетенции становятся частью профессионального капитала.

Широкое распространение готовых ИИ-инструментов может снижать их статусную редкость: владение инструментом превращается в новый минимум квалификации. Это не означает немедленного снижения зарплаты, но меняет критерии профессиональной пригодности и усиливает различие между простым использованием интерфейса и контролем над задачей, результатом и технологией.

Для работодателей это различие имеет практический смысл: HR-аналитика не должна одинаково оценивать вакансии, где ИИ упомянут как пользовательский инструмент, и вакансии, где он связан с настройкой, проверкой, интеграцией или разработкой. Для работников это означает, что стратегия профессионального развития должна быть направлена не только на освоение интерфейсов, но и на сохранение контроля над задачей и качеством результата.

Для социологии труда результаты важны тем, что показывают: ИИ становится элементом профессиональной стратификации. Он входит в язык вакансий как маркер современности, требование к навыкам и способ различения ролей. Но этот маркер не однозначен. Его статусный смысл зависит от того, где находится работник в цепочке создания, настройки и применения технологии. Именно поэтому дальнейшие исследования должны соединять анализ вакансий с интервью, опросами работников и данными компаний.

Практическая интерпретация результатов также требует различать индивидуальный и организационный уровни. На индивидуальном уровне работник может использовать ИИ для повышения продуктивности, ускорения поиска информации, генерации вариантов и проверки решений. На организационном уровне та же технология может использоваться для стандартизации процесса, контроля качества, снижения зависимости от индивидуального опыта и унификации результатов. Так что положительный эффект для производительности не обязательно совпадает с положительным эффектом для профессионального статуса.

В дальнейших исследованиях важно соединить анализ вакансий с данными о реальных рабочих практиках. Вакансии показывают, какие требования декларируются, но не показывают, как распределяются власть, ответственность и контроль внутри организации. Интервью с работниками и работодателями могли бы уточнить, где ИИ действительно расширяет автономию, а где служит инструментом стандартизации. Панельные данные по вакансиям позволили бы проверить, как меняется структура ИИ-требований во времени и какие профессии быстрее переходят от пользовательского уровня к уровню настройки и разработки.

Ограничения исследования

Выполненное исследование имеет несколько ограничений. Во-первых, вакансии отражают ожидания работодателей, а не реальные практики труда. Упоминание ИИ может означать обязательный навык, желательное преимущество, элемент имиджа компании или модный язык описания позиции. Поэтому нельзя утверждать, что каждая вакансия с ИИ-признаком соответствует реальному интенсивному использованию ИИ на рабочем месте.

Во-вторых, зарплата указана не во всех вакансиях. Это ограничивает сравнение кластеров, потому что зарплатные выводы относятся к подвыборке вакансий с указанной оплатой. Кроме того, распределение зарплат содержит выбросы, включая экстремально высокие значения. Поэтому в статье используются медиана и IQR, а средние значения интерпретируются только как дополнительная диагностика.

В-третьих, кластеризация зависит от выбранных признаков и способа их подготовки. Кластеры следует понимать как эмпирические группы сходных вакансий, а не как естественные типы профессий. При изменении набора признаков или способа кодирования границы кластеров могут измениться.

В-четвертых, автоматическая или смешанная разметка ИИ-осей может содержать ошибки. Пять ИИ-осей полезны для описания функциональных зон труда, но они не являются прямым измерением реального распределения рабочего времени, ежедневного использования ИИ или степени автоматизации. Они показывают, какой тип задач связан с ИИ в тексте вакансии.

В-пятых, исследование не является анализом только 839 вакансий московского сегмента. В массиве 2074 вакансии, из них в Москве — 839, то есть Москва является крупнейшим сегментом. Поэтому результаты следует интерпретировать как результаты по массиву вакансий с фокусом на московский сегмент. Они не могут автоматически переноситься ни на всю Москву, ни на другие регионы без дополнительной проверки.

Наконец, дизайн исследования не позволяет делать строгие причинно-следственные выводы. Более высокая медианная зарплата в кластере может быть связана с ИИ, но также и с профессиональным составом, отраслью, размером компании, долей управленческих ролей и другими факторами. В дальнейших исследованиях результаты должны быть проверены на подвыборках, в рамках профессий и в динамике.

Заключение

Цель статьи состояла в том, чтобы показать, как вакансии с ИИ-признаками в массиве с фокусом на московский сегмент связаны с профессиональным статусом. Для этого был использован массив из 2074 вакансий, в котором Москва является крупнейшим сегментом. В исследовании использовался кластерный анализ, переменная ai_depth, пять ИИ-осей, показатели зарплаты, графика, типы ролей и профессионального состава.

Главный вывод состоит в том, что ИИ не имеет единого статусного эффекта. Различия между кластерами связаны не только с наличием ИИ-лексики в вакансиях, но и с глубиной ИИ-включения, профессиональным составом, типом роли, зарплатой и автономией графика работы. Теоретический вклад статьи заключается в соединении теории трудового процесса и задачно-ориентированного подхода. ИИ рассматривается не как внешняя сила, одинаково влияющая на все профессии, а как технология, которая перераспределяет контроль над задачами, знанием и способом выполнения работы. Практический вклад состоит в карте вакансий, позволяющей различать уровни ИИ-содержания и не смешивать публичный спрос работодателей с фактической автоматизацией труда.

Тем самым статья предлагает осторожный и вместе с тем достаточно точный подход к трансформации профессий. Вместо вопроса о том, какие профессии «исчезнут» из-за ИИ, более продуктивно спрашивать, какие элементы профессии становятся стандартизированными, какие требуют новой формы экспертизы и где проходит граница между использованием инструмента и управлением технологией. Именно эта граница становится одним из новых оснований профессионального неравенства.

Источники

1. *Braverman H*. Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century. — New York: Monthly Review Press, 1974. — 338 p.

2. *Autor D. H., Levy F., Murnane R. J.* The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration // The Quarterly Journal of Economics. — 2003. — Vol. 118, no. 4. — P. 1279–1333. — DOI: 10.1162/003355303322552801.

3. *Green A*. Artificial Intelligence and the Changing Demand for Skills in the Labour Market // OECD Artificial Intelligence Papers. — 2024. — No. 14. — Paris: OECD Publishing. — DOI: 10.1787/88684e36-en.

4. *Gmyrek P., Berg J., Kamiński K., Konopczyński F., Ładna A., Nafradi B., Rosłaniec K., Troszyński M*. Generative AI and Jobs: A Refined Global Index of Occupational Exposure. — Geneva: International Labour Organization, 2025. — 72 p. — (ILO Working Paper; No. 140). — DOI: 10.54394/HETP0387.

5. *Mäkelä E., Stephany F*. Complement or Substitute? How AI Increases the Demand for Human Skills. — Working paper, 2025.

6. *Giering O., Kirchner S*. Artificial intelligence and autonomy at work: empirical insights from Germany // Journal for Labour Market Research. — 2025. — Vol. 59. — Article 20. — DOI: 10.1186/s12651-025-00401-5.

7. *Brynjolfsson E., Li D., Raymond L*. Generative AI at Work // The Quarterly Journal of Economics. — 2025. — Vol. 140, no. 2. — P. 889–942. — DOI: 10.1093/qje/qjae044.

8. *Ferdman A*. AI deskilling is a structural problem // AI & SOCIETY. — 2026. — Vol. 41. — P. 3001–3013. — DOI: 10.1007/s00146-025-02686-z.

9. *Зарова Е. В., Абдурахманова Г. К., Турсунов Б. О*. Взаимосвязь Глобального индекса искусственного интеллекта и уровня занятости: кластерный подход в оценке межстрановых различий // Вопросы статистики. — 2024. — Т. 31, № 1. — С. 83–97. — DOI: 10.34023/2313-6383-2024-31-1-83-97.

10. *Зарова Е. В., Залманов И. А*. Методы моделирования и анализа занятости населения в городах с учетом пространственного фактора // Вопросы статистики. — 2024. — Т. 31, № 4. — С. 5–20. — DOI: 10.34023/2313-6383-2024-31-4-5-20.

11. Индекс готовности приоритетных отраслей экономики Российской Федерации к внедрению искусственного интеллекта: аналитический доклад. — М.: Национальный центр развития искусственного интеллекта при Правительстве Российской Федерации, 2024. — IV+85 с.

12. Индикаторы цифровой экономики: 2026: статистический сборник / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, М. Я. Бочаров, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2026. — 304 с. — DOI: 10.17323/978-5-7598-3047-4.

Сведения об авторе

Сотниченко Андрей Олегович, студент бакалавриата,
Московский государственный технический университет
имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет),
Москва, Россия.
andrey_22858@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 18.06.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 22.06.2026;
принята к публикации: 04.07.2026.

Andrey O. Sotnichenko

Bauman Moscow State Technical University (National Research University)
Moscow, Russian Federation

AI AND THE TRANSFORMATION OF OCCUPATIONAL STATUS: A CLUSTER ANALYSIS OF JOB VACANCIES WITH A FOCUS ON MOSCOW

Abstract: The article examines the relationship between artificial intelligence signals in job vacancies and occupational status in a dataset of vacancies with a focus on the Moscow segment. Occupational status is understood as a multidimensional position combining wages, schedule autonomy, role type, depth of AI involvement and functional task domains. The empirical dataset includes 2,074 vacancies grouped into seven clusters; Moscow is the largest territorial segment of the dataset and includes 839 vacancies. The analysis uses cluster indicators, the ai_depth variable, five AI task axes, median wages, interquartile ranges, role type and schedule characteristics. The results show that AI does not produce a single status effect. In some segments, AI appears as an applied tool embedded in marketing, design, SMM and content-related tasks; in others, it becomes an object of configuration, training or development, which is more closely associated with IT and data occupations. The highest median wages are observed in clusters 2 and 6, but these differences should be interpreted cautiously because occupational composition, managerial roles and wage outliers provide alternative explanations. The article argues that AI reshapes not only separate skills but also status distinctions between occupational groups.

Keywords: artificial intelligence, labour market, occupational status, job vacancies, Moscow, cluster analysis, work autonomy

For citation: Sotnichenko A. O. AI and the Transformation of Occupational Status: A Cluster Analysis of Job Vacancies with a Focus on Moscow. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 9–45. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.78va-w153; EDN: YZIDMM

References

1. Braverman H. *Labor and Monopoly Capital: The Degradation of Work in the Twentieth Century*. New York, Monthly Review Press, 1974, 338 p.

2. Autor D. H., Levy F., Murnane R. J. The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration. *The Quarterly Journal of Economics*, 2003, vol. 118, no. 4, pp. 1279–1333. DOI: 10.1162/003355303322552801.

3. Green A. Artificial Intelligence and the Changing Demand for Skills in the Labour Market. *OECD Artificial Intelligence Papers*, 2024, no. 14. Paris, OECD Publishing. DOI: 10.1787/88684e36-en.

4. Gmyrek P., Berg J., Kamiński K., Konopczyński F., Ładna A., Nafradi B., Rosłaniec K., Troszyński M. *Generative AI and Jobs: A Refined Global Index of Occupational Exposure*. Geneva, International Labour Organization, 2025, 72 p. ILO Working Paper. No. 140. DOI: 10.54394/HETP0387.

5. Mäkelä E., Stephany F. *Complement or Substitute? How AI Increases the Demand for Human Skills*. Working paper, 2025.

6. Giering O., Kirchner S. Artificial intelligence and autonomy at work: empirical insights from Germany. *Journal for Labour Market Research*, 2025, vol. 59, article 20. DOI: 10.1186/s12651-025-00401-5.

7. Brynjolfsson E., Li D., Raymond L. Generative AI at Work. *The Quarterly Journal of Economics*, 2025, vol. 140, no. 2, pp. 889–942. DOI: 10.1093/qje/qjae044.

8. Ferdman A. AI deskilling is a structural problem. *AI & SOCIETY*, 2026, vol. 41, pp. 3001–3013. DOI: 10.1007/s00146-025-02686-z.

9. Zarova E. V., Abdurakhmanova G. K., Tursunov B. O. Vzaimosvyaz' Global'nogo indeksa iskusstvennogo intellekta i urovnya zanyatosti: klasternyy podkhod v otsenke mezhstranovykh razlichiy [The relationship of the Global AI Index and the level of employment: a cluster approach in assessing cross-country differences]. *Voprosy Statistiki*, 2024, vol. 31, no. 1, pp. 83–97. DOI: 10.34023/2313-6383-2024-31-1-83-97 (In Russ.)

10. Zarova E. V., Zalmanov I. A. Metody modelirovaniya i analiza zanyatosti naseleniya v gorodakh s uchetom prostranstvennogo faktora [Methods of modeling and analysis of population employment in cities taking into account the spatial factor]. *Voprosy Statistiki*, 2024, vol. 31, no. 4, pp. 5–20. DOI: 10.34023/2313-6383-2024-31-4-5-20 (In Russ.)

11. *Indeks gotovnosti prioritetnykh otrasley ekonomiki Rossiyskoy Federatsii k vnedreniyu iskusstvennogo intellekta: analiticheskiy doklad* [AI readiness index of priority sectors of the economy of the Russian Federation: analytical report]. Moscow, National Center for Artificial Intelligence Development under the Government of the Russian Federation, 2024, IV+85 p. (In Russ.)

12. *Indikatory tsifrovoy ekonomiki: 2026: statisticheskiy sbornik* [Digital Economy Indicators in the Russian Federation: 2026: Data Book] / V. L. Abashkin, G. I. Abdrakhmanova, M. Ya. Bocharov, K. O. Vishnevskiy, L. M. Gokhberg et al.; HSE University. Moscow, HSE ISSEK, 2026, 304 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-3047-4 (In Russ.)

Information about the author

Sotnichenko Andrey O., undergraduate student,
Bauman Moscow State Technical University
(National Research University),
Moscow, Russian Federation.
andrey_22858@mail.ru

Received: 18.06.2026;
revised after review: 22.06.2026;
accepted for publication: 04.07.2026.

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.ff9e-g286
EDN: WLUBQR
УДК 316.334.22

Анастасия Алексеевна Васькова
Тюменский государственный университет
Тюмень, Россия

АЛГОРИТМИЧЕСКИЙ АФФЕКТ: ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ТРУД МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация: В статье рассматривается феномен алгоритмического аффекта — режима эмоционального регулирования, возникающего на пересечении цифровых платформ, алгоритмического формирования и молодежных практик самопрезентации. На основе обзора социологической литературы об эмоциональном труде, аффекте, алгоритмическом контроле и цифровом благополучии автором предлагается теоретическая рамка для анализа того, как алгоритмы задают нормы видимости и эмоциональной выраженности, превращая эмоции в объект управления и товар. Обосновывается тезис об особенной уязвимости молодежи к таким режимам в силу интенсивной включенности в платформенную среду, незавершенности идентификационных процессов и высокой чувствительности к социальному одобрению. Выявляются ключевые исследовательские лакуны: недостаточная операционализация алгоритмического аффекта, фрагментарность эмпирических данных о специфике эмоционального труда в цифровой среде и слабая интеграция социологии эмоций с исследованиями платформенного управления. Статья представляет научно-аналитический обзор основных публикаций в данной сфере и не включает собственных эмпирических разработок автора.

Ключевые слова: алгоритмический аффект, эмоциональный труд, цифровой контроль, молодежь, платформенное управление, самопрезентация, алгоритмическая видимость

Ссылка для цитирования: Васькова А. А. Алгоритмический аффект: эмоциональный труд молодежи в условиях цифрового контроля // Петербургская социология сегодня — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 46–66. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.ff9e-g286; EDN: WLUBQR

Введение

Цифровые платформы, первоначально воспринимавшиеся как нейтральные посредники между заказчиками и исполнителями, сегодня превратились в мощных акторов, регулирующих не только экономический

обмен, но и саму эмоциональную жизнь участников. В сервисной сфере, где занята значительная доля молодежи, этот сдвиг ощущается особенно остро. Традиционные формы управления, основанные на прямых указаниях менеджера и корпоративных скриптах, все чаще замещаются алгоритмическими системами, которые не только распределяют заказы и следят за качеством их выполнения, но и активно формируют среду, вызывающую у работника «нужные платформе» аффективные состояния. Молодой курьер, водитель такси или фрилансер оказывается включенным в непрерывный цикл: push-уведомление выступает в качестве триггера, рейтинг как стимул побуждает к дополнительным эмоциональным инвестициям, геймифицированные бонусы замыкают петлю обратной связи. Этот феномен требует пересмотра классических представлений об эмоциональном труде.

Понятие «эмоциональный труд», введенное Арли Рассел Хокшилд [1], описывает управление чувствами в соответствии с корпоративными «правилами чувств» как неотъемлемую часть работы в сфере услуг. А. Р. Хокшилд показала, что такой труд, требующий поверхностной или глубокой игры, отчуждается от работника и может вести к эмоциональному диссонансу и выгоранию. Однако в условиях платформенной занятости «правила чувств» перестают быть эксплицитными и исходить от человека-менеджера. Их носителем становится алгоритм работы — непрозрачный, действующий быстрее рационального осознания и адресующийся не только к сознанию, но и к телу работника. Именно это измерение раскрывает концепция алгоритмического аффекта, разработанная Теро Карппи [2] на материале социальной сети Facebook[1]. Т. Карппи определяет аффект в делёзианском ключе[2] как интенсивность, циркулирующую между телами и средой, и показывает, что платформа выстраивает с пользователями «аффективные узы», которые трудно разорвать. Алгоритм, по Т. Карппи, выступает внечеловеческим актором, который «отслеживает вовлеченность, чтобы стимулировать участие», и модулирует аффективные столкновения так, что «аффект порождает участие, а участие порождает новые аффективные столкновения» [2, с. 55].

Актуальность темы обусловлена несколькими условиями. Во-первых, тем, что во всем мире исследования фиксируют рост тревожности, депрессивных симптомов и расстройств психического здоровья среди

[1] Деятельность компании Meta Platforms Inc. (владеющей социальными сетями Facebook и Instagram) запрещена на территории Российской Федерации как экстремистская.

[2] Автор статьи имеет в виду французского философа Жиля Делёза (1925–1995).

молодежи, причем значительная часть этих данных связывается с характером использования социальных медиа [3]. Во-вторых, цифровые платформы трансформируют саму структуру эмоционального опыта: эмоции перестают быть сугубо приватным переживанием и становятся объектом постоянного мониторинга, оценки и коммодификации, что находит свое отражение в концепции «эмоционального капитализма» [4] и в современных исследованиях алгоритмического управления аффектом [2, 5]. В-третьих, молодежь, выступающая наиболее активной аудиторией социальных сетей, оказывается в эпицентре этих процессов. Однако теоретическое осмысление алгоритмического аффекта как социологического феномена остается фрагментарным [6, 7].

Цель статьи — предложить теоретическую рамку для анализа алгоритмического аффекта как новой формы эмоционального труда в условиях цифрового контроля. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи: систематизировать теоретические подходы к эмоциональному труду и аффекту; обобщить эмпирические исследования цифровой самопрезентации молодежи, платформенного контроля и психологического благополучия; выявить механизмы конструирования алгоритмами норм эмоциональной выраженности; обосновать особую уязвимость молодежи к алгоритмическому аффекту; определить ключевые исследовательские лакуны и перспективы дальнейших исследований.

Теоретические подходы к эмоциональному труду и аффекту

Теория эмоционального труда, сформулированная Арли Рассел Хокшилд [1], выросла из драматургической социологии И. Гофмана [8] и символического интеракционизма. В работе «Управляемое сердце: коммерциализация человеческих чувств» [1, 9] А. Р. Хокшилд перенесла анализ управления впечатлениями из повседневной жизни в плоскость трудовых отношений. А. Р. Хокшилд определяет эмоциональный труд как управление чувствами с целью создания публично наблюдаемого выражения лица и тела, продаваемого за заработную плату [1, с. 7]. В сервисной экономике способность вызывать и демонстрировать определенные эмоции становится частью рабочей силы и приобретает меновую стоимость.

Ключевое различие проводится между двумя стратегиями: поверхностной игрой (симуляция требуемой эмоции без изменения внутреннего состояния) и глубокой игрой (активная внутренняя работа по вызову

у себя нужного чувства). Обе стратегии, по А. Р. Хокшилд, ведут к отчуждению от собственных эмоций и могут порождать эмоциональный диссонанс — хроническое расхождение между переживаемым и демонстрируемым чувством. Долговременными последствиями становятся профессиональное выгорание, цинизм и утрата чувства подлинности.

В российской социологии теория эмоционального труда получила развитие в работах О. А. Симоновой, а также Ю. В. Лобановой и С. П. Михайловой [10–12]. О. А. Симонова (2023) акцентирует амбивалентность эмоционального труда: при наличии автономии и коллективной поддержки он может выступать не только источником отчуждения, но и ресурсом самореализации [11]. При этом в исследованиях фиксируется устойчивый миф о «работе, приносящей удовольствие», который вступает в противоречие с реальностью эмоционального труда в сервисной сфере [12]. В контексте платформенной занятости, где, по наблюдениям В. В. Гаврилюк, В. Ю. Бочарова и Т. В. Гаврилюк [13], отсутствует устойчивый коллектив, а сама занятость сопряжена с рядом специфических вызовов, эмоциональный труд может приобретать преимущественно деструктивный характер, ведя к истощению и размыванию профессиональной идентичности.

В контексте цифровой трансформации исследователи переосмысливают дихотомию А. Р. Хокшилд. Датский социолог Й. Бьёрре вводит понятие «внутренней сцены» (inner stage), предлагая анализировать внутреннюю жизнь как социально организованную область рефлексивного перформанса, а не как приватное пространство «подлинных» чувств [14]. Тем самым он переносит фокус с вопроса об аутентичности переживаний на анализ того, как различные уровни взаимодействия (внешние и внутренние) организуют эмоциональный опыт. Го-Ын Бэ и Минджэ Чой концептуализируют эмоциональный труд как «аффективное управление» (affective governance) — систему, которая кодирует и структурирует аффект работников, в том числе через алгоритмические метрики, и может закреплять гендерное и расовое неравенство [15].

Использование категорий эмоционального труда применительно к цифровой среде требует прежде всего уточнения самого понятия «аффект». В социологических и культурологических исследованиях последних десятилетий утвердилось различение между эмоцией как осознанным, вербализуемым переживанием, имеющим культурно-специфичные сценарии выражения, и аффектом как дорефлексивным телесным состоянием, возникающим во взаимодействии человека со средой [16, 17]. Эмоции представляют собой дискурсивно оформленные и социально нормированные аффективные состояния, тогда как

аффект — это телесный потенциал реагирования, который может быть активирован быстрее, чем возникнет осознанная эмоция [16, с. 88; 17, с. 4–5]. Цифровые платформы, как будет показано, целенаправленно воздействуют именно на этот доличностный уровень.

В цифровой среде трансформируются оба измерения. Во-первых, традиционное различие между трудовым и внетрудовым пространством оказывается размытым: пользователи социальных сетей осуществляют эмоциональную работу как в контексте оплачиваемой занятости (блогеры, инфлюенсеры, контент-мейкеры), так и в качестве, казалось бы, «свободного» досуга. Во-вторых, алгоритмы сами становятся субъектами, устанавливающими «правила чувствования» (feeling rules) в терминологии А. Р. Хокшилд, но эти правила имплицитны: они не проговариваются явно, а материализуются через рекомендательные системы, ранжирование контента и механизмы обратной связи (лайки, комментарии, просмотры) [5]. В результате эмоциональная жизнь оказывается объектом непрерывного мониторинга и коммодификации [4, 5]. Однако, в отличие от классической модели эмоционального капитализма, где управление эмоциями адресовано сознанию работника (через корпоративные скрипты и тренинги), в цифровой среде контроль смещается на уровень аффекта. Как аргументирует Теро Карппи на материале Facebook[1], платформы стремятся сформировать аффективные узы, которые удерживают пользователя через доличностные интенсивности — тревогу, азарт, страх упущенной выгоды, — возникающие быстрее рационального осмысления [2]. Алгоритм труда в этой перспективе выступает не как нейтральный инструмент, а как внечеловеческий актор, модулирующий саму способность тела чувствовать и вовлекаться.

Таким образом, цифровая среда не просто усиливает или ослабляет эмоциональный труд, но порождает качественно иной режим аффективного управления, где нормы эмоциональной выраженности встроены в архитектуру интерфейса и действуют на дорефлексивном уровне [2, с. 55].

В социологической литературе последних лет утвердилось понимание алгоритмов не как технических инструментов, а как форм управления поведением и организации социальности. С момента выхода книги Сафийи Нобл «Algorithms of Oppression» стало очевидным, что алгоритмы не нейтральны: они воспроизводят и усугубляют существующие социальные иерархии и предрассудки [18]. Алгоритмическая

[1] Деятельность компании Meta Platforms Inc. (владеющей социальными сетями Facebook и Instagram) запрещена на территории Российской Федерации как экстремистская.

дискриминация, как подчеркивается в исследованиях, представляет собой оцифрованную форму дискриминации по признакам пола, класса, расы и других категорий, существовавшей в обществе задолго до цифровых платформ [18]. Однако в алгоритмической среде эта дискриминация становится менее явной, более трудно оспариваемой, поскольку она закреплена в коде и метриках, а не в эксплицитных правилах или действиях конкретных лиц.

В более широком смысле алгоритмический контроль может быть осознан как форма управления, которая через рекомендательные системы, персонализацию контента и механизмы модерации задает рамки того, что является видимым, что усиливается и что подвергается санкциям. Христиан Катценбах (2021) предлагает рассматривать алгоритмическое управление как интеграцию трех перспектив: дискурсивной (как алгоритмы артикулируются и легитимируются), нормативной (какие ценности и правила они внедряют) и технологической (как устроены сами вычислительные процедуры) [19]. Такой подход позволяет увидеть, как алгоритмическое формирование одновременно опирается на существующие культурные нормы и активно их переопределяет, создавая новые конфигурации допустимого и желательного эмоционального выражения.

С точки зрения пользователя, алгоритмы действуют как «агенты видимости»: они определяют не только то, что пользователь увидит, но и то, каким образом сам пользователь будет видим для других [5]. Исследователи вводят понятие «рефлексивной алгоритмической видимости» — осознания пользователем того, что его действия отслеживаются платформами и алгоритмами и его поведение корректируется на основе этой осведомленности [20]. Этот процесс порождает специфическую форму власти, которую можно назвать «алгоритмической нормативностью»: пользователи вынуждены адаптировать свои действия, включая эмоциональные проявления, к непрозрачным и постоянно меняющимся критериям алгоритмической оценки.

Применительно к эмоциональному труду алгоритмический контроль означает, что правила чувств перестают быть эксплицитными предписаниями (как в классических сервисных профессиях) и превращаются в имплицитные требования, встроенные в интерфейс и метрики. Например, платформа выдает рейтинг, который падает после каждой жалобы, и работник сам достраивает поведение, чтобы восстановить рейтинг, а вместо фиксированного рабочего времени поступающие push-уведомления и геймифицированные бонусы стимулируют круглосуточную доступность его труда. Важно зафиксировать ключевое отличие

алгоритмического контроля от традиционного бюрократического или корпоративного контроля: он не опирается на прямое человеческое распоряжение, обратную связь и возможность апелляции; он действует через «черный ящик», чья логика остается для работника в значительной степени непрозрачной.

Таким образом, алгоритмический контроль выступает необходимой рамкой для понимания алгоритмического аффекта: если аффективная модуляция работает на доличностном уровне, запуская телесные интенсивности, то алгоритмический контроль обеспечивает институциональные и интерфейсные условия, в которых эта модуляция становится возможной и эффективной.

Исследования самопрезентации

Одно из активно развивающихся направлений — изучение того, как молодые люди конструируют и презентуют себя в социальных сетях. В основе многих работ лежит драматургическая метафора И. Гофмана [8], согласно которой индивиды управляют впечатлениями через разделение на «переднюю» и «заднюю» сцены. В цифровой среде это различие сохраняется, но приобретает специфические формы: практика ведения альтернативных аккаунтов позволяет молодым пользователям сегментировать идентичность, создавая отдельные пространства для разных аудиторий.

Исследования фиксируют, что пользователи вырабатывают «алгоритмические фолк-теории» — неформальные представления о работе алгоритмов ранжирования и на их основе корректируют стратегии самопрезентации [20]. Такие корректировки включают выбор времени публикации, использование хештегов и эмоциональную самоцензуру — подавление «неудобных» эмоций, которые могут снизить вовлеченность. Это ведет к гомогенизации цифровых идентичностей и сужению разнообразия выражаемых позиций [2, 5]. Молодые люди, чья самооценка еще формируется, особенно чувствительны к «воображаемым алгоритмическим аудиториям», что делает их более склонными к подстройке под алгоритмические ожидания.

Другая группа исследований фокусируется на механизмах платформенного контроля. Современные платформы функционируют как «машины удержания» [2], непрерывно анализирующие цифровые следы и выстраивающие среду, вызывающую аффективные реакции — тревогу, азарт, страх упущенной выгоды. Алгоритмы намеренно продвигают эмоционально насыщенный контент, поскольку он максимизирует

вовлеченность [21]. Исследователи выделяют три типа операций платформенного управления: решение о видимости (какой контент показывать), решение об усилении (что распространять шире) и решение о санкционировании (что удалять или скрывать), каждое из которых напрямую затрагивает эмоциональную сферу пользователей [5, 19]. Понятие «алгоритмической видимости» (algorithmic visibility) фиксирует новый тип социального неравенства: пользователи, лучше понимающие логику работы алгоритмов (или обладающие более правдоподобными фолк-теориями), могут добиваться большей заметности за счет целенаправленной подстройки своего поведения [20]. При этом эффекты платформенного контроля распределены гетерогенно. Как показывают Л. Донадони и его соавторы, в крупных подростковых когортах лишь 10–15% пользователей часть имеют значимую корреляцию между использованием социальных платформ и психологическим дистрессом [22]. Это указывает на то, что уязвимость к алгоритмическому воздействию сконцентрирована в определенных группах, а не является универсальной для всех молодых пользователей.

Эмпирические исследования демонстрируют устойчивую связь между использованием визуально ориентированных платформ и ухудшением психического здоровья молодежи. Ключевыми параметрами при этом выступают курируемые онлайн-персоны, давление сверстников, стремящихся к созданию «идеального» цифрового образа, и постоянный поток уведомлений [21]. Исследование «Social media algorithms, ai, and mental health: social comparison and psychological well-being — a theoretical framework» (2025) выявило значимые возрастные различия: молодые участники (18–25 лет) сообщают о более высоком уровне тревожности и зависимости от внешнего подтверждения, тогда как пользователи среднего возраста демонстрируют большую чувствительность к алгоритмическому влиянию и социальным нормам [23].

Страх упущенной выгоды (Fear of Missing Out — FoMO) выступает значимым медиатором между интенсивностью использования социальных сетей и симптомами тревоги и депрессии. Как показывают исследования, FoMO негативно связан с психологическим благополучием: более высокий уровень FoMO коррелирует с более низким уровнем психологического благополучия [24]. Л. Донадони с коллегами вводят понятие «алгоритмической ловушки» — состояния, когда пользователь попадает в замкнутый цикл рекомендательного контента, ведущий к умственному утомлению [22]. Исследования платформенного труда показывают, что система рейтингов превращает каждого клиента в «контролера», порождая хронический стресс и отсутствие «задней сцены» для эмоционального

восстановления. При этом прозрачность алгоритмов может снижать негативные эффекты, однако геймификация их усиливает [25]. В отдельных случаях, при наличии устойчивых социальных связей, эмоциональный труд может стать «щитом», смягчающим выгорание, однако в платформенной занятости такие условия возникают редко [26].

Российские исследователи вносят свой вклад в обсуждаемую проблематику. Е. С. Пронкина [27] рассматривает репрезентации эмоционального опыта в социальных медиа как конструкты, ориентированные на самопрезентацию и коммуникацию, и указывает на методологическую сложность доступа к «реальному» переживанию. А. А. Чутанская и Е. Н. Махмутова (2023) на материале психолингвистического анализа текстов изучили особенности эмоциональных реакций молодежи в сетевом общении и показали, что анализ психолингвистических параметров (лексика, синтаксис, использование эмодзи, интенсивность оценочных суждений) позволяет реконструировать цифровые «субличности» пользователей, которые могут отличаться от их офлайн-поведения [28]. Это различение реальной личности и ее сетевой репрезентации напрямую соотносится с теорией эмоционального труда, где ключевым является расхождение между переживаемой и демонстрируемой эмоцией.

Таким образом, исследование Т. Карппи [2], выполненное на материале Facebook[1], показывает, как платформа формирует «аффективные узы» с пользователями и поддерживает их вовлеченность посредством алгоритмических механизмов. Перенос этой оптики на трудовые платформы не является метафорическим: курьеры, водители такси и фрилансеры находятся в том же цикле «аффект — участие — новый аффект». Рейтинг выполняет функцию, аналогичную кнопкам реакций, но с экономическими последствиями — его падение вызывает тревогу и стимулирует дополнительный эмоциональный труд. Уведомления стирают границу между работой и отдыхом, а геймификация усиливает аффективную связь с платформой, переключая мотивацию с внутренней на внешнюю [25]. Синтез логик А. Р. Хокшилд (коммерциализация чувств) и Т. Карппи (аффективная модуляция) образует теоретическое ядро: алгоритмический аффект — управление не действиями и даже не эмоциями, а самой способностью человека чувствовать и вовлекаться до рефлексии. Молодежь оказывается дважды погруженной: в среду социальных сетей и в платформенную занятость. Это делает ее одновременно наиболее адаптивной и наиболее уязвимой.

[1] Деятельность компании Meta Platforms Inc. (владеющей социальными сетями Facebook и Instagram) запрещена на территории Российской Федерации как экстремистская.

Алгоритмическая нормативность и правила чувствования

Ключевой механизм алгоритмического аффекта — формирование имплицитных правил того, какие эмоции видимы, желательны и вознаграждаемы. В отличие от классической модели А. Р. Хокшилд, где правила чувств эксплицитны, в цифровой среде они материализуются через архитектуру платформы: алгоритмы ранжирования продвигают эмоционально насыщенный контент (гнев, восторг, тревогу), поскольку он генерирует вовлеченность [2, 21]. Чтобы быть замеченным, пользователь должен выражать эмоции с высокой интенсивностью и в форматах, распознаваемых как «искренние». Это ведет к парадоксу: требование аутентичности порождает стандартизацию эмоционального выражения. Алгоритмическая нормативность действует на трех уровнях: видимости, усиления и санкций, что порождает «алгоритмическую тревогу» [5]. Для молодежи чья идентичность еще формируется, эта нормативность создает дополнительное давление, риск отчуждения от собственных эмоций.

В цифровой среде спектр форм эмоционального труда значительно шире, чем дихотомия поверхностной и глубокой игры. Выделяются пять основных форм.

1. Труд по поддержанию алгоритмической видимости. Пользователи корректируют поведение для максимизации метрик вовлеченности, что требует постоянного внимания к лайкам, комментариям и рейтингу [20].

2. Постоянная рефлексия о собственном эмоциональном состоянии в ответ на алгоритмические стимулы. Эта форма близка к глубокому действию, но разворачивается как фоновый режим повседневности [14].

3. Эмоциональный труд взаимодействия с алгоритмически сгенерированным контентом. Пользователь оценивает и реагирует на контент, который показывают ему алгоритмы, выполняя неоплачиваемую работу по маркировке собственного аффекта [2].

4. Труд по поддержанию аутентичности. В условиях стандартизации от пользователя ожидают спонтанности, что требует дополнительных усилий для создания впечатления искренности [29].

5. Труд по сопротивлению алгоритмической модуляции (управление отключением), то есть сознательные усилия по ограничению времени на платформе, отключению уведомлений, выходу из системы. Платформа противодействует этому эмоционально заряженными стимулами [2, 30].

Эти формы отличаются непрерывностью, неотчуждаемостью от повседневности и слабой рефлексивностью, что делает их особенно тяжелыми для молодежи.

Молодежь (16–30 лет) обнаруживает особую восприимчивость к алгоритмическому аффекту. Такая восприимчивость обусловлена рядом взаимосвязанных обстоятельств. Во-первых, это высокая интенсивность вовлеченности в цифровую среду: в Австралии 97% молодых людей в возрасте 15–19 лет ежедневно пользуются социальными сетями, а 38% из них проводят там три часа и более [31]. Для многих молодых людей интернет-среда становится одним из ведущих институтов социализации, что подтверждается исследованиями цифровой социализации в России [32]. Во-вторых, в возрасте 16–30 лет активно формируется идентичность, и социальные сети становятся ключевым пространством для ее конструирования, а алгоритмическая обратная связь — значимым ресурсом самооценки [25]. Исследования показывают, что в этот период зависимость от внешнего подтверждения достигает пика, а механизмы рефлексивной саморегуляции еще не полностью сформированы [23]. В-третьих, молодые люди особенно остро переживают страх упущенной выгоды (FoMO). Обзор социальных и медийных трендов среди поколения Z 2025 г. подтверждает, что FoMO тесно связан с повышением тревожности, склонностью к социальному сравнению и неблагоприятными психическими исходами среди подростков, а сам страх упущенной выгоды подпитывается алгоритмическими механизмами — бесконечной лентой и персонализированными уведомлениями. Метаанализ 2025 г. (PLOS ONE), охвативший 26 166 студентов, выявил устойчивую положительную корреляцию между зависимостью от социальных сетей и уровнем FoMO ($r = 0,41$), а также тревогой и депрессией ($r = 0,31$) [33]. В-четвертых, эмоциональная регуляция в подростковом и молодом возрасте продолжает развиваться: нейробиологические исследования показывают, что способность к когнитивной переоценке (cognitive reappraisal) как стратегии сознательного управления эмоциями окончательно созревает лишь к позднему подростковому возрасту. Переход от подросткового к взрослому возрасту сопровождается качественными изменениями в сетях эмоциональной регуляции, что подтверждается и данными о возрастных различиях в интеграции регуляторных навыков. В-пятых, молодые работники платформ находятся в ситуации двойной погруженности: с одной стороны, они являются «коренными жителями» алгоритмически насыщенной среды социальных сетей, с другой — сталкиваются с неустойчивостью платформенной занятости, ее психологическими и профессиональными рисками. Исследование 2025 г. на выборке из 450 молодых россиян (18–35 лет), занятых на цифровых платформах (доставка, фриланс и др.), фиксирует феномен когнитивного диссонанса, возникающий из-за осознания рисков такой

занятости при отсутствии реалистичных альтернатив. В свою очередь, платформенная занятость с высокой степенью зависимости связана с повышенным уровнем психологического дистресса по сравнению с традиционными формами занятости. Эти обстоятельства действуют не изолированно, а во взаимном усилении, что придает описываемой уязвимости структурный, а не индивидуально-психологический характер.

Таким образом, представленный обзор выявляет несколько ключевых противоречий. Первое — между широко распространенным ожиданием, что социальные платформы будут улучшать социальные взаимодействия и способствовать психическому благополучию, и эмпирически зафиксированной реальностью систематического продуцирования дистресса, тревожности и симптомов депрессии [3, 21, 22]. Второе — между устойчивым требованием аутентичности, которое платформы предъявляют пользователям, и алгоритмическими механизмами, которые на практике ведут к стандартизации эмоционального выражения и симуляции спонтанности [20, 29, 34]. Третье — между официальной самопрезентацией платформ как нейтральных посредников, лишь соединяющих спрос и предложение, и их реальной ролью активных акторов, которые через код и метрики конструируют эмоциональную нормативность, распределяют видимость и присваивают возникающую аффективную стоимость [2, 5, 18, 19]. Четвертое — между амбивалентным характером эмоционального труда, который в одних условиях может быть ресурсом самореализации, а в других — источником отчуждения, и его преимущественно негативной трактовкой в исследованиях платформенной занятости, в которых условия для позитивной реализации, как правило, отсутствуют [1, 11, 26].

Наряду с выявленными противоречиями в исследовательском поле обнаруживаются систематические лакуны. Во-первых, недостаточная операционализация самого понятия «алгоритмический аффект»: отсутствуют надежные шкалы и индикаторы для его эмпирического измерения, что затрудняет верификацию теоретических моделей. Во-вторых, фрагментарность эмпирических данных о том, как различные типы алгоритмов (рекомендательные, ранжирующие, модерационные) связаны с конкретными аспектами эмоционального труда — поверхностной и глубокой игрой, эмоциональным диссонансом, выгоранием [7, 25]. В-третьих, отсутствие сравнительных исследований алгоритмического аффекта в разных культурных, институциональных и нормативных контекстах, что не позволяет отделить универсальные механизмы платформенного управления от культурно-специфичных [26]. В-четвертых, слабая интеграция двух исследовательских традиций: социологии

эмоций (с ее фокусом на микродинамику управления чувствами) и критических платформенных исследований (с акцентом на внечеловеческих акторов и алгоритмическую власть), что препятствует созданию целостной аналитической рамки [14, 15]. В-пятых, дефицит работ о стратегиях сопротивления алгоритмической модуляции — данная тема лишь косвенно затрагивается в исследованиях [30].

Обсуждение

Проведенный обзор позволяет выделить несколько исследовательских традиций, каждая из которых вносит вклад в понимание алгоритмического аффекта, но имеет свои ограничения. Символический интеракционизм и драматургическая социология дают микроаналитику управления впечатлениями, однако не учитывают внечеловеческих акторов и остаются в рамках синхронного офлайн-взаимодействия. Теория эмоционального труда А. Р. Хокшилд концептуально четко описывает коммодификацию чувств, но предполагает эксплицитные правила и человеческий контроль, тогда как в цифровой среде правила чувств имплицитны, а контролером выступает заданный алгоритм. Аффективная теория Т. Карппи охватывает доличностную модуляцию и роль внечеловеческих акторов, однако ориентирована преимущественно на досуговую платформу и страдает неоперационализируемостью ключевых понятий. Исследования алгоритмического контроля и видимости дают макрооптику, но редко интегрируются с социологией эмоций видимости [5, 19, 20]. Российские исследования добавляют амбивалентность и контекстуальную специфику, однако эмпирически слабо адаптированы к анализу именно алгоритмического аффекта.

Интеграция этих традиций приводит к следующей интерпретации. Алгоритмический аффект — режим управления эмоциями и доличностными аффективными состояниями, возникающий на пересечении цифровых платформ, алгоритмического формирования и молодежных практик самопрезентации. Он характеризуется тремя чертами: неперсонифицированностью управляющего агента (алгоритм не вступает в диалог, не подлежит апелляции), непрерывностью контроля (стирание границы между трудом и отдыхом) и цикличностью (замкнутый цикл «аффект — действие — новый аффект», где эмоции становятся одновременно входным сырьем, продуктом и ресурсом). Правила чувств в этом режиме не исчезают, но воплощаются в архитектуре интерфейса и метриках — рейтинг «говорит» работнику, насколько успешно он управлял эмоциями, а алгоритмическая видимость «сообщает» пользователю

о соответствии норме. Алгоритмический аффект, таким образом, не отменяет эмоциональный труд, а интенсифицирует его и делает менее рефлексивным.

Социологическое значение этой интерпретации для анализа молодежных практик состоит в следующем. Если прежде агентами социализации выступали семья, школа и группы сверстников, то сегодня к ним добавились алгоритмические системы, чье влияние сопоставимо по масштабу. Молодые люди растут в среде, где алгоритмическое формирование составляет фоновое условие любого публичного высказывания. Это порождает специфические аффективные компетенции — «алгоритмическую эмоциональную грамотность», способность распознавать и критически дистанцироваться от алгоритмически сконструированных норм. Кроме того, анализ алгоритмического аффекта переформулирует вопросы о цифровом неравенстве: уязвимость к алгоритмическому контролю распределена неравномерно, и ее анализ требует учета не только экономических, но и аффективных аспектов.

Заключение

Представленный обзор теоретических и эмпирических исследований позволяет сформулировать ряд выводов, определить теоретический вклад данной статьи и наметить перспективы дальнейших исследований.

Обосновано, что алгоритмический аффект представляет собой новый режим управления эмоциями, возникающий на пересечении цифровых платформ, алгоритмического формирования контента и норм, а также молодежных практик самопрезентации [2, 5]. В отличие от классического эмоционального труда, описанного А. Р. Хокшилд, где правила чувств эксплицитны, а контроль осуществляется человеком-менеджером [1], алгоритмический аффект действует через имплицитную нормативность, встроенную в интерфейс и метрики платформы, и адресуется к доличностным аффективным состояниям, минуя рефлексивное осознание [2, 5].

Предложена и обоснована категория «алгоритмический аффект» как аналитического инструмента, интегрирующего два направления: социологию эмоционального труда и критические платформенные исследования. Этот синтез позволяет описывать механизмы управления, действующие на доличностном аффективном уровне и имеющие при этом трудовую, коммодифицированную природу.

Разработана теоретическая модель алгоритмического аффекта, включающая три взаимосвязанные характеристики и пять форм цифрового

эмоционального труда, специфичных для платформенной среды. В-третьих, систематизированы обстоятельства, формирующие уязвимость молодежи перед алгоритмическим аффектом, что позволяет перейти от индивидуально-психологических объяснений к структурно-социологическому анализу.

Выявлены и классифицированы исследовательские лакуны, что составляет необходимую основу для формирования научной повестки в данной области.

На основе проведенного анализа необходима эмпирическая верификация предложенной теоретической модели, включая разработку инструментов операционализации алгоритмического аффекта (опросников, шкал, поведенческих индикаторов) и проведение количественных и качественных исследований, в том числе лонгитюдных дизайнов, способных зафиксировать кумулятивные эффекты алгоритмической модуляции. Важным направлением являются сравнительные исследования алгоритмического аффекта в разных контекстах: различных типов платформ, различных возрастных когорт и различных культурных и институциональных сред, что позволит отделить универсальные механизмы от контекстуально-специфичных [26]. Особого внимания заслуживает изучение алгоритмического аффекта в российской молодежной среде, в том числе в рамках проекта РНФ № 25-28-00071, включая сравнение платформенной и неплатформенной занятости на российской выборке [13]. Необходимо также исследование стратегий сопротивления [30]. Продуктивным представляется развитие междисциплинарных подходов, интегрирующих социологию, психологию, медиаисследования и трудовое право, включая, например, психофизиологические измерения аффективных реакций в сочетании с социологическими опросами и интервью. На основе эмпирических данных могут быть разработаны прикладные рекомендации для платформ, образовательных программ, а также для формирования государственной политики регулирования платформенной занятости и защите прав молодых работников.

Таким образом, предложенная в статье теоретическая рамка алгоритмического аффекта систематизирует имеющееся знание на стыке социологии эмоций и платформенных исследований, а также задает направления эмпирических исследований, способных дать ответ на актуальный социальный вызов — рост тревожности, выгорания и неустойчивости профессиональной идентичности молодых людей в условиях цифрового контроля.

Источники

1. *Hochschild A. R.* The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling. — Berkeley: University of California Press, 1983. — 327 p.

2. *Karppi T.* Disconnect: Facebook's Affective Bonds. — Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018. — 184 p.

3. *Tsomokos D. I.* Adolescent social media use and psychiatric outcomes: a longitudinal mediation analysis via interpersonal distrust, sleep, and self-image // Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology. — 2025. — DOI: 10.1007/s00127-025-02999-w.

4. *Illouz E.* Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism. — Cambridge: Polity Press, 2007. — 150 p.

5. *Bucher T.* If… Then: Algorithmic Power and Politics. — Oxford: Oxford University Press, 2018. — 240 p.

6. *Ahmmad M., Shahzad K., Iqbal A., Latif M.* Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth // Societies. — 2025. — Vol. 15, no. 11. — P. 301. — DOI: 10.3390/soc15110301.

7. *Zhou Y., Li H., Yin P., Feng X.* Algorithmic Gatekeeping and Creator Economy: Differential Effects of Content Moderation on Digital Platforms // ICIS 2025 Proceedings. — 2025. — Paper 18.

8. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни / Пер. с англ. А. Д. Ковалева. — М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2000. — 304 с.

9. *Хокшилд А. Р.* Управляемое сердце: коммерциализация человеческих чувств / Пер. с англ. И. Кушнаревой. — М.: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2019. — 432 с.

10. *Симонова О. А.* Эмоциональный труд в современном обществе: научные дискуссии и дальнейшая концептуализация идей А. Р. Хохшильд // Журнал исследований социальной политики. — 2013. — Т. 11, № 3. — С. 339–354.

11. *Симонова О. А.* «Светлые» и «темные» стороны эмоционального труда: концепция отчуждения в теории А. Р. Хокшилд и современные исследования // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2023. — Т. 26, № 1. — С. 88–117. — DOI: 10.31119/jssa.2023.26.1.4.

12. *Лобанова Ю. В., Михайлова С. П.* Эмоциональные ожидания радости и удовольствия в процессе выбора профессии: мифология и реальность // Манускрипт. — 2024. — Т. 17, № 4. — С. 395–401.

13. *Гаврилюк В. В., Бочаров В. Ю., Гаврилюк Т. В.* Концепт «социального самочувствия» в исследовании молодежи, занятой в сервисной сфере экономики // Семиотические исследования. — 2025. — Т. 5, № 1. — С. 115–129.

14. *Bjerre J.* The inner stage: resituating Hochschild's surface/deep binary from action to interaction // Theory and Society. — 2025. — Vol. 54, no. 6. — P. 999–1019. — DOI: 10.1007/s11186-025-09578-1.

15. *Bae G.-E., Choi M.* Reconceptualizing Emotional Labor as Affective Governance: Gendered Institutionalization and Structural Inequality // Sociology Compass. — 2025. — Vol. 19, no. 4. — P. e70145. — DOI: 10.1111/soc4.70145.

16. *Massumi B*. The Autonomy of Affect // Cultural Critique. — 1995. — No. 31. — P. 83–109. — DOI: 10.2307/1354446.

17. *Wetherell M*. Affect and Emotion: A New Social Science Understanding. — London: Sage, 2012. — 200 p.

18. *Noble S. U*. Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism. — New York: NYU Press, 2018. — 256 p.

19. *Katzenbach C., Ulbricht L.* Algorithmic governance // Internet Policy Review. — 2019. — Vol. 8, no. 4. — DOI: 10.14763/2019.4.1424.

20. *Cotter K*. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram // New Media & Society. — 2019. — Vol. 21, no. 4. — P. 895–913. — DOI: 10.1177/1461444818817284.

21. *Arora S., Arora S., Hastings J. D*. The psychological impacts of algorithmic and AI-driven social media on teenagers: A call to action // arXiv preprint. — 2024. — arXiv:2408.10351.

22. *Donadoni L., Marazziti D., Mucci F*. Algorithmic entrapment: The silent erosion of user autonomy and mental health // Clinical Neuropsychiatry. — 2025. — Vol. 22, no. 6. — P. 447–453.

23. *Ambully N., Kumar S., Pradhan M. R. et al*. Social Media Use and Mental Health Among Youth: A Comprehensive Review // Journal of Affective Disorders Reports. — 2025. — Vol. 19. — P. 100456. — DOI: 10.1016/j.jadr.2025.100456.

24. *Verma S*. The paradox of digital connectivity: Examining the relationship between attention, FOMO and social media integration in the era of AI algorithms among young adults // Impact: International Journal of Global Mental Health. — 2025. — Vol. 2, no. 1. — P. 15–29.

25. *Zhang Y., Chen L., Wang H. et al*. Invisible algorithms, visible outcomes: Roles of emotional labor and work gamification in gigs // Computers in Human Behavior. — 2025. — Vol. 169. — P. 108681. — DOI: 10.1016/j.chb.2025.108681.

26. *Liang M., Li K., Feng X.* Capital's Spear and Labor's Shield: Natural Emotional Labor among Domestic Workers in China // Sociological Studies (Chinese Journal of Sociology). — 2022. — Vol. 37, no. 4. — P. 85–104. (На кит. яз.)

27. *Пронкина Е. С*. Методологические проблемы изучения репрезентаций эмоционального опыта в социальных медиа // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2018. — № 3. — С. 100–112.

28. *Чутанская А. А., Махмутова Е. Н*. Подростки и молодежь в пространстве социальных сетей: к проблеме анализа эмоциональных реакций в сетевом общении // Современные проблемы образования. — 2023. — № 1–2. — С. 117–127.

29. *Duffy B. E., Hund E*. Gendered visibility on social media: Navigating Instagram's authenticity bind // International Journal of Communication. — 2019. — Vol. 13. — P. 4983–5002.

30. *Nielsen L. Y., Krøjer J., Nielsen M. L*. The entanglement of emotional labour and digital work platforms: A study of how professional gamers, influencers, and gig and crowd workers experience the affordances of digital work platforms // MedieKultur. — 2025. — Vol. 40, no. 78. — P. 167–188.

31. Orygen. New data indicates moderation is key to social media use for teens. — 2025. — URL: https://www.orygen.org.au/News/2025/New-data-indicates-moderation-is-key-to-social-media-use-for-teens (дата обращения: 26.05.2026).

32. *Солдатова Г. У., Войскунский А. Е.* Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. — 2021. — № 3. — С. 4–28.

33. *Jing Z., Yang W., Lei Z., Junmei W., Hui L., Tianmin Z.* Correlations between social media addiction and anxiety, depression, FoMO, loneliness and self-esteem among students: A systematic review and meta-analysis // PLOS ONE. — 2025. — Vol. 20, no. 9. — P. e0317892. — DOI: 10.1371/journal.pone.0317892.

34. *Petre C., Duffy B. E., Hund E.* “Gaming the System”: Platform Paternalism and the Politics of Algorithmic Visibility // Social Media + Society. — 2019. — Vol. 5, no. 4. — DOI: 10.1177/2056305119879995.

Сведения об авторе

Васькова Анастасия Алексеевна, лаборант-исследователь,
Тюменский государственный университет,
Тюмень, Россия.
a.a.vaskova@utmn.ru

Статья поступила в редакцию: 09.06.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 18.06.2026;
принята к публикации: 05.07.2026.

Anastasia A. Vaskova

Tyumen State University,
Tyumen, Russian Federation

ALGORITHMIC AFFECT: EMOTIONAL LABOR OF YOUTH UNDER DIGITAL CONTROL

Abstract: The article examines the phenomenon of algorithmic affect — a new regime of emotional regulation emerging at the intersection of digital platforms, algorithmic curation, and youth self-presentation practices. Based on a review of sociological literature on emotional labor, affect, algorithmic control, and digital well-being, the author proposes a theoretical framework for analyzing how algorithms set norms of visibility and emotional expressiveness, turning emotions into an object of management and a commodity. The thesis is substantiated that young people are particularly vulnerable to these regimes due to their intensive involvement in the platform environment, the incompleteness of identification processes, and high sensitivity to

social approval. Key research gaps are identified: insufficient operationalization of algorithmic affect, fragmented empirical data on the specifics of emotional labor in the digital environment, and weak integration of the sociology of emotions with platform governance studies. The article is review theoretical in nature and is addressed to sociologists, digital platform researchers, and specialists in youth policy.

Keywords: algorithmic affect, emotional labor, digital control, youth, platform governance, self-presentation, algorithmic visibility

For citation: Vaskova A. A. Algorithmic affect: emotional labor of youth under digital control. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 46–66. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.ff9e-g286; EDN: WLUBQR

References

1. Hochschild A. R. *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, University of California Press, 1983, 327 p.

2. Karppi T. *Disconnect: Facebook's Affective Bonds*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2018, 184 p.

3. Tsomokos D. I. Adolescent social media use and psychiatric outcomes: a longitudinal mediation analysis via interpersonal distrust, sleep, and self-image. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 2025. DOI: 10.1007/s00127-025-02999-w.

4. Illouz E. *Cold Intimacies: The Making of Emotional Capitalism*. Cambridge, Polity Press, 2007, 150 p.

5. Bucher T. *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford, Oxford University Press, 2018, 240 p.

6. Ahmmad M., Shahzad K., Iqbal A., Latif M. Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth. *Societies*, 2025, vol. 15, no. 11, p. 301. DOI: 10.3390/soc15110301.

7. Zhou Y., Li H., Yin P., Feng X. Algorithmic Gatekeeping and Creator Economy: Differential Effects of Content Moderation on Digital Platforms. *ICIS 2025 Proceedings*, 2025, paper 18.

8. Gofman I. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoy zhizni* [The Presentation of Self in Everyday Life] / transl. from English by A. D. Kovalev. Moscow, KANON-press-Ts; Kuchkovo pole, 2000, 304 p. (In Russ.)

9. Khokshild A. R. *Upravlyaemoe serdtse: kommertsializatsiya chelovecheskikh chuvstv* [The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling] / transl. from English by I. Kushnareva. Moscow, Delo RANEPA, 2019, 432 p. (In Russ.)

10. Simonova O. A. Emotsional'nyy trud v sovremennom obshchestve: nauchnyye diskussii i dal'neyshaya kontseptualizatsiya idey A. R. Khokshild [Emotional labor in modern society: scientific discussions and further conceptualization of A. R. Hochschild's ideas]. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki* [The Journal of Social Policy Studies], 2013, vol. 11, no. 3, pp. 339–354. (In Russ.)

11. Simonova O. A. "Svetlyye" i "temnyye" storony emotsional'nogo truda: kontseptsiya otchuzhdeniya v teorii A. R. Khokshild i sovremennyye issledovaniya [The "bright" and "dark" sides of emotional labor: the concept of alienation in A. R. Hochschild's theory and contemporary research]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 2023, vol. 26, no. 1, pp. 88–117. DOI: 10.31119/jssa.2023.26.1.4. (In Russ.)

12. Lobanova Yu. V., Mikhailova S. P. Emotsional'nyye ozhidaniya radosti i udovol'stviya v protsesse vybora professii: mifologiya i real'nost' [Emotional expectations of joy and pleasure in the process of choosing a profession: mythology and reality]. *Manuskript* [Manuscript], 2024, vol. 17, no. 4, pp. 395–401. (In Russ.)

13. Gavrilyuk V. V., Bocharov V. Yu., Gavrilyuk T. V. Kontsept "sotsial'nogo samochuvstviya" v issledovanii molodezhi, zanyatoy v servisnoy sfere ekonomiki [The concept of "social well-being" in the study of youth employed in the service sector of the economy]. *Semioticheskiye issledovaniya* [Semiotic Studies], 2025, vol. 5, no. 1, pp. 115–129. (In Russ.)

14. Bjerre J. The inner stage: resituating Hochschild's surface/deep binary from action to interaction. *Theory and Society*, 2025, vol. 54, no. 6, pp. 999–1019. DOI: 10.1007/s11186-025-09578-1.

15. Bae G.-E., Choi M. Reconceptualizing Emotional Labor as Affective Governance: Gendered Institutionalization and Structural Inequality. *Sociology Compass*, 2025, vol. 19, no. 4, p. e70145. DOI: 10.1111/soc4.70145.

16. Massumi B. The Autonomy of Affect. *Cultural Critique*, 1995, no. 31, pp. 83–109. DOI: 10.2307/1354446.

17. Wetherell M. *Affect and Emotion: A New Social Science Understanding*. London, Sage, 2012, 200 p.

18. Noble S. U. *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York, NYU Press, 2018, 256 p.

19. Katzenbach C., Ulbricht L. Algorithmic governance. *Internet Policy Review*, 2019, vol. 8, no. 4. DOI: 10.14763/2019.4.1424.

20. Cotter K. Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 2019, vol. 21, no. 4, pp. 895–913. DOI: 10.1177/1461444818817284.

21. Arora S., Arora S., Hastings J. *D. The psychological impacts of algorithmic and AI-driven social media on teenagers: A call to action*. arXiv preprint, 2024. arXiv:2408.10351.

22. Donadoni L., Marazziti D., Mucci F. Algorithmic entrapment: The silent erosion of user autonomy and mental health. *Clinical Neuropsychiatry*, 2025, vol. 22, no. 6, pp. 447–453.

23. Ambully N., Kumar S., Pradhan M. R., et al. Social Media Use and Mental Health Among Youth: A Comprehensive Review. *Journal of Affective Disorders Reports*, 2025, vol. 19, p. 100456. DOI: 10.1016/j.jadr.2025.100456.

24. Verma S. The paradox of digital connectivity: Examining the relationship between attention, FOMO and social media integration in the era of AI algorithms among young adults. *Impact: International Journal of Global Mental Health*, 2025, vol. 2, no. 1, pp. 15–29.

25. Zhang Y., Chen L., Wang H., et al. Invisible algorithms, visible outcomes: Roles of emotional labor and work gamification in gigs. *Computers in Human Behavior*, 2025, vol. 169, p. 108681. DOI: 10.1016/j.chb.2025.108681.

26. Liang M., Li K., Feng X. Capital's Spear and Labor's Shield: Natural Emotional Labor among Domestic Workers in China. *Sociological Studies* (Chinese Journal of Sociology), 2022, vol. 37, no. 4, pp. 85–104. (In Chinese.)

27. Pronkina E. S. Metodologicheskiye problemy izucheniya reprezentatsiy emotsional'nogo opyta v sotsial'nykh media [Methodological problems of studying representations of emotional experience in social media]. *Vestnik RGGU*. Seriya: Literaturovedeniye. Yazykoznaniye. Kul'turologiya [RSUH Bulletin. Series: Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies], 2018, no. 3, pp. 100–112. (In Russ.)

28. Chutanskaya A. A., Makhmutova E. N. Podrostki i molodezh' v prostranstve sotsial'nykh setey: k probleme analiza emotsional'nykh reaktsiy v setevom obshchenii [Adolescents and youth in social networks: on the problem of analyzing emotional reactions

in online communication]. *Sovremennyye problemy obrazovaniya* [Modern Problems of Education], 2023, no. 1–2, pp. 117–127. (In Russ.)

29. Duffy B. E., Hund E. Gendered visibility on social media: Navigating Instagram's authenticity bind. *International Journal of Communication*, 2019, vol. 13, pp. 4983–5002.

30. Nielsen L. Y., Krøjer J., Nielsen M. L. The entanglement of emotional labour and digital work platforms: A study of how professional gamers, influencers, and gig and crowd workers experience the affordances of digital work platforms. *MedieKultur*, 2025, vol. 40, no. 78, pp. 167–188.

31. *Orygen. New data indicates moderation is key to social media use for teens*, 2025. URL: https://www.orygen.org.au/News/2025/New-data-indicates-moderation-is-key-to-social-media-use-for-teens (access date: 26.05.2026).

32. Soldatova G. U., Voyskunskiy A. E. Sotsial'no-kognitivnaya kontseptsiya tsifrovoy sotsializatsii: novaya ekosistema i sotsial'naya evolyutsiya psikhiki [The social-cognitive concept of digital socialization: a new ecosystem and the social evolution of the psyche]. *Vestnik Moskovskogo universiteta*. Seriya 14: Psikhologiya [Moscow University Psychology Bulletin], 2021, no. 3, pp. 4–28. (In Russ.)

33. Jing Z., Yang W., Lei Z., Junmei W., Hui L., Tianmin Z. Correlations between social media addiction and anxiety, depression, FoMO, loneliness and self-esteem among students: A systematic review and meta-analysis. *PLOS ONE*, 2025, vol. 20, no. 9, p. e0317892. DOI: 10.1371/journal.pone.0317892.

34. Petre C., Duffy B. E., Hund E. "Gaming the System": Platform Paternalism and the Politics of Algorithmic Visibility. *Social Media + Society*, 2019, vol. 5, no. 4. DOI: 10.1177/2056305119879995.

Information about the author

Vaskova Anastasia A., Junior Laboratory Researcher,
Tyumen State University,
Tyumen, Russian Federation.
a.a.vaskova@utmn.ru

Received: 09.06.2026;
revised after review: 18.06.2026;
accepted for publication: 05.07.2026.

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.9xjw-gf14
EDN: WRJWXT
УДК 316.35

Полина Максимовна Дымова
Независимая исследовательница
Санкт-Петербург, Россия

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО ПЕТЕРБУРГСКИХ МОДЕЛЕЙ: СТРУКТУРА И ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация: В данном исследовании рассматривается один из сегментов креативной индустрии — профессиональное сообщество моделей. Основное внимание в ходе эмпирического исследования уделено тому, как модели рефлексируют относительно специфики структуры своего профессионального сообщества, женской и мужской карьеры, ее основных элементов и практик (на примере Санкт-Петербурга). Источником первичной информации послужила серия интервью с представителями модельного бизнеса, которые имеют трудовой контракт либо работают на фрилансе. На основании эмпирических данных изучены профессиональные биографии моделей, их близкий социальный круг, взгляды на типичные черты мужского и женского образов в модельном бизнесе. В ходе исследования были выявлены две основные стратегии в профессиональной идентичности внутри модельного сообщества: индивидуализация карьере посредством самовыражения и адаптация к социальным и профессиональным нормам посредством самообразования.

Ключевые слова: профессиональное сообщество, модельная индустрия, гендер, репрезентация, модельная карьера, ценности, социальные нормы

Ссылка для цитирования: Дымова П. М. Профессиональное сообщество петербургских моделей: структура и идентичности // Петербургская социология сегодня — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 67–85. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.9xjw-gf14; EDN: WRJWXT

Introductory remarks

Despite the fact that the Russian economy only relatively recently outlined the prospects for the development of the creative industry at the state level, some institutions successfully functioned during the Soviet period. The specifics of Soviet fashion consisted primarily in the fact that formally the process of fashion production was controlled by the state and it is not by chance

that the socialist type of fashion is distinguished in the history of fashion of the USSR period. At the same time, everyday fashion often went beyond what was officially accepted and what was shown on the catwalks of Soviet fashion houses or on the covers of Soviet magazines. With the collapse of the Soviet country, almost all social institutions, including fashion, were transformed. The models of Soviet fashion houses were replaced by models who, since the noughties, were actively recruited into the international modeling business. In fact, at the beginning of the noughties, the term "model" came into use, which denoted those who represented this professional community.

It should be noted that the main characteristics of models as a professional community in the context of an actively developing creative economy are still debatable. There is almost no research on the structure of this community, the specifics of a career in modeling, their norms and values. At the same time, the creative industry in modern Russia is one of the priority areas of development and requires study in terms of the emergence of new professions, institutions and the functioning of the former ones.

The traditional plot when considering any professional community is its socio-demographic characteristics, career trajectories, and social identities. For this study, it is important to distinguish between the male and female segments in the modeling business, when models who go to the catwalk do not just show clothes of a particular brand, but present a male and female image in action. Designing masculinity and femininity in the Russian fashion industry is a process influenced by social and cultural norms. This process has not been sufficiently studied and therefore this study seems promising.

On the impact of social context on gender reflection

In the social sciences, it is common to define gender as a social construct [1]. In this sense, the process of constructing gender is influenced not only by society itself and by cultural norms, but also by individual social communities at the micro level. Often, gender is determined by individuals themselves, their view of their own appearance, style, and character. The construction of masculinity and femininity is a form of performative act, since a person himself creates an image for society, according to which he is subsequently perceived.

The formation of gender identity is influenced by socialization, cultural norms, and mediatization. Socialization plays a crucial role in shaping gender identity, as individuals internalize gender roles and expectations imposed on them by family, peers, and educational institutions [2]. Cultural norms and social expectations can also influence the process of constructing gender

identity, as people behave in conditions dictated by prevailing ideas about masculinity and femininity.

Examples of gender identity formation are parental roles, where mothers are traditionally expected to be gentle and caring, while fathers are expected to have a strong character and financial support for the family. Gender behavior and interaction are ways in which people should present themselves to others in different social contexts [3]. In fact, gender identity is formed and fixed in people through various norms and practices, and fashion, among other tools, can be considered as one of the main ways of self-expression.

Gender demonstration represents the ways in which people express their gender identity through various behavioral patterns, gestures, and external signs. Gender demonstrations are also shaped by social norms and expectations, as well as power dynamics. The way people display their gender identity is influenced by cultural interpretations of what it means to be masculine or feminine. This process is influenced by the historical and social context in which people are located [4].

Modern research has also contributed to the already established understanding of the term "gender" and related terms. Risman and Davis conceptualized gender as a social structure in their works. They draw on a wide range of empirical studies to explore the causes and consequences of gender differences. Their conceptual model consists of three levels of analysis: individual, interactive, and institutional [5]. Other scientific work also advocates the perception of gender as a social structure, focusing on relational, intersectional, and biosocial approaches [6].

If we look at the fashion industry and its social communities, then the mention of the "fashion industry" does not only create a galaxy of well-known or aspiring fashion designers. The fashion industry is unthinkable without those who show clothes and turn out to be the main conductor of the ideas and ideas of great master models. Most often in this industry, models are most often perceived as a kind of beauty ideal that embodies the latest fashion trends.

At the same time, in the context of the need to comply with industry standards, models are assigned a set of responsibilities in terms of strict adherence to accepted beauty standards and constant control over their own bodies. This puts them under pressure and can be difficult, and in some cases impossible, to deal with. Patricia Soleil-Beltran argues that models are "gender myths" and "cultural icons" whose identity is constructed through the repetition of collectively defined gender standards and practices. This construct is influenced by a variety of factors, including body type, behavior, attitude, nationality, class, and race [7].

It is important to understand that beauty itself is a concept, the content of which has changed many times from ancient civilizations to modern times and involves finding a balance between objective criteria and individual perception [8]. The concept of the "beauty myth" created by Western society is a factor that restricts women's freedom. This myth gives rise to concerns about weight, appearance, and the desire to fight aging [9]. This beauty myth has a permanent and harmful effect on people, creating risks of eating disorders, extreme diets, and a complex of physical and mental problems.

The media and fashion industry have a significant impact on women's perception of their bodies, and only a few women express complete satisfaction with their appearance. The constant perception of flawless images in advertising leads to a sense of insecurity among women [10], moreover, they often take idealized images of celebrities as the norm and compare themselves with these images created by the media. Noticing the differences, women often experience dissatisfaction with their bodies [11].

There is also a certain aura of success around models, but it is often associated with negative stereotypes. For example, the fact that models are prone to deviant behavior, use drugs or alcohol. However, these strategies can be used as coping mechanisms, since models tend to exhibit risky behaviors (the desire for thinness) when it comes to appearance and compliance with the beauty standards created by the industry [12].

Fashion industry and social norms

For many years, fashion has served as a way of self-expression, a marker of social status and even character. Fashion has changed over time, acquiring more or less bold and vivid features in different historical periods. With the help of clothing, accessories and style in general, a person can tell about themselves without saying a word. Fashion is an excellent assistant in recognition and uniqueness, having a huge impact on people's self-perception and gender identity [13]. It also serves as an identity-building tool, and gender norms significantly influence the design, marketing, and consumption of clothing. The fashion industry often reinforces traditional gender roles and stereotypes through its products and marketing strategies, as well as beauty standards and ideals [14].

However, it should not be overlooked that fashion influences the development of the concept of gender itself and its content. For example, more and more often we can observe more popular trends in gender-neutral fashion, an increasing violation of "generally accepted" stylization

norms [15]. Moreover, there is a shift away from a pragmatic view of fashion towards bolder and more creative models [16].

Cultural norms regarding masculinity and femininity have changed significantly in recent years. Of course, not only because of fashion, but also because of it, today women are perceived not only as weak and dependent — they are in a position that allows them to accept themselves, show their strength and power [17]. The analysis of scientific literature has shown that in general, the Russian fashion industry is most often considered not as part of a cultural project, but as a segment of the economic sphere. The research analyzes the development of fashion as a sector of the economy, new trends and vectors of its promotion [18], the impact of cultural globalization on the spread of mass culture, as well as the specifics of the development of the Russian fashion industry [19].

Only a small number of studies are devoted to new trends in the Russian fashion industry, its values and role in modern Russian society. In one of the articles, fashion is considered as a process of translating spiritual ideas into material models [20]. However, the issue of gender image, as well as the professional experience of Russian models, was not studied. Although some studies have addressed gender issues in the Russian fashion industry, they have mostly focused on the experiences of women models, the role of women models in the Russian fashion industry, and the pressures they face to conform to traditional ideals of femininity. There are not enough studies specifically studying the perception and experience of male models in Russia, as well as more modern ones, since most articles are devoted mainly to Russian fashion of the XX century [21] or the first decade of the XXI century, which also indicates a gap in research in this area.

Methodological tools of the study

This study is based on qualitative methods of data collection and analysis. This strategy is chosen because it allows you to study the experience of models and gives the researcher a deep understanding of certain practices being studied. In this particular case, the career trajectories of models, images of women and men among models are not so easy to measure, so a qualitative paradigm is the best option.

Because the research method is qualitative, the total number of 20 in-depth interviews have been conducted with the chosen participants. This method of data collection was chosen in order to present the respondents' perception of themselves and their construction of their masculinity / femininity, to identify the elements of these strategies that they use in this

process. The interview format included both face-to-face meetings and online platforms. The study focused on the socio-demographic data of respondents, their career path, social barriers they faced, and the effects of their work. Most important for the study were the respondents' views on masculinity and femininity (not only in everyday life, but also in the fashion industry itself), their opinion about the fashion industry and its impact on society, and the formation of their own gender image. Some of the questions in the interview concerned how participants perceive their clothing style, behavior, past and present experiences related to gender identity, and determinants of social behavior. Some questions were omitted during the interview process if the participant gave very detailed answers to several questions at once.

Most of the interviews were conducted using online platforms, as models tend to have a busy schedule and / or contracts in other countries, which led to the organization of online meetings. All interviews were recorded with the consent of the participants. They were provided with the necessary information that did not affect their judgment (i.e., the purpose of the study, as well as the research question, were not discussed with respondents, only general terms were used), and they were also given the opportunity to stop the interview at any time. The duration of the interview ranged from 27 to 86 minutes.

Interviews were conducted among working models who were recruited based on a targeted sample, as well as the "snowball" method. Targeted sampling was used because participants were selected according to certain criteria [22] using social platforms and agency accounts or the models themselves on these platforms, and the "snowball" method was used when several models additionally provided contact information of other models they knew who might be interested in participating in such a study. The main criteria for selecting models were age (from 18 to 30 years), work experience and residence in St. Petersburg, employment at the time of the study (in an agency or on a freelance basis).

As a result of methodological procedures, twenty models were selected for further interviews. The age of the participants ranged from 18 to 30 years, and the sample was gender-balanced. Eight participants worked in a modeling agency, the rest chose contracts and independently determined their career, the experience of working as a model ranged from one year to ten years. Eight of the participants had contracts in other countries during their modeling careers, while others had experience working in St. Petersburg and Moscow. After collecting the interview data, they were decoded and further encoded using the topic coding method [23]. In this case, the respondents' responses were assigned to different subject codes for further analysis using Microsoft Excel.

Results of an empirical study

First steps in modeling career

Of particular interest to the study are the biographical data of respondents who took part in the study. They allow us to build a "prehistory" of the future model's entry into the professional community and the modeling industry, to understand the social context in which respondents lived, what family they grew up in, and how their modeling career is perceived by relatives and friends.

Interviews show that most often models experienced skepticism or even hostility from their families or friends towards their work, since the model's career is associated with a number of negative stereotypes that have developed in society. For many family members, modeling is perceived as a body trade, as models literally "sell" their image, body, and therefore themselves. Informants' narratives include the idea that they have repeatedly experienced psychological pressure from the parent family and have heard negative assessments of their work. For example, most often the work of a model is associated with family members as something obscene and humiliating, when the body is sold and bought.

"My mother sees it as something very explicit and intimate. I'm not dragging her into this. Suddenly, she sees something somewhere. I try to reassure her that it's all right. They paid money for it. It's okay, I'm not a prostitute, honestly." (Interview No 5, female, 19 years old, 3 years of experience, freelancer)

Informants rate the first steps in a modeling career as risky and often negative in their assessments of the close social environment. Some respondents mentioned the negative reaction of friends who initially did not take the modeling career seriously at all. Only after some time, when the models had contracts and constant filming, the inner circle formed respect for their work.

"When I was just starting out, they used to laugh at me at school. Bullied, called names. 'You know, like, you're stupid, right? Look at you, model' <...> Because models pay a lot of attention to themselves, to sports, and constantly invest in themselves. Why is this considered something humiliating? Well, they tried to humiliate me for it." (Interview No 4, female, 23 years old, 7 years of experience, freelancer)

Some respondents, on the contrary, mentioned endless support from family and friends, and even that their modeling career was an initiative of their parents. The models received not only support, but also understanding from their parents and close associates. For example, the process of work and its content became an object of respect, when each professional step was seen as a person and a manifestation of one's own "I".

"Everyone was very supportive of all my projects, especially when I had major publications in prestigious magazines." (Interview No 8, female, 22 years old, 6 years of experience, agency)

Thus, we can see that at the stage of choosing a model's profession, the close social environment treats this differently, and the range of assessments varies from support, positive, and sharp rejection. This is due not only to the social image of the family from which the model itself comes, but also to the stereotype that has developed in Russian society that this profession is not prestigious and does not have a positive reputation, which was confirmed by these interviews.

If we consider the first steps in the career of a model, the respondents mostly mentioned "typical stories" when their modeling career began thanks to friends who dreamed of becoming photographers and invited them to a photo shoot. Thanks to random photos on the web, future models often received invitations from agencies and then participated in major shows, working with brands. Some also noted that they were contacted on social networks by "agents" working in modeling agencies and looking for new faces.

"Often it was either on social media, or someone would just come up to me and say, 'You look great, try it, that's it.' Photographers, in my first serious job, when I was a waitress, would often come and call me and say, 'Here's an idea, if you're interested, come over.'" (Interview No 14, female, 21 years old, 4 years of experience, freelancer)

In addition to their peers represented by friends, adults (represented by acquaintances or parents) also became guides to the world of fashion. For example, photographing a child and posting photos on social networks often attracts the attention of not only relatives and friends, but also potential employers. In this situation, special attention is paid to the quality of visual content, and constant work on it often brought the family income in the future. Photos from the family archive turn out to be the initial point for a career when a future model thinks about her attractive appearance. At the

same time, without the support of a close circle (friends and family), the model rarely takes her first steps in the profession. This support, according to the data obtained, turned out to be important for both men's and women's careers in the modeling business.

"I remember when I was about 12 years old, she constantly photographed me on her podium. And she photographed me constantly at school events, on the street. And I always said it was all for the family archive. <...> And in the end, when I was 12 years old, I went to Facebook and there were all these photos, a lot of likes, and everyone was happy. Then I was angry, offended, but offered a compromise: 'Let me do full-fledged photo shoots so that you can have photos in the so-called family archive, and you won't take any more pictures of me.' And that was our agreement. At first it was just for my mom, then it started to bring in money." (Interview No 8, W, 22 years old, 6 years of experience, agency)

Thus, almost all participants in the study emphasized the importance of support from a close circle, the need for investment in maintaining their own visual image in social networks, the importance of forming a professional network in the face of photographers, retail companies (brands) and modeling agencies. Interview data show that there were no differences in the reasons for choosing a modeling career for men and women, since respondents of both sexes usually indicated similar reasons.

Professional difficulties and career barriers

A separate section in the study was devoted to what barriers the model faces in the course of his / her professional career and how he / she overcomes these difficulties. Analysis of the data obtained showed that in general, the model's work is emotional work, when the process of "turning on" positive emotions is almost continuous and the model sells not only its external data, but also its feelings. Emotional work is an activity where the model's work is paid most often at a fixed rate and emotions are a mandatory element of the entire work process. Among the social consequences of emotional work, researchers most often refer to burnout, alienation of the employee.

Almost all of the respondents in this study mentioned difficulties that they have faced or still face in their modeling career. Among the priorities, informants include the need to maintain positive emotions during the working day, when the employer strictly controls not only the appearance, but also the emotions of the model.

"It's also difficult to keep a smile on your face all the time, to maintain a social attitude, to spend energy on the fact that you have to be perfect, kind and sincere in front of everyone, and at the same time you can be in a bad mood." (Interview No 11, M, 20 years, 5 years of experience, agency)

The next important element in informants' narratives is their thoughts about the appearance of the model itself, which the employer often makes excessive demands on and this is consistent with the idea that models should represent an ideal image. They must be perfect in their external parameters, skin, and hair [7]. External attractiveness acts as physical capital for the model, when not only the employer in the person of the agency dictates the image of the desired, but also the close environment in the person of parents. Parents, according to interviews, are an important agent in the modeling career of their children. On the one hand, they can support them or, on the contrary, stigmatize the profession.

Appearance is considered as a working tool that can be improved, including by resorting to the services of doctors. So, one of the models in an interview mentioned that her mother wanted her to have plastic surgery to look more attractive.

"Her goal was to make me a better person. And she still insists on surgery. On the face. She says, 'let's change the nose, let's change the eyes, let's change something else, let's pull something up, let's remove something here'." (Interview No 4, female, 23 years old, 7 years of experience, freelancer)

In some interviews, informants mentioned that their bodies and looks are subject to control by the agency in which the model is employed. Often, it is the physical parameters and extra centimeters that cause refusal to conclude a contract, participation in Russian and international fashion weeks, and photo shoots.

"But I never got the contract. As a result, the director of my agency asked: 'What is your waistline now?' I said, '75,' and she said, 'We need to get to 73.' I have a friend there who also recently flew to Milan, I think in September. The same. They measured her hips, which was something like 92, and they said that if you don't get to 89 in two weeks, if you don't pass five auditions, you'll go home." (Interview No 18, M, 24 years old, 4.5 years of experience, freelancer)

Respondents mentioned the pressure exerted by the employer on the physical standards of the model. One of the consequences of pressure, according to informants, is the spread of cases of deviant behavior. Some of them may have problems, for example, with eating behavior, alcohol, caused by this pressure and dissatisfaction with their own appearance and / or body.

"You are ashamed to eat chocolate, you are ashamed to eat too much, you can literally have a shortage of money. This happens for many models. I just don't know if it's appropriate to say this, but many models don't have the best lifestyle, maybe they are in a bad emotional state, because they are placed in a small apartment for eight people, and they have to interact with each other in some way." (Interview No 11, M, 20 years, 5 years of experience, agency)

If the employer standards physical data, then the same data for other agents of this industry is an object for praise and high marks. For example, no show or photo session is complete without visual content that is reproduced by the photographer. The constant interaction between a model and a photographer is often accompanied by a violation of professional boundaries, when a male photographer sees a model primarily as a woman, and not a model. Especially sensitive for models are shots for brands that produce textiles and underwear.

"When some kind of shooting, where you are in underwear, and the photographer is a man, it becomes uncomfortable. <...> That is, when a man starts making inappropriate compliments to your body, well, in general, this goes beyond, as far as I understand, the fact that you work, and the photographer works, then you shouldn't be distracted by these moments." (Interview No 12, W, 18 years old, 6 years of experience, agency)

Labor practices are often irregular in nature and have a negative impact on the self-assessment of the model itself and the nature of work. Almost all informants in their interviews mentioned the facts of pressure from a potential employer regarding their physical fitness, the need to adjust their diet. Agencies place high demands on personal data, both for male and female models. Given that the modeling community is highly competitive for the workplace, each model faces double pressure. External agents primarily include structures and institutions for subsequent employment, while internal

agents include the model community, which turns out to be normalized, has its own order and values. As for the level of competition in the female and male segments of the modeling community, the study did not reveal any significant differences. At the same time, it is worth noting that traditionally the modeling community is dominated by women, so we can assume that competition in this female segment of the professional community will be much higher. Moreover, given that an early career in the modeling business, according to informants, does not bring high incomes, this becomes an objective barrier for men when choosing this professional trajectory.

"In terms of work, it doesn't make a lot of money, especially for men." (Interview No 18, male, 24 years old, 4.5 years of experience, freelancer)

The opportunities offered by the modeling business are not always measured only in monetary terms. Working in the modeling business for participants in the process opens up such opportunities as participating in public events, getting free clothes or hair care services, and traveling.

Creating your own style and ways to express yourself

Turning to the strategies that models use to form their gender identity, it can be noted that in general, these strategies can include self-reflection and ways of self-expression. In the case of gender identity formation, models seem to use these strategies, as well as a strategy for adapting to certain social and work expectations. As noted above, representatives of the modeling community often face intense pressure over certain beauty regulations and cultural expectations that the fashion industry sets. This is manifested in rationing a certain weight, skin and hair condition, and following certain norms of behavior.

To meet these expectations and shape their gender identity in the fashion industry, models can use a variety of strategies. This may include adapting their appearance and behavior in accordance with accepted norms, whether it is conforming to traditional female ideals or challenging gender stereotypes through their appearance. Models use special mobile apps only for female models, which organize information about free services for models in the field of nutrition, sports and entertainment.

"Girls have a Beauty Passport app. You know where they can go to the gym, to a restaurant, to a club and get paid for it. Or eat for free." (Interview No 18, male, 24 years old, 4.5 years of experience, freelancer)

During the analysis of the data obtained from the interviews, another strategy was revealed — self-education of models, when they follow the news from the fashion world, listen to special programs, and study at special courses. All this assumes that the model not only tracks the latest news from fashion shows and fashion house weeks, but also has a general knowledge of how the industry works.

"I also follow fashion shows because it's beautiful. And at that moment, I followed them because I needed to understand trends, understand certain models, and so on." (Interview No 4, female, 23 years old, 7 years of experience, freelancer)

A separate set of questions was related to how modern fashion combines elements from women's and men's fashion at the same time. This allows them to feel freer and less vulnerable to others. At the same time, most often respondents mentioned their desire to look traditional and further emphasize their natural beauty for women or a strong image for men. Some of the informants are conservative in their preferences and views and believe that women should only wear feminine clothes that better emphasizes their figure and feminine features.

"I'm quite patriarchal, and I think masculinity is something like responsibility, precision, a certain rigidity. That's all. As for women, it's always something like fluidity, softness, smoothness. That is, I have a stereotypical mindset in this regard, no matter how hard I try to change it in myself, somehow expand it." (Interview No 5, W, 19 years old, 3 years of experience, freelancer)

One of the informants noted that her appearance never corresponded to her inner well-being. As a rule, she shows classic women's clothing, but inside she feels strong and used to rely only on herself and solve problems on her own. It was not until she was older that she realized that she could dress the way she wanted and not be ashamed of it. She still feels uncomfortable, because her outer and inner worlds do not coincide.

"And I only recently began to understand that you don't have to meet social standards, that you can dress brightly and be a clown. I realized this only recently. And it's probably easier now. Yes, I can probably say that I follow some fashion trends, I understand whether I like it or not, but I still try to form my own style. Back then and here, I didn't like to adjust to any

standards, but I just didn't realize it. I was young and afraid." (Interview No 4, female, 23 years old, 7 years of experience, freelancer)

Thus, the analysis showed that models in the Russian fashion industry use two main strategies to form their own gender identity, which models embody in the world around them. On the one hand, the key category for describing the first strategy is the concept of "self-expression", when one's own style and manners are a special object of their reflection. On the other hand, adaptation to the social and professional expectations of the modeling community itself, as a second strategy, is also becoming widespread. Most often, the process of adaptation occurs through self-education and assimilation of special knowledge about how the industry works.

Conclusion

The conducted research allowed us to determine how models in the Russian fashion industry build professional careers, what the practices of interaction within the modeling community are, how their gender identity is constructed, and what elements they use for this purpose. The results of the St. Petersburg case study showed that most often the careers of models for men and women do not differ. They received their first offers from their employer through social networks or close associates such as family members or friends. Their own friends who dreamed of a career as photographers and invited them to take amateur photos guided most of them.

An analysis of empirical data has shown that the fashion industry as an institution is fraught with many difficulties and exerts normalized pressure on those who work in it. Informants emphasized the formed mismatch between their expectations and real labor practices, which was reflected in the emotional pressure from the employer, the imposition of rules and regulations, low wages at the first stages, high competition among female models, and a small number of vacancies in the professional field for men.

As for the entry of models into the professional field, the interviews conducted showed that there are two main strategies for constructing gender identity: individualization through self-expression and adaptation to social and professional expectations through the assimilation of special knowledge. Using these strategies allows models to create an image that they create and broadcast to the outside world. Self-expression finds its expression

in the type of gender demonstration that a particular model chooses for itself. According to the study, the predominant type among female models is the conservative type with a focus on traditional canons of female beauty (softness, smoothness in movements, long hair, women's clothing and accessories).

In the case of an adaptation strategy, the model is usually forced to adapt and show flexibility under conditions of total pressure. The main element for adapting a model is special knowledge and a set of practices that help them build a successful career in the fashion industry. In this regard, models' arguments about the gender role in the framework of this strategy are typified and come down to the fact that fashion has a strong influence on the views and attitudes within the model community, often forcing them to rethink their beliefs and values.

Источники

1. *West C., Zimmerman D. H.* Doing // Gender & Society. — 1987. — Vol. 1, no. 2. — P. 125–151. — DOI: 10.1177/0891243287001002002.

2. *Bussey K., Bandura A.* Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation // Psychological Review. — 1999. — Vol. 106, no. 4. — P. 676–713. — DOI: 10.1037/0033-295X.106.4.676.

3. The Social Construction of Gender / J. Lorber, S. A. Farrell (eds.). — Newbury Park, CA: Sage Publications, 1991. — 374 p.

4. *Goffman E.* Gender Display // Female Hierarchies / L. Tiger, H. T. Fowler (eds.). — New York: Routledge, 2017. — P. 60–86. — DOI: 10.4324/9780203792018-3.

5. *Risman B. J., Davis G.* From Sex Roles to Gender Structure // Current Sociology. — 2013. — Vol. 61, no. 5–6. — P. 733–755. — DOI: 10.1177/0011392113479315.

6. *Springer K. W., Hankivsky O., Bates L. M.* Gender and Health: Relational, Intersectional, and Biosocial Approaches // Social Science & Medicine. — 2012. — Vol. 74, no. 11. — P. 1661–1666. — DOI: 10.1016/j.socscimed.2012.03.001.

7. *Soley-Beltran P.* Fashion Models as Ideal Embodiments of Normative Identity // Trípodos. — 2006. — No. 18. — P. 23–43. — DOI: 10.51698/tripodos.2006.18.23-43.

8. *Fuente del Campo A.* Beauty: Who Sets the Standards // Aesthetic Surgery Journal. — 2002. — Vol. 22, no. 3. — P. 267–268. — DOI: 10.1067/maj.2002.124917.

9. *Wolf N.* The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women. — New York: Harper Perennial, 2002. — 368 p.

10. Women, Advertising, and Representation: Beyond Familiar Paradigms / S. Abel, M. de Bruin, A. Nowak (eds.). — Cresskill, NJ: Hampton Press, 2010. — 256 p.

11. *Schooler D., Ward L. M., Merriwether A., Caruthers A*. Who's That Girl: Television's Role in the Body Image Development of Young White and Black Women // Psychology of Women Quarterly. — 2004. — Vol. 28, no. 1. — P. 38–47. — DOI: 10.1111/j.1471-6402.2004.00121.x.

12. *Swami V., Szmigielska E*. Body Image Concerns in Professional Fashion Models: Are They Really an At-Risk Group? // Psychiatry Research. — 2013. — Vol. 207, no. 1–2. — P. 113–117. — DOI: 10.1016/j.psychres.2012.09.009.

13. *Di Summa L. T*. Identity and Style: Fashionable, Collective, and Personal // Philosophical Inquiries. — 2021. — Vol. 9, no. 2. — P. 243–260. — DOI: 10.4454/philinq.v9i2.290.

14. *Mears A*. Fashion and Its Gendered Agendas // The Oxford Handbook of Consumption / F. F. Wherry, I. Woodward (eds.). — Oxford: Oxford University Press, 2019. — P. 413–425. — DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190695583.013.27.

15. *Akdemir N*. Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion // European Journal of Social Sciences, Education and Research. — 2018. — Vol. 5, no. 2. — P. 185–190. — DOI: 10.26417/ejser.v5i2.p185-190.

16. *Moreno García C*. Genderless Fashion Design: Analysis of the Collections from the Fashion Weeks of Copenhagen, New York, London, Milan and Paris. Case: Autumn-Winter Season 2023 // Concept: Design Research and Innovation Journal. — 2023. — Vol. 2. — P. 55–64.

17. *Marcangeli S*. Undressing the Power of Fashion: The Semiotic Evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen: Honors Thesis. — Lewisburg, PA: Bucknell University, 2015. — URL: https://digitalcommons.bucknell.edu/honors_theses/300/ (дата обращения: 13.07.2026).

18. *Козлова Е. В., Филиппова И. Г*. Инновационные процессы в модной индустрии и перспективы ее развития в России // Экономика и управление. — 2020. — Т. 26, № 5 (175). — С. 496–503. — DOI: 10.35854/1998-1627-2020-5-496-503. — EDN: VGDZIC.

19. *Baynova M., Palekhova P., Petrov A., Petrova A*. Cultural Globalisation, Consumer Society and Fashion Industry in Russia: New Socio-Historical Trends // WISDOM. — 2019. — Vol. 13, no. 2. — P. 146–154. — DOI: 10.24234/wisdom.v13i2.275.

20. *Яковлева М. В*. Особенности российских практик моды // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. — 2014. — № 3 (20). — С. 128–132.

21. *Strukov V*. Strange Coat: Konstantin Goncharov's Fashion, Russian Masculinity and Building a Strange World // Critical Studies in Men's Fashion. — 2019. — Vol. 6, no. 1. — P. 81–102. — DOI: 10.1386/csmf.6.1.81_1.

22. *Etikan I., Musa S. A., Alkassim R. S*. Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling // American Journal of Theoretical and Applied Statistics. — 2016. — Vol. 5, no. 1. — P. 1–4. — DOI: 10.11648/j.ajtas.20160501.11.

23. *Gibbs G. R*. Analyzing Qualitative Data. — London: SAGE Publications, 2007. — 176 p. — DOI: 10.4135/9781849208574.

Сведения об авторе

Дымова Полина Максимовна, независимая исследовательница, Санкт-Петербург, Россия.
dymova.paulina@yandex.ru

Статья поступила в редакцию: 17.04.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 14.06.2026;
принята к публикации: 05.07.2026.

Polina M. Dymova

Independent researcher
St. Petersburg, Russian Federation

PROFESSIONAL COMMUNITY OF ST. PETERSBURG MODELS: STRUCTURE AND IDENTITIES

Abstract: This study examines one of the segments of the creative industry — the professional community of models. The main focus of the empirical study is on how models reflect on the specifics of the structure of their professional community, women's and men's careers, its main elements and practices (on the example of St. Petersburg). The source of primary information was a series of interviews with representatives of the modeling business who have an employment contract or work as freelancers. Professional biographies of models, descriptions of their close social circle, views on the typical features of male and female images in the modeling business, the level of competition were the most important for the study. The study identified two main strategies in professional identity within the model community: individualizing your career through self-expression and adapting to social and professional norms through self-education.

Keywords: professional community, modeling industry, gender, representation, modeling career, values, social norms

For citation: Dymova P. M. Professional community of St. Petersburg models: structure and identities. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 67–85. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.9xjw-gf14; EDN: WRJWXT

References

1. West C., Zimmerman D. H. Doing Gender. *Gender & Society*, 1987, vol. 1, no. 2, pp. 125–151. DOI: 10.1177/0891243287001002002.

2. Bussey K., Bandura A. Social Cognitive Theory of Gender Development and Differentiation. *Psychological Review*, 1999, vol. 106, no. 4, pp. 676–713. DOI: 10.1037/0033-295X.106.4.676.

3. Lorber J., Farrell S. A., eds. *The Social Construction of Gender*. Newbury Park, CA, Sage Publications, 1991, 374 p.

4. Goffman E. Gender Display. In: Tiger L., Fowler H. T., eds. *Female Hierarchies*. New Brunswick, NJ, Transaction Publishers, 2007, pp. 60–86.

5. Risman B. J., Davis G. From Sex Roles to Gender Structure. *Current Sociology*, 2013, vol. 61, no. 5–6, pp. 733–755. DOI: 10.1177/0011392113479315.

6. Springer K. W., Hankivsky O., Bates L. M. Gender and Health: Relational, Intersectional, and Biosocial Approaches. *Social Science & Medicine*, 2012, vol. 74, no. 11, pp. 1661–1666. DOI: 10.1016/j.socscimed.2012.03.001.

7. Soley-Beltran P. Fashion Models as Ideal Embodiments of Normative Identity. *Trípodos*, 2006, no. 18, pp. 23–43. DOI: 10.51698/tripodos.2006.18.23-43.

8. Fuente del Campo A. Beauty: Who Sets the Standards? *Aesthetic Surgery Journal*, 2002, vol. 22, no. 3, pp. 267–268. DOI: 10.1067/maj.2002.124917.

9. Wolf N. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York, Harper Perennial, 2002, 368 p.

10. Abel S., de Bruin M., Nowak A., eds. *Women, Advertising, and Representation: Beyond Familiar Paradigms*. Cresskill, NJ, Hampton Press, 2010, 256 p.

11. Schooler D., Ward L. M., Merriwether A., Caruthers A. Who's That Girl: Television's Role in the Body Image Development of Young White and Black Women. *Psychology of Women Quarterly*, 2004, vol. 28, no. 1, pp. 38–47. DOI: 10.1111/j.1471-6402.2004.00121.x.

12. Swami V., Szmigielska E. Body Image Concerns in Professional Fashion Models: Are They Really an At-Risk Group? *Psychiatry Research*, 2013, vol. 207, no. 1–2, pp. 113–117. DOI: 10.1016/j.psychres.2012.09.009.

13. Di Summa L. T. Identity and Style: Fashionable, Collective, and Personal. *Philosophical Inquiries*, 2021, vol. 9, no. 2, pp. 239–256. DOI: 10.4454/philinq.v9i2.290.

14. Mears A. Fashion and Its Gendered Agendas. In: Wherry F. F., Woodward I., eds. *The Oxford Handbook of Consumption*. Oxford, Oxford University Press, 2019, pp. 413–425. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780190695583.013.27.

15. Akdemir N. Deconstruction of Gender Stereotypes Through Fashion. *European Journal of Social Sciences, Education and Research*, 2018, vol. 5, no. 2, pp. 185–190. DOI: 10.26417/ejser.v5i2.p185-190.

16. Moreno García C. Genderless Fashion Design: Analysis of the Collections from the Fashion Weeks of Copenhagen, New York, London, Milan and Paris. Case: Autumn-Winter Season 2023. *Concept: Design Research and Innovation Journal*, 2023, vol. 2, pp. 55–64.

17. Marcangeli S. *Undressing the Power of Fashion: The Semiotic Evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen. Honors Thesis*. Lewisburg, PA, Bucknell University, 2015. URL: https://digitalcommons.bucknell.edu/honors_theses/300/ (access date: 13.07.2026).

18. Kozlova E. V., Filippova I. G. Innovatsionnye protsessy v modnoy industrii i perspektivy ee razvitiya v Rossii [Innovative Processes in the Fashion Industry and Prospects for Its Development in Russia]. *Ekonomika i upravlenie* [Economics and Management], 2020, vol. 26, no. 5 (175), pp. 496–503. DOI: 10.35854/1998-1627-2020-5-496-503; EDN: VGDZIC. (In Russ.)

19. Baynova M., Palekhova P., Petrov A., Petrova A. Cultural Globalisation, Consumer Society and Fashion Industry in Russia: New Socio-Historical Trends. *WISDOM*, 2019, vol. 13, no. 2, pp. 146–154. DOI: 10.24234/wisdom.v13i2.275.

20. Yakovleva M. V. Osobennosti rossiyskikh praktik mody [Features of Russian Fashion Practices]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury*

i iskusstv [Bulletin of Saint Petersburg State University of Culture and Arts], 2014, no. 3 (20), pp. 128–132. (In Russ.)

21. Strukov V. The Queer Coat: Konstantin Goncharov's Fashion, Russian Masculinity and Queer World Building. *Critical Studies in Men's Fashion*, 2019, vol. 6, no. 1–2, pp. 81–102. DOI: 10.1386/csmf_00006_1.

22. Etikan I., Musa S. A., Alkassim R. S. Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 2016, vol. 5, no. 1, pp. 1–4. DOI: 10.11648/j.ajtas.20160501.11.

23. Gibbs G. R. *Analyzing Qualitative Data*. London, SAGE Publications, 2007, 176 p. DOI: 10.4135/9781849208574.

Information about the author

Dymova Polina M., Independent Researcher,
St. Petersburg, Russian Federation.
dymova.paulina@yandex.ru

Received: 17.04.2026;
revised after review: 14.06.2026;
accepted for publication: 05.07.2026.

ИНДИВИД, СЕМЬЯ, ОБЩЕСТВО

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.j17s-ee77
EDN: PFWSPE
УДК 316.74:78

Анна Алексеевна Черкашина
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева
Самара, Россия

ЗНАЧЕНИЕ АЛЬТЕРНАТИВНОГО РУССКОГО РЭПА ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В статье рассматриваются особенности альтернативного русского рэпа, его отличия от мейнстримного рэпа, а также специфика нарративов, эстетики и способов самовыражения исполнителей. На примере таких артистов и объединений, как Kunteynir, 2H Company, «Кровосток», «Макулатура», «Ежемесячные», Boulevard Depo и другие, анализируется формирование альтернативной рэп-сцены в России и ее связь с андеграундной культурой, постиронией и экспериментальными музыкальными практиками. Теоретической основой исследования послужили концепции Е. Л. Омельченко, А. Е. Бойченко, Н. Н. Равочкина и других. Эмпирическая часть работы основана на свободных интервью с шестью слушателями альтернативного русского рэпа в возрасте от 18 до 35 лет. В результате исследования выявлено, что альтернативный рэп выполняет для молодежи не только развлекательную, но и интерпретационную, идентификационную и эмоционально-терапевтическую функции, а также становится механизмом формирования культурной близости и символического сообщества.

Ключевые слова: молодежь, музыкальные практики, альтернативный русский рэп, смыслы, культурные сцены

Ссылка для цитирования: Черкашина А. А. Значение альтернативного русского рэпа для современной молодежи // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 86–103. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.j17s-ee77; EDN: PFWSPE

Введение

Молодежь является социальной группой, в которой активно формируются новые культурные практики, идентичности и формы солидарности. Для молодежи музыка является не только способом проведения досуга, но и важным инструментом осмысления социальной реальности, выражения личного опыта и выстраивания символических границ «своих» и «чужих». В этом контексте рэп занимает особое место в современной молодежной культуре, становясь не только популярным музыкальным жанром, но и способом формирования идентичности и молодежных солидарностей [1, 2].

Сам рэп принадлежит культуре хип-хопа и является одной из главных составляющих этой культуры [3]. С зарождения классического уличного рэпа в 2000-х прошла четверть века, и с течением времени рэп-культура стала очень разнообразна, в том числе и в России. Современная рэп-сцена характеризуется высоким уровнем жанровой диверсификации, включая трэп, гангста-рэп, альтернативный хип-хоп, поп-рэп, рэп-рок, лоу-фай хип-хоп и хардкор-хип-хоп. Такое многообразие поджанров отражает и порождает дифференциацию аудитории, формируя специфические группы слушателей с различными предпочтениями и потребностями.

С эволюцией жанра изменяется и нарратив, присущий рэп-музыке, которая изначально являлась формой музыкального протеста. В отличие от поп-музыки, ориентированной на мелодичность, танцевальность и легко запоминающиеся припевы, рэп традиционно делает акцент на смысловую составляющую текстов. Альтернативный хип-хоп, возникший в 2010-х гг. (среди ранних примеров можно выделить творчество такой группы, как Kunteynir), отличается более сложными, поэтическими и зачастую метафорическими нарративами. Этот поджанр, несмотря на свою экспериментальность и потенциально более низкую доступность смыслов по сравнению с «уличным» рэпом, сумел сформировать устойчивую аудиторию и демонстрирует высокую степень распространения.

Однако, несмотря на значимость альтернативного хип-хопа для молодежной аудитории, социологических исследований, посвященных глубокому качественному анализу этого феномена, недостаточно [4]. Существующие исследования зачастую фокусируются на лингвистических аспектах или контент-анализе текстов мейнстримных исполнителей первой половины 2010-х (например, Басты, Гуфа) и феномена рэп-баттлов (на примере Славы КПСС), которые уже не вполне отражают специфику современного альтернативного рэпа и его нарративов [2].

Цель данной работы — обратить внимание на значения альтернативного русского рэпа для современной молодежи.

Задачи данной статьи: 1) рассмотреть, что из себя представляет альтернативный русский рэп; 2) обозначить теоретические основания исследования альтернативного русского рэпа; 3) провести эмпирический анализ значений альтернативного русского рэпа для современной молодежи.

Что такое альтернативный русский рэп?

Альтернативный русский рэп сложно определить через четкие жанровые рамки, скорее это совокупность независимых сцен, локальных сообществ и исполнителей, противопоставлявших себя как массовому русскому рэпу, так и его коммерческим стандартам. Для этой среды характерны намеренный уход от радиоформата, эксперименты со звучанием, литературоцентричность текстов, маргинальная эстетика и постоянный поиск новых способов высказывания.

Одними из ранних представителей такого подхода можно считать группу «Рабы Лампы», которая еще в конце 1990-х противопоставляла себя доминировавшему тогда подражанию американскому гангста-рэпу. Позже это направление продолжили проекты, работавшие на стыке рэпа, авангардной электроники и spoken word. Особенно важным для формирования альтернативного русского хип-хопа стал петербургский коллектив 2H Company. Их музыку описывали как «киберпанк-версию хип-хопа», «альтернативный хип-хоп местной выделки» и «умопомрачительный рэп не для всех». В творчестве группы рэп соединялся с IDM, экспериментальной электроникой и абсурдистской литературной традицией. Михаил Феничев, участник группы 2H Company, неоднократно подчеркивал, что проект изначально задумывался как особая форма хип-хопа, существующая вне привычных жанровых определений: *«Изначально, как видно из названия, мы думали о том, что делаем, как о разновидности хип-хопа. Но в процессе работы очень быстро поняли такую вещь: тексты Миши Феничева очень необычны, и его манера исполнения — тоже. Все это выпадает из того, что принято называть рэпом, а значит, и музыка должна максимально выпадать из того, что принято в рэпе или хип-хопе. Поэтому хип-хоп и рэп — это не то, что мы развиваем или продолжаем, но то, от чего мы отталкиваемся как от противного. Ведь чтобы сделать шаг, нужно место, от которого ногой можно оттолкнуться»*[1].

[1] 2H Company стали № 1 на zvuki.ru // Музыкальная газета: [сайт]. — URL: https://nestor.minsk.by/mg/news/2005/12/3006.html (дата обращения: 23.05.2026).

В середине 2000-х альтернативный русский рэп окончательно оформился как самостоятельная культурная среда. В этом важную роль сыграла группа «Кровосток», участники которой перенесли в рэп эстетику постмодернистской литературы, криминального гротеска и художественной деконструкции. Несмотря на внешнюю форму гангста-рэпа, проект воспринимался многими скорее как арт-группа, чем как традиционный хип-хоп-коллектив. Михаил Феничев, участник группы 2H Company, называл «Кровосток» «большим прорывом для русского рэпа»[2]. Их монотонная читка, гипертрофированное насилие и намеренно бытовой язык сильно повлияли на андеграундную сцену 2010-х.

Параллельно развивалась линия максимально маргинального и антииндустриального рэпа. К ней можно отнести группу Kunteynir и, в частности, ее участника, Пашу Техника, чье творчество строилось вокруг эстетики хаоса, «угара и сознательной деградации формы». Их музыка долгое время существовала практически вне музыкальных медиа, распространяясь через форумы, пиратские архивы и локальные интернет-сообщества. При этом именно подобные проекты сформировали отдельный язык русского интернет-андеграунда. Что отличало группу Kunteynir от привычных всем рэп-групп, так это образ лидера группы Паши Техника, который на всех выступлениях был в маске обезьяны. Выбор такого образа был нетипичным для привычного понимания того, как должен выглядеть рэпер, и уже в этом видно отклонение от мейнстримного рэпа. Абсурдный образ и абстрактные тексты с маргинальной наклонностью впоследствии стали «визитной карточкой» группы.

Особое направление альтернативного рэпа связано с литературностью и экзистенциальной тематикой. Здесь особенно выделяются «Макулатура» и проект «Ночные грузчики». Сами участники группы «Макулатура» определяли собственный стиль как «социально-бытийный реп». В их текстах бытовая депрессия, провинциальность, отчуждение и внутренняя пустота становятся центральными темами, а рэп все больше приближается к форме современной поэзии или прозаического монолога. Во многом именно эта линия оказала влияние на таких исполнителей, как Овсянкин, «Саша Скул» и «Вышел покурить».

Кирилл Овсянкин — еще один яркий представитель альтернативного русского рэпа, и так же, как и Паша Техник, выстроил образ, используя маску. Его стиль — рэп с текстами, в которых присутствует «чернуха»:

[2] *Постернак В*. Billboard RE #01 Hip-Hop // Billboard: [сайт]. — URL: https://web.archive.org/web/20160324105029/https://issuu.com/pashakoshlyak/docs/billboard_re_no.01_hip-hop (дата обращения: 23.05.2026).

скатология, нецензурные слова с противопоставлением себя популярной культуре и отказом от классического стиля.

К концу 2010-х альтернативный рэп окончательно перестал быть исключительно маргинальным явлением. Многие исполнители андеграундной сцены получили широкую известность, однако сохранили дистанцию по отношению к «индустрии». Так, Слава КПСС, участник музыкального объединения «Антихайп», главной идеологией которого является постирония и, как следует из названия объединения, противопоставление «хайпу», то есть популярности, мейнстриму, вместе с тем стал медийной фигурой и сохранил участие в экспериментальных проектах вроде «Ежемесячные». Аналогичным образом артисты новой волны Boulevard Depo и i61, а также группа «Золотые зубы», перенеся в относительно массовое поле эстетику клауд-рэпа, интернет-культуры и DIY-подхода, сохранили связь с андеграундной традицией.

Таким образом, альтернативный русский рэп представляет собой не единый жанр, а пространство постоянного эксперимента. Его объединяет не конкретное звучание, а отказ от жанровых и индустриальных норм, стремление к самостоятельному художественному языку и попытка использовать рэп как форму личного или социального, или просто литературного высказывания.

Теоретические основания

В российском научном поле исследование молодежных культур занимает значимое место. Большой вклад внесла Е. Л. Омельченко, изучавшая молодежные сообщества, культурные сцены и культурные практики [5]. Омельченко уделяет значительное внимание культурным практикам молодежи, анализируя их через призму концепции «культурных сцен», а не только классических субкультур. Она исследует, как молодежь использует культурные формы (музыка, стиль, интернет-общение) для самовыражения, создания солидарностей и взаимодействия с обществом.

Исследования самого рэпа присутствуют в работах таких ученых, как А. Е. Бойченко [6]. Показано, что корпусный анализ текстов русскоязычного рэпа выявляет кластеры, связанные с идентичностью, социальной критикой, любовной и экзистенциальной тематикой. Подобные результаты свидетельствуют о том, что рэп не ограничивается лишь протестной риторикой, но выполняет функцию культурного кода, позволяющего молодым людям интерпретировать собственный опыт.

Н. Н. Равочкин в своих работах акцентирует внимание на том, что рэп играет значимую роль в формировании жизненных миров

студенческой молодежи [2]. Он показывает, что эта музыка становится для молодых людей средством осмысления социальной реальности и выработки собственных стратегий жизни.

Культурологический и семиотический аспекты репрезентации смыслов в музыке рассмотрены в статье Н. С. Мудрян [7]. Автор подчеркивает, что музыка является носителем смыслов, конструируемых и присваиваемых слушателями в процессе восприятия. Аналогичные идеи можно найти у Е. А. Гришиной, которая трактует русский рэп как саморефлексию поколения, отмечая, что именно в текстах и эстетике этого жанра молодые люди находят инструменты для самопонимания и артикуляции личного опыта [1].

Однако в существующих исследованиях наблюдается большой пробел: внимание уделяется в основном мейнстримному рэпу, тогда как альтернативные направления, такие как абстрактный, экспериментальный, андеграундный рэп, остаются практически неизученными.

Эмпирический анализ значений альтернативного русского рэпа для современной молодежи

Данное исследование выполнено в рамках качественной методологической стратегии на основе полуструктурированных интервью, позволяющих выявить субъективные смыслы и интерпретации, которые молодые люди вкладывают в музыкальные практики прослушивания альтернативного русского рэпа [8].

Отбор респондентов носил целевой характер — это молодежь в возрасте от 18 до 35 лет. Интервью планировалось взять у 30 молодых людей (15 женщин и 15 мужчин), но осуществить этот замысел удалось лишь частично как пилотный проект. Отбор информантов осуществлялся из числа слушателей альтернативного русского рэпа, готовых к подробному обсуждению своего музыкального опыта.

Были отобраны конкретные исполнители, группы и музыкальные проекты в жанре альтернативного русского рэпа, и, чтобы упростить поиск информантов, потенциальному информанту прежде всего предоставлялся список отобранных исполнителей. Отбор рэперов осуществлялся на основе исследования популярного российского музыкального журналиста Николая Редькина[1]. Был осуществлен поиск подходящей информации на сайтах RAP.RU и The Flow, так как это одни из самых

[1] *Редькин Н. Н.* Абстрактный рэп был непонятным, но жутко интересным // YouTube. 04.06.2025. — URL: https://youtu.be/y9e-q-NhlcI?si=LkPRf-NubJ7_arNt (дата обращения: 26.11.2025).

крупных и влиятельных ресурсов о русском рэпе в России, однако более обширных статей не нашлось.

1. «Рабы Лампы»
2. Kunteynir
3. Паша Техник
4. Ларик Сурапов
5. 2H Company
6. «Кровосток»
7. «Ленина Пакет»
8. Бабангида
9. Мутант Ъхвлам
10. «ТВЖ»
11. «Птицу ЕМЪ»
12. «Макулатура»
13. «Ночные грузчики»
14. «Эхопрокуренныхподъездов»
15. «Ежемесячные»
16. Слава КПСС
17. Овсянкин
18. Саша Скул
19. Вышел покурить
20. Boulevard Depo
21. i61
22. «Золотые зубы»

Чтобы попасть в число респондентов, информанты должны были слушать хотя бы половину исполнителей из данного списка.

Несмотря на противопоставление мейнстримности, многие рэперы стали очень популярны и запечатлели так называемый «голос поколения». Например, Слава КПСС, известный рэп-баттлами, ныне получил большую популярность, множество упоминаний в журналах, в том числе в репортаже на Первом канале[1]. Также одним из событий, принесших исполнителю популярность посредством ТВ-показов, стало участие в вокальном шоу «Успех» в качестве члена жюри. Несмотря на возникшую широкую популярность, Вячеслав и его проекты остались

[1] Рэп-баттл Oxxxymiron vs Гнойный стал одним из самых обсуждаемых событий августа // 1tv.ru. — 2017. — URL: https://www.1tv.ru/news/2017-09-03/331922-rep_battl_oxxxymiron_vs_gnoynyy_stal_odnim_iz_samyh_obsuzhdaemyh_sobytiy_avgusta (дата обращения: 15.12.2025).

важной частью альтернативного жанра в России. Его малопопулярный проект «Ежемесячные» до сих пор выпускает музыкальные альбомы в этом жанре, сам Вячеслав постоянно находится в поиске новых форм для своих высказываний посредством рэпа. В представляемом исследовании исполнители не подразделялись по тематическим направлениям, так как альтернативность жанра способствует объединению множества смыслов.

Для нашего пилотного исследования были взяты интервью у шести информантов в возрасте от 18 до 35 лет, которые слушают альтернативный русский рэп. Полученные результаты следует рассматривать как предварительные выводы для выявления ключевых значений, связанных с прослушиванием альтернативного русского рэпа.

В представлениях информантов альтернативный рэп четко противопоставляется массовому и коммерческому рэпу. Последний описывается как музыка, ориентированная на широкую аудиторию, и понятные, «прямолинейные» смыслы, в то время как альтернативный рэп воспринимается как более сложное и нишевое направление, как «то, что не покрутят по радио» (ж., 22). *«Альтернативный рэп — музыка подполья»* (м., 27).

Один из информантов характеризует его как *«метафорически постироническое творчество, которое не всегда закручено вокруг какого-то сюжета, порой это просто набор слов, который, чтобы понять, нужно быть приверженцем какой-либо субкультуры»* (м., 19). Смысловое отличие альтернативного рэпа также связывается с иной повесткой. По словам одного из информантов, в нем отсутствует привычная для мейнстрима ориентация: *«нет повестки, касающейся денег, телок, шмоток, бабок, она там есть, но преподносится в другом ключе»* (м., 22).

Информанты также подчеркивают, что альтернативный рэп отличается многослойностью смыслов. По словам одной из информанток, *«это всегда смысл, который надо там найти»* (ж., 23), а восприятие треков может меняться в зависимости от слушателя и ситуации: *«если я послушаю — один смысл, потом ты послушаешь — другой смысл»* (ж., 22). Важной характеристикой жанра становится вариативность интерпретаций и возможность неоднозначного прочтения текстов. В этом прослеживается очевидное сходство с феноменами постиронии и метаиронии, специфика которых также всецело опирается на восприятие и контекстуальную оптику слушателя (потребителя контента).

Альтернативность жанра связывается и с особой эстетикой подачи. Информанты отмечают смешение маргинальных и возвышенных

образов, использование иронии и постиронии, переосмысление уже существующих музыкальных форм и текстов. Один из информантов описывает жанр как *«грань музыки, когда хип-хоп смешивается с жанрами техно или чем-то еще»* (ж., 19), а другая информантка подчеркивает, что альтернативный рэп отличает *«синтез звучания со смыслом»* (ж., 23) и считает, что эстетика *«как раз в аранжировках, в смысле, в ритме»* (ж., 23). Маргинальную эстетику один из информантов описывает как *«Drug city life — в трех словах эстетика альтернативного рэпа — наркоманская городская жизнь»* (м., 19), что нам кажется довольно яркой характеристикой того, как можно описать одну из граней альтернативного поджанра рэпа.

Информанты определяют альтернативный русский рэп не только как музыкальный поджанр, но и как особую культурную и смысловую форму, предполагающую сложную интерпретацию, ироничную подачу и дистанцирование от коммерческого формата.

Интервью показали, что знакомство с жанром чаще всего происходило в подростковом возрасте через друзей или близкое окружение. Один из информантов отмечает: *«впервые я услышал это лет в десять, сосед включил пару треков»* (м., 22), другая информантка вспоминает, что познакомилась с жанром *«…классе в восьмом, наверное, просто подруга показала»* (ж., 19). При этом первоначальный интерес постепенно перерастал в более глубокую эмоциональную и смысловую вовлеченность.

Одним из ключевых мотивов прослушивания становится ощущение уникальности и отличия от массовой музыкальной культуры. Информанты подчеркивают, что в момент знакомства с альтернативным рэпом *«никто это тогда не слушал»* и возникало чувство собственной *«аутентичности»* (м., 27). Альтернативный рэп воспринимался как нечто отличное от популярной музыки и формировал ощущение принадлежности к более узкому культурному кругу.

Существенную роль играет и смысловая составляющая жанра. Информанты отмечают сложность текстов, наличие отсылок, многослойных смыслов и нестандартной рифмовки. По словам одной из информанток, *«в текстах очень нравятся отсылки»* и *«не нравятся слишком простые рифмы»* (ж., 22). Для части слушателей важным становится сам процесс интерпретации: возможность «разбирать» тексты, искать скрытые смыслы и находить новые интерпретации с течением времени.

«Эта музыка, как хорошее вино, — с годами только хорошеет. С изменением своей парадигмы мира ты можешь посмотреть на нее под другим углом» (м., 19).

Если изначально внимание привлекали звучание и подача, то позже более значимыми становятся ирония, постирония и эмоциональная неоднозначность текстов. Одна из информанток подчеркивает, что альтернативный рэп позволяет говорить о сложных переживаниях в шутливой форме, не проговаривая их напрямую: *«Это вещи, о которых ты даже не можешь серьезно говорить… ты рассказываешь и смеешься, чтобы скрыть переживание»* (ж., 19).

Альтернативный рэп также описывается как способ эмоциональной разгрузки и проживания внутренних состояний. Информанты связывают его с ощущением расслабления, ностальгии и эмоционального комфорта. По словам одной из информанток, жанр помогает ей *«выговориться немножко в другом ключе, не травмировав себя»* (ж., 23).

Для части информантов важной оказывается и возможность обнаружить в текстах отражение собственного опыта и внутреннего состояния. Один из участников исследования отмечает, *что «…находил отголоски текстов в себе»* (м., 19), а другой информант говорит об *«ощущении прожитого опыта»* (м., 22) и эмоциональной близости даже к тем сюжетам, которые не совпадают с его биографией напрямую.

Привлекательность альтернативного русского рэпа для информантов связана не только со звучанием, но и с возможностью интерпретации текстов, переживания эмоционального опыта, ощущения культурной исключительности и поиска отражения собственных состояний в музыке.

Собранные интервью показали, что информанты действительно связывают данный музыкальный жанр с переживанием ментальной близости и ощущением «своих», однако чаще описывают это не как формализованное сообщество, а как более неявную культурную общность.

По словам информантов, слушатели альтернативного рэпа — это *«люди, которые плюс-минус на одной волне находятся, им всегда есть что обсудить вне зависимости от того, знакомы они или нет»* (ж., 22). Музыкальный вкус становится своеобразным маркером потенциальной близости: *«я понимаю, что это люди, с которыми я найду общий язык»* (ж., 19).

Некоторые информанты связывают принадлежность к жанру с определенным мировоззрением и образом мышления. Один из участников исследования описывает слушателей альтернативного рэпа как людей, *«…противопоставляющих себя общепринятым правилам»* (м., 22), другая информантка говорит о них: *«Мне кажется, что люди, которые такой рэп слушают, воспринимают, это люди более глубокие, более интеллектуальные»* (ж., 23). При этом подчеркивается не внешний стиль или субкультурная атрибутика, а особенности коммуникации, ироничность и схожее восприятие мира.

Вместе с тем информанты отмечают, что у слушателей альтернативного рэпа отсутствует четко оформленное сообщество или единая фанатская культура. По словам одной из информанток, *«здесь как будто не существует единого сообщества»* и *«здесь не появляется ярлыков, нет четкого представления образа слушателя альтернативного рэпа»* (ж., 22). Принадлежность к жанру чаще переживается как нечто «ментальное» и интуитивно считываемое в процессе общения.

«В чем, кстати, плюс альтернативного рэпа, это сообщество как-то чувствуется извне, все это ощущается как-то ментально, то есть тебе не обязательно говорить, что ты слушаешь альтернативный рэп» (м., 27).

Ощущение разделения на «своих» и «чужих» в музыкальном плане выражено достаточно ярко. Информанты рассказывают, что через общие музыкальные предпочтения проще устанавливаются новые социальные связи, возникает обмен музыкой, обсуждение релизов и совместное переживание определенных смыслов. Один из информантов отмечает, что музыкальный вкус помог ему познакомиться с новыми людьми и почувствовать *«что-то, что связывает нас»* (м., 19).

По данным интервью, альтернативный русский рэп скорее не формирует явного сообщества слушателей, а выступает механизмом формирования символической и ментальной близости между слушателями. Музыкальный вкус становится способом распознавания, основанием для коммуникации и частью культурного самоопределения информантов.

Информанты чаще всего выделяют темы маргинальности, внутреннего кризиса, городской повседневности, переживания жизненных трудностей и отчужденности. При этом слушатели подчеркивают, что важны не столько конкретные темы, сколько способ их подачи. Один из информантов описывает содержание альтернативного рэпа следующим образом: *«Drug city life, насилие, маргинальный образ жизни, повествование о разных кругах маргинальности»* (м., 19). Другой информант говорит о темах: *«Broke day, бедность, борьба за выживание, сравнение образа жизни с крысиными бегами»* (м., 22).

При этом для части информантов подобные сюжеты оказываются значимыми не в буквальном смысле, а как эмоционально и символически близкие состояния. Одна из информанток отмечает: *«Условно в треке поется “ночевали под мостом”, у меня такого не было, но мне настолько это близко, я вспоминаю свои события»* (ж., 22).

Многие информанты подчеркивают, что ключевой особенностью жанра становится ироничная и непрямая форма высказывания. По словам одной из участниц исследования: *«В альтернативном рэпе все*

переживания описываются через гиперболу, метафору, метонимию… человек этим пытается максимально замаскировать» (ж., 19). Она же сравнивает подобный способ высказывания с *«камуфляжем, который дает ощущение безопасности»* (ж., 19).

Для информантов важной оказывается возможность говорить о тяжелых переживаниях через иронию и абсурд. Информант также подчеркивает роль иронии и метаиронии: *«Складывается некая пирамида значений — от примитивных до более глубоких, но все окутывается метафорами, иронией и метаиронией»* (м., 19).

Некоторые информанты связывают альтернативный рэп с особым типом эмоциональности. Так, одна из участниц исследования выделяет *«объединения меланхоличного ряда»*, которые помогают ей отражать собственные переживания и находить *«большие горизонты для становления ментальности»* (ж., 23).

Особое значение информанты придают фигуре самого исполнителя и его способу подачи материала. Одна из участниц исследования отмечает: *«Они проецируют себя через эту музыку, доносят свое видение мира, свои фантазии, кто-то — даже свою реальность»* (ж., 19).

В этом контексте альтернативный рэп воспринимается не просто как музыкальный жанр, а как особая форма культурного высказывания. Один из информантов прямо называет его *«своего рода новой литературой»* (м., 27). При этом информанты неоднократно подчеркивают многослойность жанра и возможность различных интерпретаций.

Таким образом, значимыми для информантов оказываются не только темы маргинальности, переживаний или внутреннего кризиса, но и сама форма репрезентации этих состояний: через иронию, метафоры, абсурд и интерпретационную неоднозначность.

Анализ интервью также показал, что музыка действительно влияет на социальные практики слушателей, однако чаще это проявляется не через ярко выраженную субкультурную атрибутику, а через более «неявные» формы взаимодействия и самоощущения.

Большинство информантов посещают концерты и тематические мероприятия, связанные с альтернативным рэпом. При этом важным для них оказывается не столько сам факт присутствия на концерте, сколько атмосфера и ощущение вовлеченности аудитории. Одна из информанток отмечает: *«Для меня важно, чтобы люди были в курсе, то есть они не пришли просто так, потому что какой-то трек завирусился»* (ж., 22).

Другой значимой чертой подобных мероприятий информанты называют отсутствие дистанции между артистом и слушателем. По словам информантки: *«Себя артист спокойно ставит вровень с народом…*

мне кажется никогда не будет такого: пришла звезда, ушла звезда» (ж., 23). Концерты воспринимаются не как строго организованное шоу, а скорее как пространство более горизонтального и «своего» взаимодействия.

При этом сами информанты нередко подчеркивают, что музыка на подобных мероприятиях не единственное и не главное, что их объединяет. Один из участников исследования говорит: *«Хожу на тусовки, концерты, круто, да, нахожу общие темы, но музыка тут не главное»* (м., 27).

Музыка в данном случае становится своеобразной отправной точкой для коммуникации. Информанты рассказывают, что обсуждение релизов, треков и исполнителей помогает поддерживать общение и находить новых знакомых:

«Наше общение вполне могло начаться с этого» (ж., 22);

«Мне важна ментальная близость, музыка помогает сблизиться с кем-то новым» (ж., 23).

Для части информантов музыкальный вкус становится важным социальным маркером. Один из участников исследования приводит показательный пример знакомства*: «Я был в баре и заказал песню Kunteynir, среди толпы увидел только одного парня, знающего эту группу, после этого мы еще долго общались»* (м., 27). В этом случае знание определенных исполнителей выступает способом распознавания «своих» и основанием для установления контакта.

Интересно, что при высокой значимости жанра для информантов внешняя демонстрация принадлежности к нему выражена слабо. Большинство участников исследования отмечают отсутствие специфического стиля или атрибутики. Один из информантов говорит: *«Я ношу широкие штаны, но это скорее общий рэп-стиль одежды»* (м., 19), а другая информантка кратко отвечает на вопрос о внешнем выражении приверженности: *«Нет»* (ж., 19).

Слушатели альтернативного рэпа скорее дистанцируются от демонстративной репрезентации своей принадлежности. Более того, некоторые информанты относятся к демонстративности критически. Так, одна из участниц исследования называет постоянные фото и видео с концертов «позерством» и подчеркивает, что *«любовь к исполнителю не должна подтверждаться в соцсетях»* (ж., 22).

При этом влияние жанра все же прослеживается на уровне повседневного поведения и способов интерпретации реальности. Некоторые информанты отмечают, что со временем стали чаще использовать иронию и иначе относиться к жизненным ситуациям. Одна из информанток

описывает это следующим образом: *«Я стала многие вещи осмыслять через абсурд»* (ж., 23). Она же отмечает: *«Я даже себя стала также преподносить — свою червоточину через юмор, не серьезно, с иронией»* (ж., 23).

Приверженность альтернативному русскому рэпу проявляется прежде всего не во внешней атрибутике, а в символических и коммуникативных практиках: способах общения, восприятии «своих», ироничной манере интерпретации переживаний и культурной близости с другими слушателями жанра.

Выводы

Проведенное пилотное исследование позволяет выделить несколько ключевых значений, которые альтернативный русский рэп приобретает для современной молодежи.

Смысловое и интерпретационное значение. Альтернативный рэп воспринимается слушателями прежде всего как особая форма культурного высказывания, требующая активной интерпретационной работы. В отличие от мейнстримного рэпа, ориентированного на понятные и прямолинейные смыслы, альтернативный жанр предполагает многослойность, метафоричность и постиронию. Слушатели не просто потребляют музыку — они «разбирают» тексты, ищут скрытые смыслы, а одни и те же треки могут приобретать разные значения в зависимости от жизненного опыта и момента прослушивания. В этом отношении информанты сопоставляют жанр с литературой, называя его *«своего рода новой литературой»* (м., 27).

Слушатель выступает как соавтор; информанты описывают жанр как принципиально незакрытый текст, требующий достраивания. Это ближе к современной поэзии или концептуальному искусству, чем к музыке в обычном смысле. В отличие от массовых жанров, где слушатель выступает потребителем готового смысла, здесь он оказывается вовлечен в процесс интерпретации и смыслопроизводства.

Эмоционально-терапевтическое значение. Для многих слушателей альтернативный рэп становится способом эмоционального проживания и осмысления собственных переживаний. Ирония, абсурд и гипербола становятся своеобразным «камуфляжем», который позволяет говорить о тяжелых состояниях: одиночестве, кризисе, отчуждении, не называя их напрямую. Жанр дает возможность «выговориться, не травмировав себя», прожить сложный опыт через дистанцию юмора и постиронии. Это особое значение особенно актуально для молодежной аудитории,

которой нередко сложно артикулировать внутренние переживания в прямой форме.

Идентификационное значение. Приобщение к альтернативному рэпу формирует у слушателей устойчивое ощущение культурной идентичности. Музыкальный вкус становится маркером «своих»: людей, с которыми «есть о чем говорить» и которые «воспринимают мир схожим образом». При этом принадлежность к жанру переживается не через внешнюю субкультурную атрибутику, а как нечто ментальное и интуитивно считываемое. Это отличает слушателей альтернативного рэпа от традиционных субкультурных групп с четким визуальным кодом.

Социально-коммуникативное значение. Несмотря на отсутствие оформленного фан-сообщества, альтернативный рэп выступает важным основанием для социальных связей. Общие музыкальные предпочтения запускают коммуникацию, облегчают знакомства и создают ощущение горизонтальной близости, в том числе между артистом и слушателем на концертах. Знание конкретных исполнителей функционирует как своеобразный «пароль» для распознавания своих в случайном окружении.

Отсутствие сообщества как черта жанра. У металлистов есть атрибутика, у хипстеров существует определенная эстетика, у классических рэперов есть определенный стиль. Здесь же информанты прямо говорят: *«нет четкого образа слушателя»* (ж., 22), *«не существует единого сообщества»* (ж., 22). Принадлежность скорее ментальная, а не визуальная, и это специфическая черта альтернативного русского рэпа.

Мировоззренческое значение. Со временем жанр начинает влиять не только на музыкальные предпочтения, но и на способ восприятия реальности. Информанты отмечают, что под влиянием альтернативного рэпа стали чаще воспринимать жизненные ситуации через абсурд и иронию, а также иначе преподносить собственные переживания. Таким образом, жанр формирует особую оптику, через которую слушатели интерпретируют и себя, и окружающий мир.

Проведенный анализ показывает, что альтернативный русский рэп сложно свести только к музыкальному жанру. Для слушателей он одновременно становится пространством интерпретации и смыслопорождения, инструментом эмоциональной саморегуляции, основанием для идентичности и социальных связей, а также особой мировоззренческой рамкой. Эти значения не существуют изолированно друг от друга, а проявляются одновременно в повседневных практиках прослушивания и коммуникации современной молодежи. Полученные результаты открывают перспективу для дальнейших исследований, направленных на более глубокий анализ

феномена «невидимых» молодежных сообществ без выраженной внешней атрибутики, а также на изучение постиронии и абсурда как специфических копинг-стратегий современного молодого поколения.

Источники

1. *Гришина Е. А*. Русский рэп как саморефлексия поколения // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. — 2019. — № 3. — С. 86–96. — DOI: 10.28995/2073-6401-2019-3-86-96.

2. *Равочкин Н. Н*. Влияние рэп-музыки на формирование ценностей российской молодежи в 2000–2010-е гг. (по материалам социологических исследований) // ВЭПС. — 2024. — № 3. — С. 223–227. — DOI: 10.24412/1998-5533-2024-3-223-227.

3. *Луков В. А*. Хип-хоп культура // Знание. Понимание. Умение. — 2005. — № 1. — С. 147–151.

4. *Завалишин А. Ю., Костюрина Н. Ю*. Русская рэп-культура: специфика научного анализа // Журнал интегративных исследований культуры. — 2020. — Т. 2, № 1. — С. 60–68. — DOI: 10.33910/2687-1262-2020-2-1-60-68.

5. Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности: монография / Сост. и науч. ред. Е. Л. Омельченко. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 502 с.

6. *Бойченко А. Е., Жучкова С. В*. Что скрывает русский рэп? Тематическое моделирование текстов русскоязычной hip-hop-сцены // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2020. — Т. 23, № 2. — С. 130–165.

7. *Мудрян Н. С*. К вопросу конституирования смыслов музыкальной культуры: структурно-функциональный и семиотический подходы // Культурная жизнь Юга России. — 2024. — № 2 (93). — С. 145–154. — DOI: 10.24412/2070-075X-2024-2-145-154.

8. *Семенова В. В*. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. — М.: Добросвет, 1998. — 292 с.

Сведения об авторе

Черкашина Анна Алексеевна, магистрант программы «Прикладная социология и социальная психология», Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия.
anyacher6@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 14.06.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 04.07.2026;
принята к публикации: 08.07.2026.

Anna A. Cherkashina

Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation

THE IMPORTANCE OF ALTERNATIVE RUSSIAN RAP FOR MODERN YOUTH

Abstract: This article explores alternative Russian rap in contemporary youth culture. It examines the genre's characteristics, its differences from mainstream rap, and the specific narratives, aesthetics, and modes of self-expression of its performers. Using examples from artists and groups such as Kunteynir, 2H Company, Krovostok, Makulatura, Yezhemesyachenie, Boulevard Depo, and others, it analyzes the formation of the alternative rap scene in Russia and its connection to underground culture, post-irony, and experimental musical practices. The theoretical basis of the study is the concepts of E. L. Omelchenko, A. E. Boychenko, N. N. Ravochkin, and others. The empirical portion of the study is based on six open-ended interviews with listeners of alternative Russian rap aged 18 to 35. The study revealed that alternative rap serves not only entertainment but also interpretative, identifying, and emotionally therapeutic functions for young people, and also becomes a mechanism for forming cultural intimacy and a symbolic community.

Keywords: youth, musical practices, alternative Russian rap, meanings, cultural scenes

For citation: Cherkashina A. A. The Importance of Alternative Russian Rap for Modern Youth. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 86–103. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.j17s-ee77; EDN: PFWSPE

References

1. Grishina E. A. Russkii rep kak samorefleksiya pokoleniya [Russian Rap as a Generation's Self-Reflection]. *Vestnik RGGU*. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedenie [RSUH Bulletin. Series: Philosophy. Sociology. Art Studies], 2019, no. 3, pp. 86–96. DOI: 10.28995/2073-6401-2019-3-86-96. (In Russ.)

2. Ravochkin N. N. Vliyanie rep-muzyki na formirovanie tsennostei rossiiskoi molodezhi v 2000–2010-e gg. (po materialam sotsiologicheskikh issledovanii) [The Influence of Rap Music on the Formation of Values of Russian Youth in the 2000s–2010s (Based on Sociological Research)]. *VEPS*, 2024, no. 3, pp. 223–227. DOI: 10.24412/1998-5533-2024-3-223-227. (In Russ.)

3. Lukov V. A. Khip-khop kul'tura [Hip-Hop Culture]. *Znanie. Ponimanie. Umenie* [Knowledge. Understanding. Skill], 2005, no. 1, pp. 147–151. (In Russ.)

4. Zavalishin A. Yu., Kostyurina N. Yu. Russkaya rep-kul'tura: spetsifika nauchnogo analiza [Russian Rap Culture: Specifics of Scientific Analysis]. *Zhurnal integrativnykh issledovanii kul'tury* [Journal of Integrative Cultural Studies], 2020, vol. 2, no. 1, pp. 60–68. DOI: 10.33910/2687-1262-2020-2-1-60-68. (In Russ.)

5. *Molodezh' v gorode: kul'tury, stseny i solidarnosti* [Youth in the City: Cultures, Scenes and Solidarities] / comp. and sci. ed. by E. L. Omelchenko. Moscow, Izdatel'skii dom Vysshei shkoly ekonomiki [HSE University Publishing House], 2020, 502 p. (In Russ.)

6. Boychenko A. E., Zhuchkova S. V. Chto skryvaet russkii rep? Tematicheskoe modelirovanie tekstov russkoyazychnoi hip-hop-stseny [What Is Hidden in Russian Rap? Topic Modeling of Russian-Language Hip-Hop Lyrics]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii* [Journal of Sociology and Social Anthropology], 2020, vol. 23, no. 2, pp. 130–165. (In Russ.)

7. Mudryan N. S. K voprosu konstituirovaniya smyslov muzykal'noi kul'tury: strukturno-funktsional'nyi i semioticheskii podkhody [On the Constitution of Meanings in Musical Culture: Structural-Functional and Semiotic Approaches]. *Kul'turnaya zhizn' Yuga Rossii* [Cultural Studies of Russian South], 2024, no. 2 (93), pp. 145–154. DOI: 10.24412/2070-075X-2024-2-145-154. (In Russ.)

8. Semenova V. V. *Kachestvennye metody: vvedenie v gumanisticheskuyu sotsiologiyu* [Qualitative Methods: An Introduction to Humanistic Sociology]. Moscow, Dobrosvet, 1998, 292 p. (In Russ.)

Information about the author

Cherkashina Anna A., master's student,
Applied Sociology and Social Psychology program,
Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
anyacher6@gmail.com

Received: 14.06.2026;
revised after review: 04.07.2026;
accepted for publication: 08.07.2026.

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.p5a5-7y78
EDN: SOIJKG
УДК 316.3

Ирина Алексеевна Землянская,
Анна Юрьевна Урванцева
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева
Самара, Россия

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ САМАРЫ МОЛОДОГО И СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА О ВРЕМЕНИ И ПУНКТУАЛЬНОСТИ

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические подходы к изучению социального времени, а также результаты авторского эмпирического исследования с использованием проективного метода неоконченных предложений. Основная цель исследования — выявить субъективные смыслы, определяющие представление о времени и пунктуальности у жителей Самары молодого и среднего возраста. Авторы приходят к выводу, что две возрастные группы (молодежь и представители среднего возраста) живут в разных ритмах времени: для старшего поколения время выступает нравственной категорией и основой для нормальных социальных отношений, а для младшего поколения время является личным ресурсом, который необходимо использовать с максимальной пользой для себя.

Ключевые слова: социальное время, пунктуальность, опоздание, метод неоконченных предложений, молодежь, средний возраст, социальные представления, межпоколенческие различия, жители Самары

Ссылка для цитирования: Землянская И. А., Урванцева А. Ю. Представление жителей Самары молодого и среднего возраста о времени и пунктуальности // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 104–118. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.p5a5-7y78; EDN: SOIJKG

Введение

Анализ современных социологических подходов к изучению социального времени позволяет сделать вывод о том, что время не является универсальным и врожденным конструктом, оно организует жизнедеятельность общества через систему норм, ожиданий и санкций. Как подчеркивает П. Штомпка, «время — это не субстанция, а ряд связей,

упорядочивающих последовательность и ритмичность социальных событий» [1, с. 82]. Он подчеркивает, что общество — это не система, а социальное поле, находящееся в непрерывном движении. Время в этом поле выступает не просто фоном, а активным измерением, которое структурирует взаимодействия, задает ритмы и формирует ожидания.

В российской социологии исследование социального времени долгое время ограничивалось анализом бюджетов времени населения [2, 3]. В этих работах раскрывается распределение времени по видам повседневной деятельности людей; они позволяют увидеть, на «что» люди тратят время, но «как» они воспринимают время, какие смыслы вкладывают в пунктуальность и опоздания, из бюджета времени не узнаешь. Эмпирические исследования поведенческих аспектов восприятия времени в российской социологии остаются недостаточно представлены, включая повседневные практики, такие как опоздание и ожидание.

Особый интерес представляет анализ того, как различные возрастные группы, прошедшие социализацию в разных исторических и технологических условиях, конструируют свое отношение ко времени. Российское общество переживает период изменений социальных норм. Вследствие этого важно и нужно изучать отношение к пунктуальности людей разного возраста, как формируется ценность времени в разных социальных взаимодействиях и каким образом социальные нормы проецируются на повседневные действия.

Цель исследования — выявить субъективные смыслы, определяющие представления о времени и пунктуальности у двух возрастных групп жителей г. Самары (18–30 лет и 45–57 лет), с применением метода неоконченных предложений.

Данные и методы

В рамках эмпирического исследования весной 2026 г. проведен опрос жителей г. Самары (N = 100). Была сформирована многоступенчатая выборка: на первом этапе отобраны три типичных для Самары района: Промышленный (периферийный), Ленинский (центральный) и Октябрьский (имеющий срединную локацию); на втором этапе осуществлен квотный отбор по полу и возрасту внутри двух возрастных групп: молодежи 18–30 лет и лиц среднего возраста 45–57 лет.

Основной метод сбора данных — метод неоконченных предложений (МНП), форма сбора данных — самозаполнение бланка (анкеты).

История становления проектного метода начинается с концепции «проекции З. Фрейда (1896 г.). Методологическим основанием всех проективных методик является феномен, описанный К. Юнгом (1875–1961), — способность косвенных воздействий провоцировать реакции, в которых проявляются неосознаваемые, но важные для индивида переживания и поведенческие паттерны. Позже Л. Френк систематизировал этот подход, предложив в 1939 г. сам термин «проективные методики» [4, с. 76]. Как отмечает В. А. Ядов (1929–2015), особенность проективных процедур в том, что стимулирующая ситуация приобретает смысл благодаря «субъективным наклонностям и влечениям испытуемого» [5, с. 178]. Первая советская систематическая разработка МНП для социологических исследований была осуществлена В. Б. Ольшанским (1928–2001) и его сотрудниками в период 1980–1983 гг. Ольшанский разработал методику на базе феноменологической социологии и концепции социальных ожиданий, введенной социологом У. Томасом (1863–1947), которая предполагает, что если люди определяют ситуацию как реальную, то она реальна по своим последствиям [6, с. 84]. Ключевым понятием в его подходе стало понятие «обоснование» как вербальной конструкции, используемой для оправдания поступков в рамках определенной социальной среды. Ольшанский характеризовал свою методику как способ «“потрогать” ту самую повседневность», его предложения были направлены на то, чтобы вызывать «спонтанные реакции, подобные рождающимся в каждодневных разговорах» [6, с. 84, 86].

Значительный вклад в разработку метода внесли Г. Г. Татарова и А. В. Бурлов, которые разработали стратегии применения метода исследования в качестве как дополнительного, так и магистрального инструмента [7]. Используемый ими метод относится к проективным методикам, особенность которых состоит в неопределенности стимула, что заставляет респондента не выбирать из готовых ответов, а самостоятельно привносить смысл, проецируя на стимул свой жизненный опыт и образ мышления [8, с. 49–50]. Предположение о проекции заключается в том, что любая эмоциональная реакция человека, его ощущения, переживания отражают его уникальность. Интерпретация стимулов, используемых в методе, зависит не столько от их прямого значения, сколько от личного смысла, который вкладывают в них испытуемые, опираясь на свои особенности. В отличие от стандартизированных опросников, где порядок и формат ответов четко определены, метод неоконченных предложений допускает открытые и неформализованные ответы. Нет подсказки, какой ответ признается верным или неверным,

что снимает напряжение с респондента, стимулируя его вести себя непринужденно. В связи с этим у индивида не возникает стремления к фальсификации ответов [8].

Ограничением методики является чрезвычайная трудоемкость обработки данных, многократное возвращение к первичным материалам, а также применение процедуры двойного кодирования [8, с. 50–51]. Масштабирование процедуры при массовом опросе многократно увеличивает нагрузку на исследователей.

Инструментарий представляемого эмпирического исследования включает десять стимульных предложений, представленных в двух блоках. Блок 1 «Смысл понятия “пунктуальность”» состоит из пяти предложений: «Когда говорят о пунктуальности, имеют в виду...», «Жить по часам — это...», «В системе ценностей нашего общества человек, никогда не опаздывающий, воспринимается как...», «Суть пунктуальности я понимаю как...», «Для меня пунктуальность — это не только про время, но и про...». Блок 2 «Влияние социального контекста на восприятие опоздания» включает следующие пять предложений: «Я считаю, что человек, который всегда опаздывает, скорее всего...», «В моей семье опоздание считалось...», «Когда кто-то опаздывает, это воспринимается как...», «Опаздывая, я рискую потерять...», «Когда ждут меня, а я опаздываю, я чувствую...».

Обработка данных выполнена методом аналитической индукции с многоступенчатым кодированием. Приходилось работать с большим массивом ответов, часто состоящих из длинных, развернутых фраз, которые сложно свести к простым количественным показателям. Каждый ответ требовал тщательного анализа и кодирования. В начале были выделены элементарные обоснования, которые затем объединялись в смысловые группы (рубрики), а последние — в более обобщенные категории. Важно было не только понимание значений текстовых единиц, но и умение «чувствовать смысловые нюансы, заложенные в ответах респондентов, а зачастую и общий тон, “настроение” всей анкеты» [9, с. 325].

Результаты и выводы

Смысловое содержание понятия «пунктуальность»

На основании полученных ответов в первом блоке было выделено шесть субъективных смыслов.

Таблица 1

Кодировочная таблица для блока 1.
Смысл понятия «пунктуальность»

Субъективные смыслы	Смысловые единицы	Типичные ответы респондентов	Частота встречаемости единицы, %	Частота встречаемости смысла, %
Отношение ко времени	Точность	«Точность», «Не опаздывать», «Приходить вовремя»	15,8	47,6
	Организованность	«Планирование», «Собранность», «Управление временем»	24,8	
	Укладываться в сроки	«Соблюдение сроков», «Укладываться в график», «Выполнение задач вовремя»	7,0	
Восприятие времени	Ощущение времени	«Зависеть от времени», «Чувствовать время»	1,4	4,6
	Время — ценность	«Не тратить время впустую», «Знающий цену времени»	3,2	
Долг пунктуального человека	Быть надежным	«Надежный», «Ответственность», «На кого можно положиться»	18,2	18,2
Отношение пунктуального человека к другим людям	Уважительное отношение	«Знак уважения», «Внимательность», «Тактичность»	7,0	16,6
	Признак культурного человека	«Воспитанность», «Порядочность», «Культура человека»	9,6	
Свойства пунктуального человека	Качества	«Собранный человек», «Строгий», «Требовательный»	9,0	11,6
	Образы	«Тревожный», «Помешанный на времени»	2,6	
Иные ответы			1,4	1,4
Итого			100,0	100,0

Первый субъективный смысл — «Отношение ко времени» (47,6%). Это наиболее распространенное понимание пунктуальности, которое набрало почти половину всех ответов респондентов. Его главная смысловая единица — «организованность» (24,8%), которая состоит из таких ответов, как «планирование», «собранность», «управление временем». Почти столь же значима единица «точность» (15,8%), включающая «не опаздывать», «приходить вовремя», «своевременность». Дополняет этот смысл единица «укладываться в сроки» (7%): «соблюдение сроков», «укладываться в график», «выполнение задач вовремя». Люди считают пунктуальность ценным качеством, позволяющим планировать свою жизнь, успевать делать все дела. Им важно не опаздывать, потому что иначе они теряют управление над своей жизнью, нарушается порядок и ритм жизни.

Второй субъективный смысл — «Долг пунктуального человека» (18,2%). Его единственная единица — «быть надежным» (18,2%): «надежный», «ответственность», «на кого можно положиться». Здесь пунктуальность раскрывается не через время, а через восприятие человека. Пунктуальный человек воспринимается как тот, кто не подведет, на кого можно положиться в совместных делах.

Третий субъективный смысл — «Отношение пунктуального человека к другим людям» (16,6%). Смысл образуют две единицы: «признак культурного человека» (9,6%): «воспитанность», «порядочность», «культура человека»; и «уважительное отношение» (7%): «знак уважения», «внимательность», «тактичность». Здесь пунктуальность понимается как нравственная категория, то есть пунктуальный человек — это прежде всего культурный и воспитанный человек, который ценит чужое время.

Четвертый субъективный смысл — «Восприятие времени» (4,6%). Он состоит из «время — ценность» (3,2%): «не тратить время впустую», «знающий цену времени»; и «ощущение времени» (1,4%): «зависеть от времени», «чувствовать время». Время понимают как ценность, которую нельзя тратить зря.

Пятый субъективный смысл — «Свойства пунктуального человека» (11,6%). Этот блок описывает психологический портрет пунктуального человека и включает «качества» (9%): «собранный человек», «строгий», «деловитость», «требовательный» и «образы» (2,6%): «тревожный», «помешанный на времени», «редкий вид». Восприятие пунктуального человека неоднозначно: с одной стороны, он вызывает уважение, а с другой стороны, в нем видят странную зацикленность на времени.

«Иные ответы» составили всего лишь 1,4%.

Восприятие опозданий

Во втором блоке выделено 5 субъективных смыслов по 20% каждый.

Таблица 2

Кодировочная таблица для блока 2.
«Влияние социального контекста на восприятие опоздания»

Субъективные смыслы	Смысловые единицы	Типичные ответы респондентов	Частота встречаемости единицы, %	Частота встречаемости смысла, %
Негативная оценка личности опоздавшего	Неумение организовать себя	«Неорганизованный», «Суетливый», «Перегружен делами»	7,0	20,0
	Отсутствие ответственности	«Безответственный», «Беспечный», «Подведет»	4,0	
	Пренебрежение к другим	«Не ценит чужое время», «Ему все равно»	4,2	
	Осознанная пассивность	«Слишком расслаблен», «Не хочет, но идет»	4,8	
Семейные установки	Положительное восприятие	«Нестрашным», «Простительным», «Тем, что случается»	10,2	20,0
	Негативное восприятие	«Недопустимым», «Опаздывать плохо», «Неприличным поведением»	9,8	
Эмоциональная реакция ожидающего	Раздражение и гнев	«Бесит», «Недовольство», «Негативно»	4,0	20,0
	Тревога за человека	«Тревога», «Переживание», «Беспокойство»	2,2	
	Разочарование	«Безразличие», «Обесценивание моего времени», «Несерьезность»	7,8	
	Нейтральное отношение	«Норма, время такое», «Обстоятельства», «Отношусь с пониманием»	6,0	

Субъективные смыслы	Смысловые единицы	Типичные ответы респондентов	Частота встречаемости единицы, %	Частота встречаемости смысла, %
Социальные и материальные потери	Потеря времени и ресурсов	«Время», «Работу», «Деньги»	10,0	20,0
	Потеря возможностей	«Возможности», «Сорвать планы», «Пропустить важное»	3,4	
	Падение в чужих глазах	«Расположение к себе», «Лояльность»	6,6	
Самоощущение опоздавшего	Чувство неловкости и стыда	«Неловкость», «Некомфортно», «Стыд»	5,8	20,0
	Чувство вины	«Вину», «Что подвожу»	2,6	
	Беспокойство	«Беспокойство», «Тревожность», «Волнение»	5,0	
	Внутренняя пустота и досада	«Ничего», «Досаду», «Что меня поймут»	6,6	
Итого			100	100

Первый субъективный смысл — «Негативная оценка личности опоздавшего» (20%) — складывается из четырех единиц:

а) «неумение организовать себя» (7%): «неорганизованный», «суетливый»;

б) «осознанная пассивность» (4,8%): «слишком расслаблен»; «пренебрежение к другим» (4,2%):

в) «не ценит чужое время», «ему все равно»;

г) «отсутствие ответственности» (4%): «безответственный», «беспечный». Таким образом, в опоздавшем видят прежде всего некомпетентного человека с личностными недостатками.

Второй субъективный смысл — «Семейные установки» (20%). Этот блок состоит из следующих позиций:

а) «положительное восприятие» (10,2%): «простительно», «нестрашно», допустимо;

б) «негативное восприятие» (9,8%): «недопустимо», «опаздывать плохо».

Семейные нормы, заложенные в детстве, определяют отношение к опозданиям: для одних это простительно, для других серьезный проступок.

Третий субъективный смысл — «Эмоциональная реакция ожидающего» (20%). В нем доминирует «разочарование» (7,8%): «безразличие», «несерьезность». Далее следует «нейтральное отношение» (6%): «норма, время такое», «обстоятельства»; «раздражение и гнев» (4%): «бесит», «недовольство»; и «тревога за человека» (2,2%): «тревога», «переживание». Ожидающий испытывает не столько гнев, сколько разрушение доверия и разочарование в человеке.

Четвертый субъективный смысл — «Социальные и материальные потери» (20%). Главная единица — «потеря времени и ресурсов» (10%): «время», «работа». Почти столь же значима единица «падение в чужих глазах» (6,6%): «расположение к себе», «лояльность». Замыкает блок «потеря возможностей» (3,4%): «сорвать планы», «пропустить важное». Материальные потери важны, но репутационные — не менее значимы.

Пятый субъективный смысл — «Самоощущение опоздавшего» (20%). Наиболее весомая единица — «внутренняя пустота и досада» (6,6%): «ничего», «досада». Далее — «чувство неловкости и стыда» (5,8%), «беспокойство» (5%), реже всего встречается «чувство вины» (2,6%). Опаздывая, человек испытывает различные ощущения, где досада и пустота преобладают над чувством вины.

Сравнение результатов по возрастным группам

Анализ ответов показал, что две возрастные группы живут в разных ритмах времени. Для старшего поколения (45−57 лет) время выступает нравственной категорией. Оно не принадлежит человеку единолично, а является общим полем взаимодействия. Пунктуальность для них — это «уважение к чужому времени», «культура человека». Жить по часам для них означает иметь порядок в душе, «чувствовать время». В их ответах постоянно звучит мотив взаимоотношений с другими людьми через время как основы совместного существования, поэтому опоздание воспринимается как нарушение этих отношений.

Для младшего поколения (18–30 лет) время является основой практической деятельности, которой сам руководишь. Оно полностью принадлежит человеку и должно быть использовано максимально эффективно. Пунктуальность для них — это «умение соблюдать сроки», «управление временем», «способность все успеть». Жить по часам

означает контролировать каждый момент, не упустить возможности. Человек оценивает прошедшее время только по тому, что он успел сделать и каких результатов достиг, а опоздание ведет к потерям, поскольку забирает время, которое могло бы быть использовано иначе.

Также важно обратить внимание на различие в восприятии времени, оно определяет и разную реакцию на опоздания. Для старшего поколения время — это отношения, проявление эмпатии. Поскольку время связывает людей, его нарушение заставляет беспокоиться за опоздавшего. В ответах на стимул «Когда кто-то опаздывает, это воспринимается как…» люди 45−57 лет указывали: «волнуюсь, вдруг что-то случилось», «переживаю», «тревога за человека». Они не осуждают, а скорее беспокоятся.

«Опоздание» в этой возрастной группе вызывает чувство вины и неловкости перед ожидающими: «неудобно перед людьми», «что подвожу», «стыдно, что заставил ждать», «жаль чужого времени». Их внимание сосредоточено на том, что собственное действие причиняет неудобства другому человеку.

Младшее поколение относится ко времени как к ресурсу. Как отмечает В. В. Симонова, «управление временем — человекоцентричный процесс <…>, а навык им управлять дает возможность более насыщенной жизни…» [10, с. 83].

Поскольку время принадлежит лично каждому, опоздание другого видится как неуважение к чужому времени и планами. В ответах молодежи на стимул «Когда кто-то опаздывает, это воспринимается как…» звучит: «не ценит чужое время», «пренебрежение», «эгоизм». Их собственная эмоциональная вовлеченность ниже, они оценивают, но не всегда переживают.

В самоощущении опоздавшего у молодежи на первом месте досада и страх последствий для себя: «досаду», «стресс», «что получу выговор», «некомфортно». Они думают о себе и о том, какие потери это опоздание принесет лично им.

Молодежь и старшее поколение по-разному понимают время из-за того, что они выросли в разных условиях, отсюда и разное отношение к опозданиям. Это подтверждают П. Сорокин и Р. Мертон: «всякое операциональное определение обиходных выражений времени показывает, что часто референтной рамкой выступают социальные явления, а единицы времени определяются ритмом коллективной жизни. Потребность в социальном сотрудничестве — это основа социальных систем времени» [11, с. 112]. В современных условиях, когда происходят

быстрые социальные изменения и распространяются монохронные стандарты (планирование, следование расписанию), молодые люди придерживаются логики достижения: нужно успеть как можно больше, использовать каждый момент и получить результат. Старшее поколение, напротив, сохраняет элементы полихронной логики советского и постсоветского периодов, когда отношения между людьми были важнее строгого соблюдения временных границ, а опоздание могло быть просто прощено. Как подчеркивает Т. А. Нестик, «время — это не просто объективный ресурс, а социально конструируемая категория, через которую проходят процессы групповой интеграции и социального контроля» [12].

Заключение

Таким образом, представления о времени — это конструкты, которые могут по-разному осмысливаться в том или ином возрасте: они переживаются по-разному молодыми людьми и представителями среднего возраста.

В контексте выполненного исследования важен вывод о том, что «социальное время — это время такого специфического объекта как группа (страта)». Это позволяет рассматривать представления о времени не только на индивидуальном, но и на групповом уровне, что открывает возможности для сравнительных исследований различных социальных групп.

Для старшего поколения пунктуальность как раз-таки выступила способом «овладеть временем» в условиях более жесткого регламентирования времени. Для молодежи время соответствует скорее «…жизни, содержащей полноту всех осуществляемых возможностей» [13, с. 69]. Оба типа восприятия имеют право на существование, однако их столкновение в повседневных практиках может порождать недопонимание и конфликты.

Применение МНП позволило увидеть не только то, как люди воспринимают время, но и то, как они его организуют в жизни. Как указывает И. В. Бабаян, «время связано не только с эволюцией культур, цивилизаций, но и возрастом, жизнью, переживаниями экзистенциальных и глобальных событий» [14, с. 47]. Разработанный инструментарий позволил выявить эти связи через анализ спонтанных реакций респондентов. Изучая то, как люди относятся ко времени и опозданиям, социологи могут следить за изменениями в обществе.

Источники

1. *Штомпка П.* Социология социальных изменений / Пер. с англ.; под ред. В. А. Ядова. — М.: Аспект Пресс, 1996. — 414 с.

2. Время населения: динамика его использования / Институт социологии РАН. — М.: Институт социологии РАН, 1992. — 149 с. — URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=6419 (дата обращения: 23.11.2025).

3. *Бессокирная Г. П., Большакова О. А., Караханова Т. М.* Повседневная деятельность городских жителей в годы реформ: бюджет времени, ценности, тенденции (1986–2008) / Под общ. ред. Т. М. Карахановой. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2010. — 344 с.

4. *Лапыгин В. Д.* Методологические и методические перспективы развития метода неоконченных предложений // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. — 2016. — № 4 (6). — С. 75–82.

5. *Ядов В. А.* Социологическое исследование: методология, программа, методы. — Самара: Самарский университет, 1995. — 331 с.

6. *Ольшанский В. Б.* Становление метода неоконченных предложений в Советском Союзе 70-х годов // Социология: 4М. — 1997. — № 9. — С. 82–97.

7. *Татарова Г. Г., Бурлов А. В.* Метод неоконченных предложений в изучении образа «культурный человек» // Социология: 4М. — 1997. — № 9. — С. 5–31.

8. *Климова С. Г.* Опыт использования методики неоконченных предложений в социологическом исследовании // Социология: 4М. — 1995. — № 5–6. — С. 49–64.

9. Процедуры и методы социологического исследования. Практикум. Кн. 2: Качественное социологическое исследование: учебное пособие / А. С. Готлиб, Я. Н. Крупец, А. М. Алмакаева [и др.]; под общ. ред. А. С. Готлиб. — Самара: Самарский университет, 2014. — 354 с.

10. *Симонова В. В.* Эксперименты с субъективным восприятием времени в контексте семейного культурного потребления: опыт учебного проекта // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18, № 1. — С. 82–95. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-1.hs48-kb14; EDN: ZSBWED.

11. *Сорокин П., Мертон Р.* Социальное время: опыт методологического и функционального анализа // Социологические исследования. — 2004. — № 6 (242). — С. 112–119.

12. *Нестик Т. А.* Социальная психология времени: монография. — М.: Институт психологии РАН, 2014. — 496 с.

13. *Муравьев В. Н.* Овладение временем как основная задача организации труда. — М.: Изд. автора, 1924. — 75 с. — URL: http://nffedorov.ru/texts/kp/muraviev_ovladenie.pdf (дата обращения: 20.02.2026).

14. *Бабаян И. В.* Социальное время: проблема и подходы // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. — 2011. — Т. 11, № 2. — С. 73–77. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-vremya-problema-i-podhody (дата обращения: 12.01.2026).

15. *Караханова Т. М.* Бюджет времени // Большая российская энциклопедия. — 2024. — 11 марта. — URL: https://bigenc.ru/c/biudzhet-vremeni-5d7b51 (дата обращения: 23.11.2025).

Сведения об авторах

Землянская Ирина Алексеевна,
кандидат социологических наук, доцент кафедры методологии социологических и маркетинговых исследований,
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия.
zemlyanskaya.ia@ssau.ru

Урванцева Анна Юрьевна,
студентка бакалавриата социологического факультета,
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия.
aurvantseva60@mail.ru

Статья поступила в редакцию: 27.05.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 11.06.2026;
принята к публикации: 06.07.2026.

Irina A. Zemlyanskaya, Anna Yu. Urvantseva

Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev, Samara, Russian Federation

REPRESENTATION OF YOUNG AND MIDDLE-AGED SAMARA RESIDENTS ABOUT TIME AND PUNCTUALITY

Abstract: The article discusses theoretical approaches to the study of social time, as well as the results of the author's empirical research using the projective method of unfinished sentences. The main goal of the study is to identify the subjective meanings that define the perception of time and punctuality among young and middle-aged residents of Samara. The authors conclude that the two age groups (young people and middle-aged individuals) live in different time rhythms: for the older generation, time is a moral category and the basis for normal social relations, while for the younger generation, time is a personal resource that should be used to the maximum benefit.

Keywords: social time, punctuality, lateness, the method of unfinished sentences, young people, middle age, social representations, intergenerational differences, residents of Samara

For citation: Zemlyanskaya I. A., Urvantseva A. Yu. Representation of Young and Middle-Aged Samara Residents about Time and Punctuality. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 104–118. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.p5a5-7y78; EDN: SOIJKG

References

1. Sztompka P. *Sotsiologiya sotsial'nykh izmeneniy* [The Sociology of Social Change] / ed. by V. A. Yadov; transl. from English. Moscow, Aspekt Press, 1996, 414 p. (In Russ.)

2. *Vremya naseleniya: dinamika ego ispol'zovaniya* [Population Time: Dynamics of Its Use]. Institut sotsiologii RAN [Institute of Sociology RAS]. Moscow, Institute of Sociology RAS, 1992, 149 p. URL: https://www.isras.ru/index.php?page_id=1198&id=6419 (access date: 23.11.2025). (In Russ.)

3. Bessokirnaya G. P., Bolshakova O. A., Karakhanova T. M. *Povsednevnaya deyatel'nost' gorodskikh zhiteley v gody reform: byudzhet vremeni, tsennosti, tendentsii (1986–2008)* [Everyday Activities of Urban Residents during the Reform Years: Time Budget, Values, Trends (1986–2008)] / eds. T. M. Karakhanova. Moscow, Izdatel'stvo Instituta sotsiologii RAN [Institute of Sociology RAS Publishing House], 2010, 344 p. (In Russ.)

4. Lapygin V. D. Metodologicheskiye i metodicheskiye perspektivy razvitiya metoda neokonchennykh predlozheniy [Methodological and Methodical Prospects for the Development of the Sentence Completion Method]. *Vestnik RGGU*. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Iskusstvovedeniye [RSUH Bulletin. Series: Philosophy. Sociology. Art Studies], 2016, no. 4 (6), pp. 75–82. (In Russ.)

5. Yadov V. A. *Sotsiologicheskoye issledovaniye: metodologiya, programma, metody* [Sociological Research: Methodology, Programme, Methods]. Samara, Samarskiy universitet [Samara University], 1995, 331 p. (In Russ.)

6. Olshansky V. B. Stanovleniye metoda neokonchennykh predlozheniy v Sovetskom Soyuze 70-kh godov [The Development of the Sentence Completion Method in the Soviet Union in the 1970s]. *Sotsiologiya: 4M* [Sociology: 4M], 1997, no. 9, pp. 82–97. (In Russ.)

7. Tatarova G. G., Burlov A. V. Metod neokonchennykh predlozheniy v izuchenii obraza "kul'turnyy chelovek" [The Sentence Completion Method in the Study of the Image of a "Cultured Person"]. *Sotsiologiya: 4M* [Sociology: 4M], 1997, no. 9, pp. 5–31. (In Russ.)

8. Klimova S. G. Opyt ispol'zovaniya metodiki neokonchennykh predlozheniy v sotsiologicheskom issledovanii [Experience in Using the Sentence Completion Technique in Sociological Research]. *Sotsiologiya: 4M* [Sociology: 4M], 1995, no. 5–6, pp. 49–64. (In Russ.)

9. Gotlib A. S., Krupets Ya. N., Almakaeva A. M., et al. *Protsedury i metody sotsiologicheskogo issledovaniya. Praktikum. Kn. 2. Kachestvennoye sotsiologicheskoye issledovaniye* [Procedures and Methods of Sociological Research. Practicum. Book 2. Qualitative Sociological Research] / eds. A. S. Gotlib. Samara, Samarskiy universitet [Samara University Publishing House], 2014, 354 p. (In Russ.)

10. Simonova V. V. Eksperimenty s sub'yektivnym vospriyatiyem vremeni v kontekste semeynogo kul'turnogo potrebleniya: opyt uchebnogo proekta [Experiments with the Subjective Perception of Time in the Context of Family Cultural Consumption: An Educational Project]. *Peterburgskaya sotsiologiya segodnya* [St. Petersburg Sociology Today], 2026, vol. 18, no. 1, pp. 82–95. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-1.hs48-kb14; EDN: ZSBWED. (In Russ.)

11. Sorokin P., Merton R. Sotsial'noye vremya: opyt metodologicheskogo i funktsional'nogo analiza [Social Time: A Methodological and Functional Analysis]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya* [Sociological Studies], 2004, no. 6 (242), pp. 112–119. (In Russ.)

12. Nestik T. A. *Sotsial'naya psikhologiya vremeni* [Social Psychology of Time]. Moscow, Institut psikhologii RAN [Institute of Psychology RAS Publishing House], 2014, 496 p. (In Russ.)

13. Muravyov V. N. *Ovladenie vremenem kak osnovnaya zadacha organizatsii truda* [Mastering Time as the Main Task of Labor Organization]. Moscow, Izdaniye avtora [Published by the Author], 1924, 75 p. URL: http://nffedorov.ru/texts/kp/muraviev_ovladenie.pdf (access date: 20.02.2026). (In Russ.)

14. Babayan I. V. Sotsial'noye vremya: problema i podkhody [Social Time: The Problem and Approaches]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya.* Seriya: Sotsiologiya. Politologiya [Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology], 2011, vol. 11, no. 2, pp. 73–77. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-vremya-problema-i-podhody (access date: 12.01.2026). (In Russ.)

15. Karakhanova T. M. *Byudzhet vremeni* [Time Budget]. Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya [Great Russian Encyclopedia], 2024, March 11. URL: https://bigenc.ru/c/biudzhet-vremeni-5d7b51 (access date: 23.11.2025). (In Russ.)

Information about the authors

Zemlyanskaya Irina A., Candidate of Sociology,
Associate Professor of the Department of Methodology
of Sociological and Marketing Research,
Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
zemlyanskaya.ia@ssau.ru

Urvantseva Anna Yu., bachelor's student, Faculty of Sociology,
Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
aurvantseva60@mail.ru

Received: 27.05.2026;
revised after review: 11.06.2026;
accepted for publication: 06.07.2026.

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.xbb0-at18
EDN: LKIXAL
УДК 316.74(476)

Снежана Николаевна Воронина
Институт социологии Национальной академии наук Беларуси
Минск, Республика Беларусь

КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ В ОЦЕНКАХ ГОРОДСКОГО НАСЕЛЕНИЯ БЕЛАРУСИ

Аннотация: В статье представлены результаты опроса жителей Беларуси, проведенного в 2025 г. с целью выявления удовлетворенности возможностями для проведения досуга и отдыха, а также работой учреждений культуры по месту жительства. Представленный анализ включает сравнение городских и сельских жителей, а также сравнение с результатами аналогичного опроса 2020 г. Установлено, что большинство городских жителей Беларуси удовлетворены возможностями для проведения досуга и отдыха, а также работой учреждений культуры, причем их оценки выше оценок сельских жителей. Наибольшая степень удовлетворенности отмечается у молодых горожан с высшим образованием. При этом за период с 2020 по 2025 г. доля горожан, удовлетворенных возможностями проведения досуга и работой учреждений культуры, возросла, в то время как среди сельских жителей показатели практически не изменились.

Ключевые слова: учреждения культуры, культурно-досуговые мероприятия, продукт культурной деятельности, культурный капитал, эффективность учреждения культуры, городские жители

Ссылка для цитирования: Воронина С. Н. Культурно-досуговые учреждения в оценках городского населения Беларуси // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 119–129. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.xbb0-at18; EDN: LKIXAL

Введение

В современном обществе культура занимает важное место в жизни человека, способствуя развитию личности, укреплению социальных связей и формированию национальной идентичности. Ключевыми институтами, реализующими культурную политику и предоставляющими возможности для досуга и творчества, являются учреждения культуры. Качество их работы напрямую влияет на удовлетворенность населения деятельностью учреждений культуры и сказывается на уровне культурного развития общества.

Организация досуговой деятельности и создание условий для реализации культурных практик населения выполняют ряд значимых функций: снижение уровня социальной напряженности, профилактика эмоционального и профессионального выгорания, а также обеспечение механизмов сохранения и межпоколенческой передачи культурных, духовно-нравственных и традиционных ценностей [1]. При этом культурно-статусные взаимодействия выступают фактором, способствующим сохранению устойчивости социально-стратификационной системы общества [2].

Изучение степени удовлетворенности жителей Беларуси работой учреждений культуры не утрачивает своей актуальности.

Важность сферы культуры находит свое отражение и в законодательстве. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 декабря 2025 г. утверждена Государственная программа «Культурное пространство» на 2026–2030 гг., целью которой является сохранение и популяризация историко-культурного наследия, национальных традиций и обычаев. Реализация указанной программы будет способствовать достижениям Целей устойчивого развития на национальном уровне, в том числе Цели 11 «Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов». Для оценки эффективности выполнения программы будет использован показатель «Посещаемость организаций культуры на 1000 человек населения»[1].

Исследователи отмечают, что спрос на продукты культурной деятельности детерминирован ресурсной обеспеченностью индивида, включающей три ключевых компонента: финансовый, временной и эстетический. Исходя из этого, представители социальных групп с более высоким уровнем дохода, значительным объемом свободного времени и развитым культурным капиталом демонстрируют более высокую частоту потребления культурных благ по сравнению с группами с дефицитом перечисленных ресурсов [3]. В академическом дискурсе представлены работы, в которых анализируется зависимость культурной активности субъектов от таких параметров, как пол, возраст, структура семьи, образование, доход, социальный статус, тип населенного пункта и др. При этом факторы, отражающие культурный капитал индивида, доминируют над экономическими факторами [4].

Посещение учреждений культуры в качестве досуговой практики является одной из репрезентативных форм культурной активности индивида. Согласно концепции П. Бурдьё, представители различных социальных групп прибегают к неодинаковым стратегиям совмещения

[1] О Государственной программе «Культурное пространство» на 2026–2030 годы // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь: [сайт]. — URL: https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22500800 (дата обращения: 11.02.2026).

трудовой занятости и свободного времени [5]. Распространение медиатехнологий и цифровых платформ привело к кардинальному пересмотру традиционных представлений о структуре свободного времени. Виртуальное пространство конституировалось в качестве самостоятельной среды, совмещающей функции социализации, рекреации и, более того, трудовой деятельности. Если ранее границы между рабочим и досуговым временем отличались институциональной определенностью, то в современных условиях наблюдается их последовательная диффузия: личное время все чаще интегрируется с дистанционной занятостью, а цифровые сервисы нивелируют необходимость физической мобильности индивида для доступа к объектам культуры [6].

Эмпирические данные по Республике Беларусь показывают, что распространенность практики посещений учреждений культуры как формы проведения досуга среди населения составляет 18,4%. При этом максимальный уровень вовлеченности характерен для возрастной когорты до 30 лет (26,7%) и респондентов с высшим образованием (25,4%) [6]. Исследователи также отмечают, что «цифровые платформы, специализирующиеся на распространении культурных продуктов (или “контента”), играют значительную роль в формировании новых практик их потребления пользователями» [6, с. 90].

Теоретические основания

В современном исследовательском дискурсе актуализируется необходимость смещения фокуса со статистических показателей культурного потребления на микроуровневые стратегии индивидов. Предлагается рассматривать потребление культурного продукта не изолированно, а в контексте конкретного образа жизни субъекта и процесса аккумуляции его культурного капитала. Принципиальным представляется уход от учета исключительно количественных показателей частоты посещения учреждений культуры в пользу анализа поведенческих паттернов потребителя в различных ситуационных контекстах. В фокус внимания попадают такие параметры, как готовность к повторному обращению за определенными культурными услугами, а также субъективное восприятие качества культурного продукта с позиций его соответствия ценностным ожиданиям и эстетическим предпочтениям аудитории [7].

Следует отметить, что сложность оценки эффективности деятельности культурных институтов заключается в необходимости определения набора критериев, охватывающих две ценностные сферы: с одной стороны, социальную и культурную ценности, а с другой — финансовую и управленческую эффективность [8]. В исследованиях подчеркивается,

что в настоящее время отсутствует однозначная и всеобъемлющая оценка социально-культурной ценности деятельности учреждений культуры, которая бы соотносилась с их управленческой эффективностью и финансовыми результатами [9].

Примером методики, сочетающей в себе различные критерии оценки деятельности учреждений культуры, может служить разработанная Ф. Д. Кальвертом матрица эффективности оценки библиотек [10]. Методика базируется на теории систем, рассматривающей системы как совокупность взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, образующих единое целое. Ф. Д. Кальверт включил в методику интернальную (внутреннюю) оценку системы с позиции состояния ключевых параметров библиотеки и экстернальную (внешнюю) оценку — с точки зрения ее оценки пользователями. Внешняя эффективность оценивается на основе ожиданий различных целевых групп. Уровень удовлетворенности пользователей библиотечным продуктом определяется как разница между их ожиданиями качества услуг до визита в библиотеку и их восприятием после получения этих услуг [10]. Согласно методике Ф. Д. Кальверта, эффективность учреждения культуры определяется его способностью превращать собственные ресурсы в культурные продукты, удовлетворяющие потребности посетителей. В настоящей работе анализируется экстернальная оценка учреждений культуры Беларуси.

Методология

Представленные эмпирические данные основаны на результатах исследований, проведенных Институтом социологии НАН Беларуси методом анкетного опроса в 2025 г. (N = 1861 чел., N горожан = 1461 чел.) и в 2020 г. (N = 2099 чел., N горожан — 1553 чел.) по республиканской выборке, репрезентативной по полу, возрасту, региону проживания, типу населенного пункта. Для оценки удовлетворенности досуговыми возможностями и работой учреждений культуры респондентам был задан вопрос, насколько они удовлетворены возможностями отдыха и проведения досуга, а также работой учреждений культуры в своем населенном пункте. В качестве основного объекта исследования были выбраны городские жители Беларуси, поскольку городскому населению доступны более разнообразные и развитые инфраструктурные возможности в этих сферах.

Результаты исследования

Согласно данным 2025 г., большинство городских жителей выразили удовлетворенность как возможностями для проведения досуга (68,3%), так и деятельностью учреждений культуры (67,0%). Не удовлетворены

указанными аспектами культурных практик 18,1 и 5,8% горожан соответственно. При этом лишь незначительное количество городских жителей отметили отсутствие необходимости (9,6%) либо возможности (4,0%) реализации подобных практик. Жители сельской местности выразили меньшую степень удовлетворенности досуговыми возможностями (42,8%) и деятельностью учреждений культуры (47,9%), а также проявили большую неудовлетворенность по этим вопросам. Так, 35,8% сельских жителей недовольны возможностями для проведения досуга в своем населенном пункте, а 20,6% — работой учреждений культуры. Кроме того, жители сельской местности чаще отмечали отсутствие возможности посещать учреждения культуры (13,5%), тогда как среди горожан так ответили всего лишь 4,1% респондентов (табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте» в зависимости от типа населенного пункта, 2025 г., в процентах[1]

Варианты ответов	Возможностями отдыха, проведения досуга		Работой учреждений культуры	
	Город	Село	Город	Село
Удовлетворен	68,3	42,8	67,0	47,9
Не удовлетворен	18,1	35,8	5,8	20,6
Не могу оценить, нет необходимости этим пользоваться	9,6	14,1	23,1	18,0
Не могу оценить, нет возможности этим пользоваться	4,0	7,3	4,1	13,5

Анализ влияния социально-демографических характеристик на удовлетворенность досуговыми возможностями показал, что мужчины оценивают эти возможности более положительно (72,2%) по сравнению с женщинами (65,3%). Однако мужчины чаще отмечали отсутствие необходимости посещать учреждения культуры — 27,2% против 19,9% среди женщин.

[1] Здесь и далее показатель «удовлетворен» включает в себя сумму вариантов ответа: «удовлетворен» и «скорее удовлетворен»; показатель «не удовлетворен» включает в себя сумму вариантов ответа: «скорее не удовлетворен» и «не удовлетворен».

Было установлено, что возраст оказывает влияние на оценку горожанами условий для проведения досуга и отдыха в своем населенном пункте. Наиболее удовлетворены возможностями для отдыха и досуга молодые люди до 30 лет (79,4%), в то время как горожане старше 50 лет показали наименьший уровень удовлетворенности этим аспектом (60,3%) и чаще отмечают отсутствие необходимости пользоваться инфраструктурой для досуга и отдыха в своем населенном пункте (18,3%) (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте»: возможностями отдыха, проведения досуга в разных возрастных группах, 2025 г., в процентах

Варианты ответов	До 30 лет	30–49 лет	50 лет и старше
Удовлетворен	79,4	72,4	60,3
Не удовлетворен	17,6	21,4	15,2
Не могу оценить, нет необходимости этим пользоваться	1,7	3,5	18,3
Не могу оценить, нет возможности этим пользоваться	1,3	2,8	6,2

Оценки возможностей для организации досуга и отдыха в своем населенном пункте городскими жителями зависят от уровня их образования. Удовлетворенность выше у горожан с высшим образованием (70,2%), тогда как у респондентов с базовым образованием этот показатель составляет 54,5%. В то же время горожане с базовым образованием чаще отмечали отсутствие необходимости пользоваться досуговой инфраструктурой своего города.

Также среди городских жителей были выявлены возрастные различия в оценках удовлетворенности работой учреждений культуры. Чаще положительно оценивают их работу горожане до 30 лет (74,1%). С повышением возраста респондентов уровень удовлетворенности снижается, а доля тех, кто отмечает отсутствие необходимости посещать учреждения культуры, возрастает (табл. 3).

Горожане с высшим образованием более положительно оценивают деятельность учреждений культуры в своем населенном пункте (76,1%), в то время как респонденты с базовым образованием дают более низкую оценку этим учреждениям — 36,4%, и чаще отмечают отсутствие необходимости посещать различные учреждения культуры.

Наиболее удовлетворены возможностями для проведения досуга и отдыха школьники и студенты (85,5%), а также работающие горожане

(72,6%). Наименее удовлетворены неработающие пенсионеры и инвалиды (24,1%). Представители этой социальной группы чаще отмечали отсутствие необходимости (8,6%) и возможности воспользоваться (5,6%) культурно-досуговой инфраструктурой своего города (рис. 1).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте»: работой учреждений культуры в разных возрастных группах, 2025 г., в процентах

Варианты ответов	До 30 лет	30–49 лет	50 лет и старше
Удовлетворен	74,1	70,5	61,2
Не удовлетворен	6,7	5,2	6,0
Не могу оценить, нет необходимости этим пользоваться	17,6	21,0	27,1
Не могу оценить, нет возможности этим пользоваться	1,7	3 ,3	5,7

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте»: возможностями отдыха, проведения досуга в разных возрастных группах, 2025 г., в процентах

Более выраженная позитивная оценка деятельности культурных институций характерна для школьников и студентов — 82,3% опрошенных в этой группе отметили удовлетворенность данным аспектом. Респонденты, которые чаще всего отмечали отсутствие необходимости посещать учреждения культуры, — это неработающие пенсионеры и инвалиды (32,5%), а также временно неработающие (31,1%). В то же время для неработающих пенсионеров и инвалидов наиболее характерным является отсутствие возможности посещать различные учреждения культуры — 9,2% (рис. 2).

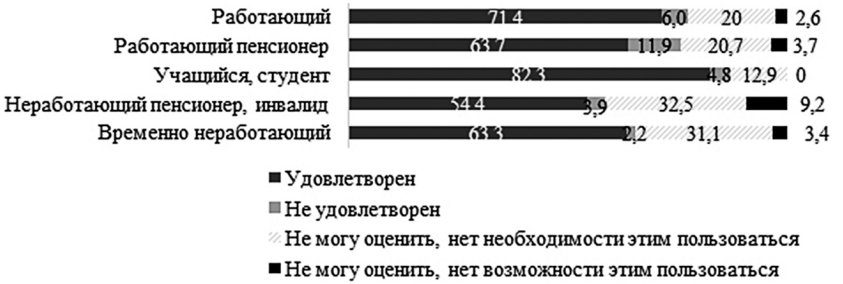


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте»: работой учреждений культуры в зависимости от социального статуса, 2025 г., в процентах

Анализ динамики представленных данных показал, что в 2025 г. по сравнению с 2020 г. наблюдается рост доли городских жителей, удовлетворенных возможностями для досуга и отдыха в своем населенном пункте, а также работой учреждений культуры. Если в 2020 г. 53,9% горожан отмечали удовлетворенность возможностями для проведения досуга, а 59,8% — работой учреждений культуры, то в 2025 г. эти показатели уже составили 68,3 и 67,0% соответственно. Снизилось количество горожан, не удовлетворенных досуговыми возможностями своего населенного пункта, с 36,8 до 18,1%, а также работой учреждений культуры — с 16,0 до 5,8% (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы условиями проживания в Вашем населенном пункте» в 2020 и 2025 гг., в процентах

Варианты ответа	Возможностями отдыха, проведения досуга		Работой учреждений культуры	
	2020	**2025**	**2020**	**2025**
Удовлетворен	53,9	68,3	59,8	67,0
Не удовлетворен	36,8	18,1	16,0	5,8
Не могу оценить, нет необходимости этим пользоваться	6,8	9,6	20,7	23,1
Не могу оценить, нет возможности этим пользоваться	1,9	4,0	2,8	4,1

Выводы

Проведенный анализ свидетельствует, что большинство городских жителей Беларуси обладают как потребностью, так и объективной

возможностью для организации досуга и посещения учреждений культуры. При этом уровень удовлетворенности условиями отдыха и деятельностью культурных институций у городского населения в целом выше, чем у сельского, а наиболее высокие показатели удовлетворенности фиксируются среди молодых горожан в возрасте до 30 лет с высшим образованием, а также среди мужчин. Женщины при этом демонстрируют более выраженную заинтересованность в посещении культурных объектов. Наименьшая удовлетворенность условиями досуга и деятельностью учреждений культуры характерна для той части населения, которая не проявляет потребительской активности в данной сфере — как вследствие дефицита реальных возможностей, так и в силу слабой выраженности своего запроса.

За период 2020–2025 гг. отмечается устойчивый рост доли горожан, удовлетворенных досуговыми возможностями и работой учреждений культуры в месте проживания. Совокупность полученных данных позволяет констатировать наличие положительной тенденции в развитии городской культурно-досуговой среды Беларуси, что отражает повышение уровня доступности и качества культурных предложений для горожан.

Показатели жителей сельской местности остались без изменений.

Источники

1. *Мысливец Н. Л., Сосновская Н. А., Новицкая Т. В.* Удовлетворение социальных потребностей населения Республики Беларусь как показатель национальной безопасности // Беларуская думка. — 2022. — № 5. — С. 84–91.

2. *Смолик А. И., Кухто Л. К.* Социодинамика современной белорусской культуры // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е: Педагогические науки. — 2011. — № 7. — С. 95–99.

3. *Цыбульская Н. В.* Культурная дзейнасць і яе прадукты: сацыялагічны аспект // Веснік Брэсцкага ўніверсітета. Серыя 1: Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. — 2022. — № 2. — С. 92–96. — DOI: 10.63874/2218-0273-2025-2-92-96.

4. *Капелюшников Р. И., Демина Н. В.* Потребление культурных благ в России: масштабы, детерминанты, дифференциация. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. — 74 с.

5. *Бурдьё П.* Практический смысл / Пер. с фр. А. Т. Биков, К. Д. Вознесенская, С. Н. Зенкин, Н. А. Шматко. — СПб.: Алетейя, 2017. — 560 с.

6. *Кармызова Д. Д.* Современные досуговые практики населения Беларуси // Веснік Брэсцкага ўніверсітета. Серыя 1: Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. — 2022. — № 2. — С. 86–91. — DOI: 10.63874/2218-0273-2025-2-86-91.

7. *Веренич М. И.* Культура в контексте современных трансформаций: практика Республики Беларусь // Социологический альманах. — 2019. — Вып. 10. — С. 146–156.

8. *Yoshimoto M.* The Evaluation of Cultural Institutions and Policies: Toward a Framework for Creative Evaluation. — NLI Research, 2005. — P. 2.

9. *Ермолаева П. О.* Методики оценки эффективности учреждений культуры: опыты сравнительных исследований // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. — 2011. — № 3. — С. 65–69.

10. *Calvert P. J.* Assessing the Effectiveness and Quality of Libraries: Thesis in Fulfillment of the Requirements of Doctor of Philosophy in Information Systems. — 2008. — P. 21.

Сведения об авторе

Воронина Снежана Николаевна,
кандидат социологических наук, научный сотрудник,
Институт социологии Национальной академии наук Беларуси,
Минск, Республика Беларусь.
snevoron@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 02.07.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 08.07.2026;
принята к публикации: 11.07.2026.

Snezhana N. Voronina

Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus
Minsk, Belarus

CULTURAL AND LEISURE INSTITUTIONS AS ASSESSED BY THE URBAN POPULATION OF BELARUS

Abstract: This paper presents an assessment of satisfaction with leisure and recreation opportunities, as well as the performance of cultural institutions, among urban residents of Belarus. The study assessed the degree of satisfaction of city residents with leisure opportunities and the performance of cultural institutions in their localities. These indicators were also analyzed over time by comparing similar data obtained in 2020 and 2025. It was found that the majority of urban residents in Belarus are satisfied with leisure and recreation opportunities, as well as the work of cultural institutions in their localities, providing higher ratings than those of rural residents. Young urban residents with higher education are most satisfied with leisure opportunities and the work of cultural institutions. Moreover, between 2020 and 2025, the proportion of urban residents satisfied with leisure opportunities and the work of cultural institutions in their localities increased, while these figures remained virtually unchanged among rural residents.

Keywords: cultural institutions, cultural and leisure activities, cultural product, cultural capital, effectiveness of cultural institutions, urban residents

For citation: Voronina S. N. Cultural and Leisure Institutions as Assessed by the Urban Population of Belarus. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 119–129. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.xbb0-at18; EDN: LKIXAL

References

1. Myslivets N. L., Sosnovskaya N. A., Novitskaya T. V. Udovletvorenie sotsial'nykh potrebnostey naseleniya Respubliki Belarus' kak pokazatel' natsional'noy bezopasnosti [Satisfaction of Social Needs of the Population of the Republic of Belarus as an Indicator of National Security]. *Belaruskaya dumka* [Belarusian Thought], 2022, no. 5, pp. 84–91. (In Russ.)

2. Smolik A. I., Kukhto L. K. Sotsiodinamika sovremennoy belorusskoy kul'tury [Sociodynamics of Modern Belarusian Culture]. *Vestnik Polotskogo gosudarstvennogo universiteta*. Seriya E: Pedagogicheskie nauki [Bulletin of Polotsk State University. Series E: Pedagogical Sciences], 2011, no. 7, pp. 95–99. (In Russ.)

3. Tsybulskaya N. V. Kul'turnaya dzeynasts' i yae pradukty: satsyyalagichny aspekt [Cultural Activity and Its Products: A Sociological Aspect]. *Vesnik Brestskaga universiteta*. Seryya 1: Filosofiya. Palitalogiya. Satsyyalogiya [Bulletin of Brest University. Series 1: Philosophy. Political Science. Sociology], 2022, no. 2, pp. 92–96. DOI: 10.63874/2218-0273-2025-2-92-96. (In Belarus.)

4. Kapelyushnikov R. I., Demina N. V. *Potreblenie kul'turnykh blag v Rossii: masshtaby, determinanty, differentsiatsiya* [Consumption of Cultural Goods in Russia: Scale, Determinants, Differentiation]. Moscow, Izd. dom Vysshey shkoly ekonomiki [Publishing House of the Higher School of Economics], 2020, 74 p. (In Russ.)

5. Bourdieu P. *Prakticheskiy smysl* [The Logic of Practice] / transl. from French by A. T. Bikov, K. D. Voznesenskaya, S. N. Zenkin, N. A. Shmatko. St. Petersburg, Aleteyya, 2017, 560 p. (In Russ.)

6. Karmyzova D. D. Sovremennye dosugovye praktiki naseleniya Belarusi [Modern Leisure Practices of the Population of Belarus]. *Vesnik Brestskaga universiteta*. Seryya 1: Filosofiya. Palitalogiya. Satsyyalogiya [Bulletin of Brest University. Series 1: Philosophy. Political Science. Sociology], 2022, no. 2, pp. 86–91. DOI: 10.63874/2218-0273-2025-2-86-91. (In Belarus.)

7. Verenich M. I. Kul'tura v kontekste sovremennykh transformatsiy: praktika Respubliki Belarus' [Culture in the Context of Modern Transformations: Practice of the Republic of Belarus]. *Sotsiologicheskiy al'manakh* [Sociological Almanac], 2019, issue 10, pp. 146–156. (In Russ.)

8. Yoshimoto M. *The Evaluation of Cultural Institutions and Policies: Toward a Framework for Creative Evaluation*. NLI Research, 2005, p. 2.

9. Ermolaeva P. O. Metodiki otsenki effektivnosti uchrezhdeniy kul'tury: opyty sravnitel'nykh issledovaniy [Methods for Assessing the Effectiveness of Cultural Institutions: Comparative Research Experiences]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts], 2011, no. 3, pp. 65–69. (In Russ.)

10. Calvert P. J. *Assessing the effectiveness and quality of libraries*. Thesis in fulfillment of the requirements of Doctor of Philosophy in Information Systems, 2008, p. 21.

Information about the author

Voronina Snezhana N., Candidate of Sociology, Researcher,
Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus.
snevoron@gmail.com

Received: 02.07.2026;
revised after review: 08.07.2026;
accepted for publication: 11.07.2026

РЕЦЕНЗИИ

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.wt9d-jx49
EDN: CEROAV
УДК 316.334.22(049.32)

Светлана Вячеславовна Егорова
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева
Самара, Россия

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ: Как изучали труд и трудовые отношения в СССР: опыт исследований самарских социологов: коллективная монография / Отв. ред. В. Ю. Бочаров. — Самара: ООО «САМАРАМА», 2026. — 340 с. — ISBN 978-5-6055840-8-7

Ссылка для цитирования: Егорова С. В. Рецензия на книгу: Как изучали труд и трудовые отношения в СССР: опыт исследований самарских социологов: коллективная монография / Отв. ред. В. Ю. Бочаров. — Самара: ООО «САМАРАМА», 2026. — 340 с. — ISBN 978-5-6055840-8-7 // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 130–134. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.wt9d-jx49; EDN: CEROAV

Коллективная монография под редакцией В. Ю. Бочарова представляет читателю уникальный пласт научного наследия самарской (куйбышевской) школы социологии труда[1], возвращая из забвения малодоступные и не индексируемые в современных базах данных работы, выполненные в период с 1976 по 1991 г. Это издание, приуроченное к 100-летию основателя школы Б. Г. Тукумцева (1927–2021), восполняет существенный пробел в историографии отечественной социологии, предлагая не простую антологию, а полноценный анализ эволюции прикладных исследований трудовой мотивации и социального управления на советских промышленных гигантах, прежде всего на

[1] *Авдошина Н. В., Бочаров В. Ю., Васькина Ю. В.* Самарская школа социологии труда: история и современность // Петербургская социология сегодня. — 2024. — № 23. — С. 39–56. — DOI: https://doi.org/10.25990/socinstras.pss-23.m4m3-vj34 EDN QTCPDZ.

АвтоВАЗе. Монография продолжает линию реконструкции истории советской заводской социологии, начатую рядом современных исследователей[2], и вводит в научный оборот огромный массив эмпирических данных и методических инструментов, долгое время остававшихся лишь достоянием архивов и личных собраний.

Содержательно издание выстроено с высокой степенью научной рефлексии. Оно открывается вступительной статьей, в которой сотрудники Самарского университета анализируют не только хронологию и ключевые

[2] *Абрамов Р. Н.* «Структурщики» и «заводские социологи»: к истории исследований социально-профессиональных групп в СССР в 1960–1980-е годы // Социологические исследования. — 2014. — № 10. — С. 50–59; *Бурко В. А.* Заводская социология в Прикамье // Социологические исследования. — 2024. — № 11. — С. 137–147. — DOI: 10.31857/S0132162524110113; *Галкин К., Рассолова Е.* Социологическая служба предприятия КАМАЗ: между академической наукой и прикладными задачами // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2022. — Т. 25, № 3. — С. 91–107. — DOI: 10.31119/jssa.2022.25.3.4; *Качайнова Н. Б., Попова Н. В.* Заводская социология: истоки и перспективы // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2016. — Т. 2, № 3. — С. 29–38. — DOI: 10.21684/2411-7897-2016-2-3-29-38; *Орлов С. Б., Чернышков Д. В.* Феномен советской заводской социологии (на примере города Бийска) // Социологический журнал. — 2023. — Т. 29, № 4. — С. 169–186. — DOI: 10.19181/socjour.2023.29.4.9 EDN VNMZSB; *Щербина В. В.* Заводская социология и управленческое консультирование (советский и постсоветский период) // Социологические исследования. — 2008. — № 6. — С. 115–124.

направления работы социологической лаборатории, но и предлагают глубокий критический анализ ее вклада в изучение «мотивационного ядра» и «включенности в организацию», прослеживая преемственность идей советского периода в постсоветских исследованиях[1]. Основной корпус монографии составляют 50 статей, расположенных в строгом хронологическом порядке, — от ранних работ об информационном обеспечении социального планирования (1976) до статей, предвосхищающих рыночные вызовы (1991). В эту подборку вошли как публикации из центральных журналов («Социологические исследования», «Экономика автомобилестроения»), так и редкие, фактически утерянные материалы межвузовских сборников и тезисов конференций.

Тематический спектр статей охватывает ключевые проблемы позднесоветского производства: отношение к труду и методики его измерения; социальные технологии повышения активности (соревнование, профессиональное продвижение, бригадное самоуправление); адаптацию молодых специалистов; проблемы информационного обеспечения и кадровой текучести. Особого внимания заслуживает приложение, в котором впервые так полно публикуется оригинальный социологический инструментарий (анкеты, карточки рабочего, инструкции), а также практические рекомендации для руководителей. Благодаря этому читатель может не только ознакомиться с выводами, но и увидеть процессуальную сторону исследований, понять их эмпирическую базу.

Можно отметить, что авторы-составители отказались от идеализации советского периода, подчеркивая в предисловии и вступительной статье присущие советской школе ограничения (идеологическую рамку, преобладание количественной методологии, связь с задачами социального планирования). В то же время убедительно демонстрируется, как самарская социологическая лаборатория смогла эволюционировать — от сугубо прикладных разработок (в русле научного коммунизма) до аналитики, фиксирующей кризис мотивации и необходимость рыночных преобразований в конце 1980-х — начале 1990-х гг.

На взгляд рецензента, данная коллективная монография представляет собой качественно выполненное историко-социологическое исследование, сочетающее функции источника (публикация архивных текстов) и научной монографии (аналитический комментарий). Ее ценность многократно возрастает благодаря тому, что большинство включенных статей существовали лишь в бумажном виде и микротиражных

[1] *Авдошина Н. В., Бочаров В. Ю.* Вклад Самарской школы социологии труда в изучение трудовой мотивации // Социологические исследования. — 2025. — № 8. — С. 40–52. — DOI: 10.31857/S0132162525080044.

региональных изданиях. Для современной российской социологической науки эта книга открывает возможность методологической рефлексии: сопоставления советских методик изучения «включенности» с современными концепциями вовлеченности персонала.

Издание будет полезно широкому кругу читателей — от преподавателей вузов, аспирантов и студентов социологических факультетов до исследователей истории советского общества, социальных психологов и специалистов по управлению персоналом, интересующихся генезисом отечественной прикладной социологии.

Сведения об авторе

Егорова Светлана Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент, декан социологического факультета, заведующая кафедрой методологии социологических и маркетинговых исследований, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия.
egorova.sv@ssau.ru
SPIN-код 3048-8781

Статья поступила в редакцию: 07.06.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 16.06.2026;
принята к публикации: 09.07.2026.

Svetlana V. Egorova

Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev
Samara, Russian Federation

BOOK REVIEW: How Labor and Labor Relations were studied in the USSR: Research Experience of Samara Sociologists: Collective Monograph / ed. by V. Yu. Bocharov. Samara: SAMARAMA LLC, 2026. 340 p. ISBN 978-5-6055840-8-7

For citation: Egorova S. V. Book Review: How Labor and Labor Relations were studied in the USSR: Research Experience of Samara Sociologists: Collective Monograph / Ed. by V. Yu. Bocharov. Samara: SAMARAMA LLC, 2026. 340 p. ISBN 978-5-6055840-8-7. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 130–134. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.wt9d-jx49; EDN: CEROAV

Information about the author

Egorova Svetlana V., Candidate of Sociology, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Sociology, Head of the Department of Methodology of Sociological and Marketing Research,
Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
egorova.sv@ssau.ru
SPIN 3048-8781

Received: 07.06.2026;
revised after review: 16.06.2026;
accepted for publication: 09.07.2026

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.3bee-ry86
EDN: DHQWID
УДК 316.4

Юлия Владимировна Васькина[1,2]***,***
Татьяна Валерьевна Глухова[1]***,***
Светлана Вячеславовна Егорова[1]***,***
Светлана Юрьевна Митрофанова[1]

[1] *Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева Самара, Россия*
[2] *Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН Санкт-Петербург, Россия*

ПЕРВЫЕ САМАРСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ «ВЕКТОРЫ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ»

Аннотация: В обзоре представлены итоги работы четырех секций Первых Самарских социологических чтений, посвященных 95-летию академика Е. Ф. Молевича. Освещены основные тематические направления: молодежь как субъект социокультурных процессов, методологическая рефлексия социальной активности, практики социальной работы в формировании гражданской позиции и междисциплинарные исследования студенческой молодежи.

Ключевые слова: молодежь, социальная активность, социологические чтения, студенчество, социальная работа, методология, Самарский университет

Ссылка для цитирования: Васькина Ю. В., Глухова Т. В., Егорова С. В., Митрофанова С. Ю. Первые Самарские социологические чтения «Векторы социальной активности российской молодежи» // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 135–150. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.3bee-ry86; EDN: DHQWID

10 апреля 2026 г. в Самарском национальном исследовательском университете имени академика С. П. Королева прошли Первые Самарские социологические чтения на тему «Векторы социальной активности российской молодежи», посвященные 95-летию академика, профессора, д. филос. н. **Евгения Фомича Молевича**. Мероприятие было организовано

социально-гуманитарным институтом, социологическим факультетом и Самарским отделением Российского общества социологов (РОС). Открытие конференции состоялось в зале заседаний Ученого совета.

С приветственным словом к участникам обратились **Михаил Михайлович Леонов**, проректор по воспитательной работе и молодежной политике Самарского университета, заведующий кафедрой отечественной истории и историографии, д. ист. н., профессор; **Виктор Александрович Кузнецов**, депутат Самарской Губернской Думы, и. о. зав. кафедрой социологии политических и региональных процессов, к. филос. н.; а также **Светлана Вячеславовна Егорова**, декан социологического факультета, заведующая кафедрой методологии социологических и маркетинговых исследований, к. соц. н., доцент. Сам юбиляр — академик, д. филос. н., профессор **Евгений Фомич Молевич** — обратился к участникам чтений онлайн и пожелал новых творческих союзов, научных достижений и открытий.

В ходе пленарного заседания с докладами выступили самарские социологи, а также ведущие исследователи из Москвы, Екатеринбурга, Санкт-Петербурга, Тольятти, Болгарии и Сербии.

Открыла научную часть пленарного заседания **Полина Анатольевна Амбарова** — д. соц. н., профессор, Уральский федеральный университет (Екатеринбург). В своем приветственном слове она подчеркнула важность связи социологических школ Урала с Самарской социологической школой, отмечая фигуру Евгения Фомича Молевича, который начинал свою научную деятельность в Екатеринбурге. После слов поздравлений юбиляру и приветствия от уральских коллег Полина Анатольевна представила свой доклад «Ранняя академическая карьера. Что делает университет привлекательным для молодых исследователей». В докладе анализировались проблемы и факторы ранней академической карьеры в российских вузах, в том числе поднимались вопросы: что делает университет привлекательным для молодых исследователей (до 35 лет) и почему привлечение талантов не всегда означает их удержание в вузовской среде. В связи с этим особое внимание в докладе уделялось мотивации молодежи (терминальной vs инструментальной), роли научных наставников как «академических миссионеров» и возможностям раннего трудоустройства в университетах (включая кейсы НИУ ВШЭ и УрФУ). В итоге автором сделан вывод, что привлекательность университета для молодых исследователей часто носит инструментальный характер (отсрочка от армии, статус, поддержка) и не гарантирует их долгосрочного удержания в науке. Основным механизмом вовлечения остается личное наставничество («академические миссионеры»), однако низкие зарплаты, бюрократические барьеры и нестабильность грантов ведут к оттоку молодежи. Для реального закрепления кадров

необходима не только селективная поддержка, но и устойчивое снижение прекарности и нагрузки.

Далее на пленарном заседании с совместным докладом «Студенческая молодежь о ценности семьи и необходимых условиях для ее создания» выступили исследователи Самарского университета — **Ю. В. Васькина, О. А. Малаканова и С. Ю. Митрофанова**. Они презентовали результаты анализа данных эмпирического исследования, проведенного в 2025 г. в самарских вузах, посвященного изучению представлений студенческой молодежи о роли семьи и семейных ценностях в их жизненных траекториях и проектах. В рамках количественного этапа (N = 1653) было определено, что семья занимает главное место в системе ценностей студентов, большинство из которых планируют создать семью, основанную прежде всего на взаимной любви. Однако большая часть опрошенных также считает, что семейная жизнь мешает учебе и возможна только при поддержке родственников и при условии действенных государственных мер. На качественном этапе исследования были проведены интервью со студентами из многодетных семей, по итогам которых были выявлены и сгруппированы условия, влияющие на готовность информантов создать собственную семью.

Зарубежные участники пленарного заседания **А. И. Мантарова** (София, Болгария) и **Jasmina Petrović** (Ниш, Сербия) выступили с онлайн-докладом «Студенты и вызовы цифрового мира: сравнительное исследование Болгария — Сербия». В своем докладе они представили результаты сравнительного исследования цифровых практик студентов Болгарии и Сербии. При этом авторы сосредоточились на двух ключевых направлениях: 1) количественные и содержательные характеристики использования интернета студентами (в учебе, повседневной жизни, досуге) и 2) степень уязвимости молодежи перед киберпреступлениями, а также меры самозащиты. В результате ими были сделаны выводы о том, что студенты активно используют интернет, но часто ограничиваются Google и «Википедией» для учебы, что вызывает тревогу в связи с недостатком компетентной работы с источниками. Необходимо формировать баланс между развлечением и профессиональным развитием, а также развивать критическое мышление для различения достоверных и фальшивых новостей. Важнейшая задача — повсеместное информирование о методах киберзащиты и обучение безопасному поведению в Сети.

Доктор соц. н. **Юрий Валерьевич Латов** (Институт социологии ФНИСЦ РАН) в докладе «Методика измерения адаптации молодежи к адаптирующемуся российскому обществу» на основе данных мониторингов Института социологии ФНИСЦ РАН в 2018–2024 гг. представил методику оценки социальной адаптированности молодых россиян. Индекс

адаптированности интегрирует характеристики важнейших аспектов субъективного благополучия, отражая разрывы между реальными достижениями молодежи и ее запросами. На материалах опроса в 2024 г. проведено распределение молодежи на группы плохо (14%), средне (47%) и хорошо (39%) адаптированных. Зафиксировано повышение адаптированности российской молодежи с 2018 по 2024 г. за счет роста доли хорошо адаптированных и снижения доли плохо адаптированных.

В докладе д. соц. н., профессора **Светланы Николаевны Майоровой-Щегловой** (Московский государственный психолого-педагогический университет) на тему «Факторы и следствия участия ювенальных групп в общественных объединениях» отмечалось, что за последние три года социологи фиксируют кратный рост участия ювенальных групп в общественном движении в Российской Федерации, который имеет свои причины и последствия. Среди макрофакторов выделяются государственная поддержка через проведение устойчивой молодежной политики, включение системы образования. Степень участия зависит от возраста, пола, некоторых характеристик семьи, места проживания в детстве. Установленным последствием участия является повышение оценки собственной детской биографии как благополучной, счастливой, более раннее конструктивное прогнозирование своего будущего.

С докладом на тему «Гражданское участие молодежи современной России: новые вызовы и возможности» выступила заместитель директора Центра молодежных исследований к. соц. н., доцент **Яна Николаевна Крупец** (НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге). Опираясь на эмпирические данные, собранные в рамках глубинных интервью с молодыми социальными активистами Санкт-Петербурга, автор приходит к выводу о множественности форматов и текучести гражданского участия молодежи. Рассматривая *участие* как ядро жизненного мира активиста, автор выделяет и обосновывает три формата участия: «инициатива-страсть», «профессионализирующая НКО», «социально-ориентированный стартап».

В докладе «Воспитание в современных реалиях: формирование человека будущего», представленном д. соц. н., профессором **Снежаной Владимировной Явон** (Поволжский государственный университет сервиса — ПВГУС, г. Тольятти), был рассмотрен процесс формирования современной воспитательной модели, направленной на достижение гармонии между личностью, социальной группой и государством. Ключевой целью воспитания провозглашается формирование «человека будущего» с определенными ценностными ориентациями. При этом автор предложила концепцию «пентабазиса» как ценностного фундамента российского мировоззрения, объединяющего пять ключевых

уровней: человек, семья, общество, государство и страна. Опираясь на предложенную концепцию, Снежана Владимировна проанализировала идеологические линии государственной политики, направленные на воспитание «человека будущего», формирование солидарного общества и укрепление государственного суверенитета. Особое внимание уделялось цивилизационной формуле России (воля, правда, семья, вера, родина) и системе ценностных ориентаций личности, среди которых выделяются патриотизм, созидательный труд, приоритет традиционных нравственных норм и межнациональное единство. В итоге автор обосновывает переход к экосистемному подходу, предполагающему мобилизацию и интеграцию различных социальных акторов вокруг вуза как ключевого сетевого «узла» ценностно-смыслового развития и необходимости перехода от формирования универсальных компетенций к развитию критического мышления и становлению целостной личности как носителя социогуманитарной культуры в интересах страны.

Завершилось пленарное заседание презентацией коллективной монографии **«Как изучали труд и трудовые отношения в СССР: опыт самарской социологической лаборатории»** (отв. ред. В. Ю. Бочаров)[1].

Работа конференции продолжилась на четырех секциях.

Секция № 1. Молодежь как субъект социокультурных процессов

На секцию было заявлено 19 докладов от 25 авторов из разных регионов Российской Федерации. Кроме Самары, участвовали докладчики из высших учебных заведений и исследовательских центров Москвы, Санкт-Петербурга, Владикавказа, Тюмени, Екатеринбурга, Саратова, Тольятти, Волгограда, Уфы. Тематика представленных докладов была объединена рассмотрением роли молодежи в современном обществе как активного участника социальных процессов.

Ряд докладов был посвящен вопросам труда и занятости современной молодежи. Коллектив соавторов — **В. Ю. Бочаров** (Самарский университет), **Т. В. Гаврилюк** и **В. В. Гаврилюк** (обе — Тюменский государственный университет) — в своем докладе «Профили молодых работников сервисной экономики» познакомили слушателей с результатами исследования, в котором изучалось влияние рабочей среды на социальное самочувствие и профессиональную идентичность. Авторы выделили основные факторы удовлетворенности рабочей средой и на

[1] Как изучали труд и трудовые отношения в СССР: опыт исследований самарских социологов: коллективная монография / Отв. ред. В. Ю. Бочаров. — Самара: ООО «САМАРАМА», 2026. — 340 с. — ISBN 978-5-6055840-8-7.

их основании сформировали несколько кластерных профилей работников, сопроводив каждый профиль социально-демографическим портретом. Результаты исследования дают возможность использовать дифференцированных подход к решению проблем молодежи, занятой в сервисной экономике.

Эта же группа молодых работников стала объектом исследования и в выступлении исследователей из Тюменского государственного университета **А. А. Васьковой** и **И. А. Карнаухова** на тему «Эмоциональный труд молодежи в сервисном секторе». Авторы рассмотрели платформенную занятость молодежи, содержание труда которой предполагает эмоциональную составляющую. Был сделан вывод, что опыт эмоциональной работы может как способствовать саморефлексии работников и их общественной активности, так и способствовать ускоренному выгоранию.

Продолжил трудовую тематику доклад **Р. И. Анисимова** (РГГУ) «Проблемы раскрытия трудового потенциала молодыми инженерами на российских предприятиях». На основе анализа имеющихся статистических данных сделан вывод, что предприятия, испытывающие дефицит инженерных кадров, нерационально используют потенциал работников этой квалификационной категории, чем еще более усугубляют проблему.

Анализу трудового потенциала был посвящен доклад **З. Г. Багаевой** (Северо-Осетинский государственный университет) «Трудовой потенциал молодежи республики Северная Осетия — Алания». В нем были охарактеризованы меры поддержки, направленные на раскрытие трудового потенциала молодежи республики, а также приведены данные социологического исследования, в котором оценивались запросы студенческой молодежи к условиям будущей занятости. Был сделан вывод о несоответствии уровня квалификации и заработной платы, которые характеризуют имеющиеся вакансии на рынке труда, ожиданиям молодежи.

В ряде последующих докладов рассматривались различные аспекты включенности молодежи в социальные сети и использования цифровых технологий.

А. В. Лашманкин (Самарский университет) в докладе «Практики ограничений и самоограничений студентов в цифровой среде. Линии раскола в цифровом поколении» сделал акцент на том, что молодежь, соглашаясь с необходимостью ограничений доступа к определенной информации, использует практики преодоления этих же ограничений. Из этого следует вывод, что внутренний локус социального контроля (самоограничение) для студентов более приоритетен, что подтвердилось распределением ответов на вопрос о личной ответственности.

В докладе **И. Е. Курчаткиной** (школа № 1474, Москва) «Молодежь как актор цифровизации образования (на примере старших школьников

г. Москвы)» автор обратила внимание на то, что школьники стали воспринимать цифровые технологии не только как средство для организации досуга, но и для обучения, для выстраивания общения с другими акторами образовательного процесса.

А. Н. Курюкин (Центр комплексных социальных исследований Института социологии ФНИСЦ РАН) выступил с темой «Российская молодежь и соцсети: некоторые специфические вопросы», представив обзор результатов социологических исследований о специфике медиапотребления молодежи и о предпочтении онлайн-контактов живому общению, что, по мнению исследователя, оказывает влияние на формирование идентичности.

В. С. Щербина (Санкт-Петербургский университет технологий, управления и экономики) в докладе «Образовательный процесс молодежи в эпоху цифровизации» характеризовал онлайн-обучение в высшем образовании с точки зрения сочетания различных технологий и сервисов для обеспечения эффективного взаимодействия.

Доклад **Е. С. Поповой** (Институт социологии ФНИСЦ РАН) «Восприятие успеха в трудовой и жизненных сферах российской молодежи: роль образовательной стратификации» раскрыл взаимосвязь между уровнем образования молодежи и представлениями о том, что считается успехом в разных сферах жизни. Несомненно, что образование является важнейшим видом деятельности молодежи, однако внимание исследователей охватывает и досуговые практики. Несколько выступающих посвятили свои доклады анализу содержания свободного времени молодежи.

О. В. Ткаченко (Волгоградский государственный университет) в докладе «Досуговые практики современной студенческой молодежи: традиции и новые тренды (на примере студентов г. Волгограда)» показывает расхождения между желанием студентов заниматься определенными видами деятельности на досуге и реальным содержанием свободного времени. Несмотря на то что новые технологии повышают разнообразие досуга, дефицит времени и денег продолжает сужать спектр возможных способов проведения свободного времени.

В докладе **Т. В. Салтыковой** (АНО «Центр развития культурных, социальных, экологических и образовательных инициатив “Экология культуры”») «Молодежь в музее: опыт реализации проекта “Молодежный центр слюдариума”» рассказано о создании креативного пространства «Слюдариум» в Петрозаводске, привлечении к его работе молодежи путем разработки широкого спектра возможных активностей на экспозиции.

С. А. Пиганов и **Т. Н. Иванова** (Тольяттинский государственный университет) ознакомили слушателей с результатами исследования «Конструктивный эскапизм: ЗОЖ как проактивная социокультурная

стратегия молодежи». В условиях высокого социального давления и ограниченной возможности контроля над внешними событиями молодежь использует проактивную деятельность, связанную с самоконтролем и управлением здоровьем, как эффективную стратегию снижения тревожности и обретения личной автономии. Эта стратегия, в отличие от деструктивных форм бегства от реальности, генерирует измеримую пользу как для индивида, так и для его социального позиционирования.

Подводя итоги работы секции «Молодежь как субъект социокультурных процессов», **Ю. В. Васькина** отметила разнообразие тем, освещенных в докладах выступающих, и выразила уверенность в том, что результаты проведенных исследований будут востребованы в формировании социальной, в том числе молодежной, политики.

Секция № 2. Социальная активность молодежи: методологическая рефлексия эмпирических исследований

В работе секции приняли участие студенты и аспиранты из Кирова, Москвы, Самары, а также из Кыргызской Республики. Участники секции представили свои доклады в сфере изучения социальной активности молодежи как в русле методологической рефлексии, так и на примере конкретных эмпирических исследований. Особое внимание в работе секции уделялось докладам, представляемым самой молодежью — студентами и аспирантами.

Аспирант **Д. С. Банахович** (Национальная академия наук Кыргызской Республики) представил доклад с социально-философским анализом феномена современного цифрового поколения в условиях глобальных и локальных социокультурных трансформаций. Докладчик обосновывает, что развитие цифрового поколения происходит в условиях противоречивого единства универсализации цифровых процессов и сохранения локальной культурной идентичности.

Доклад **Е. А. Гладышевой** (аспирантка, Самарский университет) посвящен рассмотрению дачи как социального института трансляции традиционных ценностей. На примере автоэтнографии и серии глубинных интервью Елена Александровна выделяет мотивы сохранения дачи, которые также являются каналами передачи таких ценностей, как труд, забота, семейная память.

Доклад аспиранта **Д. С. Горохова** (Самарский университет) посвящен социальной активности молодежи в сфере регионального кино. Докладчик рассматривает, как молодые акторы становятся институциональными строителями, компенсируя нехватку ресурсов «густым социальным капиталом».

А. Л. Гусейнова (Российской государственный гуманитарный университет) в своем докладе сосредоточила внимание на досуговых практиках городской молодежи, подчеркивая терминологическую неопределенность и необходимость разработки интегративной теоретической рамки. В своем докладе автор предложила операциональное определение, основанное на конструктивных признаках, что позволяет отличать данные практики от смежных феноменов.

Аспирант **М. А. Каримов** (Национальная академия наук Кыргызской Республики) рассмотрел проблемы трансформации социальной идентичности в условиях глобализации. Он затронул проблему влияния информационных технологий, социальных сетей, образования и политики на формирование множественной идентичности.

Магистрант **Е. Г. Михайлов** совместно с научным руководителем **Е. Г. Бабич** (Российский государственный социальный университет) представили исследование эффективности социального тренинга в повышении конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Результаты выявили ключевые факторы трудоустройства: развитие soft skills, навыков самопрезентации и адаптации к требованиям работодателей.

Аспирантка **О. Н. Рякитянская** (Национальная академия наук Кыргызской Республики) в своем докладе рассмотрела цифровые технологии как фактор трансформации политического сознания. Она подчеркнула значимость таких навыков, как цифровая грамотность и критическое мышление.

Вызвали интерес доклады магистранток и студенток Самарского университета. Так, **А. Е. Глухова** рассмотрела способы привлечения школьников к обучению в онлайн-школах подготовки к ЕГЭ. **С. С. Ильина** рассмотрела опыт френдфляции среди самарской молодежи. **В. А. Медведева** рассказала об опыте этнографического исследования коммуникации в видеоиграх.

Работа секции прошла в творческой и профессиональной атмосфере. Представленные доклады вызывали интерес у слушателей и активную дискуссию среди докладчиков и слушателей секции.

Секция № 3. «Практики социальной работы в формировании активной гражданской позиции молодежи»

В работе секции участвовали представители научного сообщества из высших учебных заведений Москвы, Минска, Санкт-Петербурга, Липецка, Камышина, Ульяновска, Самары и Тольятти, занимающиеся вопросами организации работы с молодежью в контексте общих социальных практик социальной работы. Лейтмотивом выступлений участников

стало рассмотрение различных аспектов влияния на осознанное участие нового поколения в жизни общества через реальные действия и развитие личностных качеств для решения социальных проблем и самореализации. Фокус внимания исследователей был направлен на рассмотрение активной гражданской позиции как интегративного качества личности, которое характеризуется социальной активностью, инициативностью, сочетанием общественных и личных ценностей, осознанием себя активным участником общественной жизни и формируется при взаимодействии с различными институтами, в том числе посредством социальной работы.

Открыл работу секции доклад **Н. В. Колесник** (НИУ ВШЭ Санкт-Петербурга), посвященный геймификации в поле политики. Наталья Владимировна познакомила слушателей с результатами своего исследования применения игровых практик в работе с молодежью представителей разных политических партий, действующих на территории Российской Федерации.

Дискуссионную тему подняла д. пед. н., профессор, заведующая кафедрой теории и технологии социальной работы Самарского университета, **Л. В. Куриленко**. Она посвятила свое выступление размышлениям о том, является ли социальная активность молодежи проявлением и индикатором саморазвития или же способом самореализации.

С. А. Маскалянова, заведующая кафедрой социального образования и социологии ФГБОУ ВО «ЛГПУ имени П. П. Семенова-Тян-Шанского», посвятила свое выступление актуальной теме добровольчества и участию молодежи. Докладчиком был сделан акцент на том, как добровольчество способствует социализации будущих педагогов — студентов педагогических вузов.

Тему добровольчества продолжили к. соц. н., доцент Первого Московского государственного медицинского университета им. И. М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Москва, **Л. Н. Воронова** и преподаватель Колледжа искусственного интеллекта в машиностроительной отрасли г. Липецка **И. А. Шацких**. Они рассмотрели ресурсный потенциал волонтерства в профилактике девиантного поведения подростков.

Значение ответственного участия молодежи в информационно-просветительской работе отметила в своем докладе **М. М. Солтан** (Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск). Она подчеркнула важность привлечения студентов медицинских вузов к формированию и распространению качественного информационного контента в процессе профилактики различных заболеваний.

Результатами изучения потенциала молодежных общественных объединений для организации социокультурной деятельности обучающихся

при осуществлении духовного воспитания поделилась **Т. Г. Балина** (Филиал ГОБУК ВО «Волгоградский государственный институт искусства и культуры» в г. Камышин).

Живой интерес вызвало совместное выступление сотрудников кафедры теории и технологии социальной работы Самарского университета **А. Ш. Галимовой** и **Ю. А. Костровой**, посвященное эмоциональной саморегуляции и ее месту в системе средств профилактики профессионального выгорания молодежи. Авторы не только теоретически обосновали понятие «эмоциональная саморегуляция», но и познакомили участников с несколькими методиками.

Теме занятости молодежи и актуальным мерам государственной поддержки в этой сфере были посвящены доклады к. ист. н., доцента кафедры теории и технологии социальной работы Самарского университета **Т. В. Глуховой** и магистранта направления подготовки «Социальная работа» **К. Н. Стрельцова**. Авторы представили обзор мероприятий Службы занятости Самарской области по организации ярмарок трудоустройства, по реализации закона «О молодом специалисте в Самарской области», участию в проекте «МолоТ» и в работе «Клуба занятой молодежи».

Студент направления подготовки «Социальная работа» социологического факультета Самарского университета **Е. А. Филипенков** обратил свой исследовательский интерес на изучение мер и средств поддержки инициативной молодежи в России. Егор Антонович проанализировал роль социального предпринимательства в становлении и самореализации молодого специалиста.

В. Н. Стрельникова, к. пед. н., доцент кафедры теории и технологии социальной работы Самарского университета, рассмотрела меры государственной поддержки молодежных и детских общественных объединений, а также предложила оценку эффективности их работы. С докладом, подготовленным под ее научным руководством, выступила студентка направления подготовки «Социальная работа» **С. В. Разумова**. Тема доклада: «Репродуктивные установки молодых семей: анализ понятия».

Тема работы с молодой семьей была продолжена в выступлении магистранта направления подготовки «Социальная работа» Самарского университета **М. И. Малиновского**. Максим Игоревич сделал акцент на описании возможностей такого ресурса социальной работы с молодежью, как тренинг.

Студентка **М. А. Старостина** (Ульяновский государственный педагогический университет имени И. Н. Ульянова) в докладе, подготовленном под руководством к. пед. н., доцента кафедры педагогики и социальной работы **Н. В. Бибиковой**, поделилась своим видением места и значения

инновационных технологий в профессиональном развитии будущих специалистов по социальной работе.

Аспектам взаимодействия современной молодежи с информационными технологиями посвятили свои исследования и выступления старшие преподаватели кафедры теории и технологии социальной работы Самарского университета **В. Л. Асланян** и **Л. Н. Пономарева**.

К. С. Белова, студентка направления подготовки «Социальная работа» Самарского университета, поделилась результатами своего исследования практик реабилитации молодежи с ментальной инвалидностью в г. Самаре. Она отметила особые успехи арт-терапии, в частности, работы театральных кружков. Доклад подготовлен под руководством к. соц. н., доцента, декана социологического факультета Самарского университета **С. В. Егоровой**.

Магистрант направления подготовки «Социальная работа» Самарского университета **М. Н. Юшина** познакомила собравшихся с проведенным исследованием средств активизации потенциала молодых специалистов учреждений социального обслуживания, в частности, на основе анализа содержания Соглашения между министерством социально-демографической и семейной политики Самарской области и Общественной организацией «Самарский областной профессиональный союз работников социальной защиты населения» о регулировании социально-трудовых отношений в 2025–2028 гг. в государственных учреждениях Самарской области, подведомственных министерству социально-демографической и семейной политики Самарской области. Автор отметила, что Соглашение обеспечивает регулирование социально-трудовых отношений работников учреждений социального обслуживания, в том числе молодых специалистов. Оно содержит положения о всестороннем развитии молодых специалистов, их профессиональной и социальной адаптации, раскрытии творческого, научно-профессионального потенциала, практике наставничества, содействия инновационной активности молодежи.

И. Р. Давлетшин, магистрант направления подготовки «Социальная работа» социологического факультета Самарского университета, предложил вниманию участников результаты эмпирического исследования на тему «Социальный портрет членов Содружества Анонимных Алкоголиков Самарской области». Автор подчеркнул роль организации в преодолении зависимости и отметил, что участие в жизни сообщества помогает менять социальное окружение с деструктивного на поддерживающее трезвый образ жизни. Это дает шанс на восстановление всех сторон социальной жизни: восстановление семьи, обретение ответственных работников и полноценных граждан.

Завершило работу секции выступление **В. С. Тамбовцевой**, магистранта направления подготовки «Социальная работа» социологического факультета Самарского университета, посвященное выявлению и описанию факторов развития социальной активности молодежи.

Заседание секции прошло в атмосфере научной дискуссии и конструктивного обмена профессиональным опытом. Заслушано 20 докладов как в формате очного присутствия, так и онлайн.

Секция № 4. «Студенческая молодежь в фокусе междисциплинарных исследований»

Заявленная секция собрала студентов и преподавателей высших учебных заведений Москвы, Санкт-Петербурга, Луганска, Екатеринбурга, Волгограда, Уфы, Самары и Тольятти, объединенных общим интересом к исследованию студенческой молодежи. Основными стали тематические направления, связанные с осмыслением ценности семьи, ролью памятников в формировании гражданской идентичности молодежи и проблемами с преподаванием курса «Основы российской государственности».

Открыл работу секции доклад д. соц. н., профессора **А. А. Бесчастной** (СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ), посвященный исследованию мнения санкт-петербургской молодежи о семье, рождении детей, необходимых для этого условиях. Автор акцентировала внимание на сравнении представлений о семье современной молодежи и тех юношей и девушек, чья молодость пришлась на советский период.

Живой интерес вызвало эмоционально насыщенное выступление доцента **С. С. Бойчука** (Луганский государственный университет имени Владимира Даля), посвященное вопросам формирования исторической памяти и университетской идентичности. В фокусе внимания ученого выявленные на основе методики свободных ассоциаций смысловые наполнения представлений студентов о человеке В. И. Дале и памятнике Казаку Луганскому — Владимиру Далю, установленном у стен Луганского государственного университета. Автор обратил внимание участников не только на нестыковки и разрывы в образе Владимира Даля в представлениях студентов, но и на неожиданные интерпретации этого образа.

Теме исследования исторической памяти был посвящен доклад студентки **Е. В. Кузнецовой** (УрФУ), подготовленный совместно с доцентом **В. Р. Лопатиной** (УрФУ), о восприятии студентами Екатеринбурга памятников, посвященных Великой Отечественной войне. Используя количественные и качественные методики, докладчики пришли к выводу

о фрагментарности знаний молодежи, а также о ключевой роли цифровой среды как средства, дополняющего ресурс физических памятников. Ими были даны рекомендации по интеграции памятников в городскую среду.

В докладе доцента **Л. В. Вандышевой** (Самарский университет), подготовленном совместно со студентом Института информатики и кибернетики **Г. В. Авериным** (Самарский университет), был поднят вопрос формирования навыков саморегуляции у студентов посредством использования разработанного авторами чат-бота, представляющего метод образовательной кинезиологии «Гимнастика мозга», а также были приведены оценки этого инструмента студентами.

Студентка **У. В. Ярцева** (Тольяттинский государственный университет — ТГУ) в докладе, подготовленном совместно с профессором **Т. Н. Ивановой** (ТГУ), подняла актуальный вопрос государственной поддержки молодежных проектов в современной России, акцентировав внимание на ее многоуровневой системе и целостном характере.

Проблематика преподавания курса «Основы российской государственности» была обозначена на секции в нескольких выступлениях. Доктор соц. н., профессор С. В. Явон (ПВГУС) задала высокую планку обсуждения этого вопроса с позиций роли данного курса в системе гражданско-патриотического воспитания молодежи. Докладчик поделилась опытом преподавания курса в ПВГУС, рассказала о том, как он встроен в общую систему воспитательной работы в вузе, с опорой на собственный опыт показала, как имплементированы дисциплина для школьников «Разговоры о важном» и вузовские курсы «Обучение служением» и «Основы российской государственности». **Э. В. Климкина** (Самарский государственный институт культуры — СГИК) рассказала о специфике преподавания курса студентам СГИК, превращающих свои ответы на практических занятиях в целые представления. **А. В. Лопухова** (Самарский университет) сконцентрировалась на интересных воодушевляющих «находках», специфике преподавания курса обучающимся по направлениям «биология» и «история». Автор приходит к выводу о том, что современные студенты считают наиболее актуальными для изучения темы, связанные с вопросами российского мировоззрения, многообразия регионов России, ее природы, истории и политического устройства.

Завершало работу секции выступление магистрантки программы «Прикладная социология и социальная психология» **А. А. Черкашиной** (Самарский университет). В фокусе внимания докладчика оказался альтернативный русский рэп. Используя метод свободного интервью в рамках качественного подхода, исследовала смыслы, образы и роль музыки в социальной жизни, выясняла, как сказывается увлеченность альтернативным русским рэпом на чувстве принадлежности и повседневных

практиках. В ходе дискуссии обсуждались вопросы: в чем состоит специфика значений для современной молодежи альтернативного рэпа и каковы отличия от смыслов, вкладываемых в рэп мейнстримный.

Секционное заседание прошло в творческой атмосфере, было заслушано 10 докладов, участники работали в смешанном формате: как в очном, так и онлайн. Все заслушанные доклады вызывали интерес, побуждали к дискуссии.

В завершение обзора отметим, что в рамках Первых чтений был проведен научно-исследовательский семинар **«Патриотическое сознание молодежи в условиях цифровой трансформации: новые идеи для формирования»** (модератор: д. психол. н., профессор Е. И. Чердымова).

На конференции с докладами выступили более 120 человек. Готовится к изданию сборник статей участников Чтений. Самарские социологические чтения планируется проводить каждые 2 года.

Сведения об авторах

Васькина Юлия Владимировна, кандидат социологических наук, доцент, заведующая кафедрой социологии и культурологии, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия; ассоциированный научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербург, Россия. vaskina.yuv@ssau.ru

Глухова Татьяна Валерьевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры теории и технологии социальной работы, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия. glukhova.tv@ssau.ru

Егорова Светлана Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент, декан социологического факультета, заведующая кафедрой методологии социологических и маркетинговых исследований, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия. egorova.sv@ssau.ru
SPIN-код 3048-8781

Митрофанова Светлана Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и культурологии, доцент кафедры социологии политических и региональных процессов, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, Самара, Россия. mitrofanova.syu@ssau.ru

Статья поступила в редакцию: 27.05.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 29.06.2026;
принята к публикации: 09.07.2026.

***Yulia V. Vaskina*[1,2], *Tatyana V. Glukhova*[1],**
***Svetlana V. Egorova*[1], *Svetlana Yu. Mitrofanova*[1]**

[1] *Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev Samara, Russian Federation*
[2] *Sociological Institute of FCTAS RAS St. Petersburg, Russian Federation*

THE FIRST SAMARA SOCIOLOGICAL READINGS "VECTORS OF SOCIAL ACTIVITY OF RUSSIAN YOUTH"

Abstract: The review presents the results of the work of four sections of the First Samara Sociological Readings dedicated to the 95th anniversary of Academician E. F. Molevich. The main thematic areas are highlighted: youth as a subject of sociocultural processes, methodological reflection on social activity, social work practices in shaping civic attitudes, and interdisciplinary research on university students.

Keywords: youth, social activity, sociological readings, university students, social work, methodology, Samara University.

For citation: Vaskina Yu. V., Glukhova T. V., Egorova S. V., Mitrofanova S. Yu. The First Samara Sociological Readings "Vectors of Social Activity of Russian Youth". St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 135–150. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.3bee-ry86; EDN: DHQWID

Information about the authors

Vaskina Yulia V., Candidate of Sociology, Associate Professor, Head of the Department of Sociology and Cultural Studies, Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev, Samara, Russian Federation; Research Associate, Sociological Institute of FCTAS RAS, St. Petersburg, Russian Federation. vaskina.yuv@ssau.ru

Glukhova Tatyana V., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and Technology of Social Work, Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev, Samara, Russian Federation. glukhova.tv@ssau.ru

Egorova Svetlana V., Candidate of Sociology, Associate Professor, Dean of the Faculty of Sociology, Head of the Department of Methodology of Sociological and Marketing Research, Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev, Samara, Russian Federation. egorova.sv@ssau.ru SPIN 3048-8781

Mitrofanova Svetlana Yu., Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Associate Professor of the Department of Sociology of Political and Regional Processes, Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev, Samara, Russian Federation. mitrofanova.syu@ssau.ru

Received: 27.05.2026; revised after review: 29.06.2026; accepted for publication: 09.07.2026

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.16a8-7508
EDN: JDREWP
УДК 316.6

Елена Ивановна Чердымова,
Ольга Александровна Малаканова
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева
Самара, Россия

ПАТРИОТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: ОБЗОР МАТЕРИАЛОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО СЕМИНАРА

Аннотация: Представлен обзор выступлений участников научно-исследовательского семинара, посвященного изучению патриотического сознания молодежи. Изложено краткое содержание докладов исследовательского коллектива, реализующего грант РНФ №25-28-02578 «Формирование патриотического сознания и его структурных компонентов у студентов в цифровой образовательной среде». Освещены конкурсные студенческие проекты на тему «Для меня патриотизм — это…».

Ключевые слова: молодежь, патриотическое сознание, социологические чтения, научно-исследовательский семинар, студенческие проекты, грант РНФ, Самарский университет

Ссылка для цитирования: Чердымова Е. И., Малаканова О. А. Патриотическое сознание молодежи в условиях цифровой трансформации: обзор материалов научно-исследовательского семинара // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 151–156. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.16a8-7508; EDN: JDREWP

В рамках Первых Самарских социологических чтений на тему «Векторы социальной активности российской молодежи», посвященных 95-летию академика, профессора, д. филос. н. **Евгения Фомича Молевича** (Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева, 10 апреля 2026 г.), был проведен научно-исследовательский семинар «Патриотическое сознание молодежи в условиях цифровой трансформации: новые идеи для формирования» (грант Российского научного фонда № 25-28-02578 «Формирование

патриотического сознания и его структурных компонентов у студентов в цифровой образовательной среде»). Модератор семинара — д. психол. н., доцент, профессор кафедры социологии и культурологии Самарского университета Е. И. Чердымова. Секретарь семинара — к. соц. н., доцент, доцент кафедры социологии и культурологии Самарского университета О. А. Малаканова.

Научно-исследовательский семинар состоял из двух частей и включал в себя два основных формата работы участников. В первой части — научно-исследовательской — все участники научного коллектива выступили с содержательными докладами, содержащими промежуточные результаты теоретического и эмпирического анализа в рамках реализации гранта РНФ № 25-28-02578 «Формирование патриотического сознания и его структурных компонентов у студентов в цифровой образовательной среде».

Е. И. Чердымова выделила и исследовала ключевые составляющие патриотического сознания молодежи, акцентируя внимание на смысловых направлениях восприятия патриотизма. Она отметила, что в студенческих представлениях о патриотизме можно выделить ядро, периферию, контрастную и переходную зоны. Ядро этих представлений в массовом студенческом сознании имеет выраженную эмоциональную окраску и связано с отношением к Родине через любовь, гордость и верность. В состав контрастной зоны в основном входят единичные представления: солдат, защитник, воинственность, привязанность, вера, семья, радость, честность, доблесть, единство, ответственность. Подавляющее большинство опрошенных студентов (85,0%) полагают, что в настоящее время в стране следует уделять больше внимания патриотическому воспитанию молодежи, причем каждый второй респондент (51,1%) считает это «крайне важным». Негативные оценки встречаются редко (менее 2%). Это указывает на широкий общественный запрос на разработку патриотических мероприятий и активизацию участия в этом процессе молодежи.

О. А. Малаканова представила понятийный анализ патриотизма, подчеркнув, что это явление требует непрерывного переосмысления, поскольку отличается высокой чувствительностью к общественным трансформациям и формируется под влиянием ранее накопленного исторического опыта. Семантическая интерпретация понятия строится на четырех основных векторах: как эмоциональное отношение к Родине, как социальное чувство, как культурная и историческая ценность и как идеологический ресурс государства.

Д. А. Каршин (аспирант) представил теоретический анализ границ понятий «патриотизм» и «патриотическое сознание» в современном научном дискурсе, проследив историческую эволюцию термина от античных философских представлений до современных западных и российских подходов.

М. А. Медведев (студент 3-го курса социологического факультета) привел результаты анкетного опроса среди первокурсников социально-гуманитарного института Самарского университета. 67,7% респондентов в той или иной степени согласны с тем, что важно защищать страну от любых посягательств, а 44,7% первокурсников полагают, что необходимо быть готовыми защищать Родину на поле боя.

В работе НИС были заявлены также доклады иногородних участников. Доклад **Г. С. Широкаловой** (Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра (ФНИСЦ) РАН) «Патриотизм: содержание понятия через формы проявления», в котором были отражены результаты социологического онлайн-исследования нижегородских студентов и проведения их сравнительного анализа с данными ВЦИОМ. Доклад **В. А. Кирилловой**, **А. Д. Банахович**, **М. П. Новикова** (Российский университет дружбы народов имени П. Лумумбы, г. Москва) «Тыл и победа: воспитание гражданственности через историю подвига народа» раскрыл возможности объединения в один проект краеведческой, волонтерской деятельности и культурно-просветительской инициативы.

Вторая часть НИС — презентации студенческих проектов на тему «Для меня патриотизм — это…», прошедших первичный отбор для участия в конкурсе в рамках грантового проекта. Всего было представлено девять проектов студентов 1-го курса социологического факультета Самарского университета, каждый из которых в обязательном порядке включал в себя лаконичную визуализацию основной идеи. Все конкурсные работы были творческими и содержали уникальные идеи для привлечения внимания студенческой молодежи к теме патриотизма:

1. **Морозова Варвара, Неретина Ева** «Патриотизм без шаблонов: взгляд изнутри» (1-е место), цель — «показать, что у молодежи нет единого навязанного понимания патриотизма. И запустить … цепную реакцию малых дел».

2. **Андреева Злата, Лоскутова Мария** «Патриотизм в простых вещах» (2-е место), цель — «сформировать новый взгляд на патриотизм — не как на обязанность, а как на тихое внимание к своей

повседневной реальности». Цифровой продукт докладчиков — серия слайдов с озвучкой-медитацией, который помогает человеку самому прийти к чувству «это мое», это ценно для меня.

3. **Щербакова Анастасия, Янзина Алена** «О любви к Родине» (3-е место), цель — «раскрыть патриотизм как личное, не навязанное чувство через одно слово каждого участника». Цифровой продукт — интерактивная игра с «деревом патриотизма».

4. **Демидова Ксения, Орлова Елизавета** «Истинный и мнимый патриотизм» (приз зрительских симпатий), цель — «показать различие между мнимым и настоящим патриотизмом, разбудить в сердцах аудитории чувство истинного патриотизма, дать понять, что на самом деле некоторые наши чувства и действия, о которых мы молчим, тоже являются его проявлением и не обязательно о них кричать».

5. **Уклеена Екатерина, Синева Ангелина** «Нить времени; патриотизм в стиле» (приз зрительских симпатий), цель — «отразить культурные элементы народов России в повседневных образах одежды. Одежда в данном контексте выступает как визуальный язык. Через нее человек может транслировать уважение к своим корням, интерес к истории и культуре своей страны».

6. **Зубова Вероника, Сарсенова Алина** «Патриотизм как любовь к малой родине», цель — «сформировать у молодежи чувство привязанности к своей малой родине через личное участие в сохранении ее нематериального наследия».

7. **Терешин Константин, Сырин Иван, Бояхчян Айк** «Начать с себя», цель — «сформировать у студенческой молодежи осознанное патриотическое сознание, показать, что патриотизм — это не громкие слова, а личная ответственность за свою страну, начиная с собственного двора, университета и города».

8. **Васильев Иван, Каменский Александр, Пантелеев Максим** «Любовь к природе Родины как проявление патриотизма», цель — «показать людям, что надо заботиться о природе родной страны».

9. **Бибикова Дария, Бибикова София, Щербатов Владислав** «Карта воспоминаний», цель — «напомнить студентам о красоте родного города и пробудить чувство глубокой привязанности к малой родине через их воспоминания».

Экспертами представленных проектов выступили следующие почетные участники семинара:

Сорокоумова Елена Александровна, д. психол. н., заслуженный работник Высшей школы РФ, профессор, член-корреспондент РАЕ, Московский педагогический государственный университет (Москва);

Большаков Андрей Георгиевич, д. полит. н., профессор, Институт международных отношений, истории и востоковедения КФУ, Член комиссии по мониторингу и разрешению конфликтных ситуаций в сфере межнациональных отношений Совета по межнациональным отношениям при Президенте РФ, член экспертного совета ФАДН России, ответственный секретарь Экспертного совета при КФУ по общественно-политическим и этноконфессиональным вопросам, директор научных программ АНО «Институт исследований Центральной Азии» (ИИЦА) (Казань);

Шиханова Елена Геннадьевна, к. пед. н., доцент, директор, Координационный центр по вопросам формирования у молодежи активной гражданской позиции, предупреждения межнациональных и межконфессиональных конфликтов, противодействия идеологии терроризма и профилактики экстремизма (Самара);

Субботкин Артем Викторович, консультант министерства молодежной политики Самарской области;

Неверов Денис Вячеславович, руководитель АНО военно-патриотический клуб «СПАС», участник СВО;

Санько Альбина Михайловна, к. пед. н., доцент, Самарский государственный университет (Самара).

Эксперты отметили уникальные творческие идеи представленных работ, а также высокий уровень их визуальной реализации. Лучшие студенческие проекты были отмечены местами и получили рекомендацию для участия Шестом международном конкурсе студенческих инициатив в сфере противодействия идеологии терроризма и экстремизма.

Сведения об авторах

Чердымова Елена Ивановна, доктор психологических наук,
профессор кафедры социологии и культурологии,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева, Самара, Россия.
cherdimova.ei@ssau.ru

Малаканова Ольга Александровна, кандидат социологических наук,
доцент, доцент кафедры социологии и культурологии,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева, Самара, Россия.
malakanova.oa@ssau.ru

Статья поступила в редакцию: 27.05.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 02.07.2026;
принята к публикации: 09.07.2026.

Elena I. Cherdymova, Olga A. Malakanova

Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev
Samara, Russian Federation

PATRIOTIC CONSCIOUSNESS OF YOUTH IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION: A REVIEW OF THE PROCEEDINGS OF A RESEARCH SEMINAR

Abstract: This article presents an overview of presentations by participants in a research seminar devoted to the study of youth patriotic consciousness. It summarizes the reports of the research team implementing Russian Science Foundation grant No. 25-28-02578, "Formation of Patriotic Consciousness and Its Structural Components in Students in a Digital Educational Environment." The article also highlights student projects on the topic "For Me, Patriotism Is...".

Keywords: youth, patriotic consciousness, sociological readings, research seminar, student projects, Russian Science Foundation grant, Samara University

For citation: Cherdymova E. I., Malakanova O. A. Patriotic consciousness of youth in the context of digital transformation: a review of the proceedings of a research seminar. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 151–156. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.16a8-7508; EDN: JDREWP

Information about the authors

Cherdymova Elena I., Doctor of Psychology, Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
cherdimova.ei@ssau.ru

Malakanova Olga A., Candidate of Sociology, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies, Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
malakanova.oa@ssau.ru

Received: 27.05.2026;
revised after review: 02.07.2026;
accepted for publication: 09.07.2026

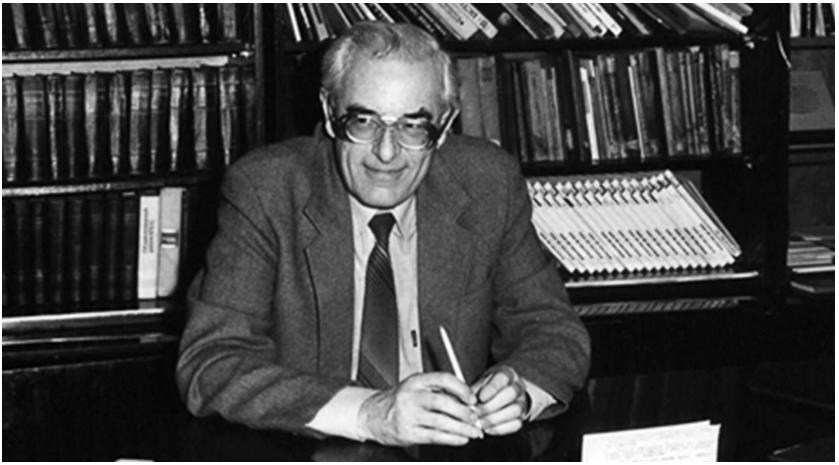
ЮБИЛЕИ

DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.zh3f-x552
EDN: JIHYWW
УДК 316.2(092)

Владислав Юрьевич Бочаров[1,2]**,**
Светлана Вячеславовна Егорова[1]

[1] *Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева*
Самара, Россия
[2] *Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН*
Санкт-Петербург, Россия

НЕОБРАТИМОСТЬ ДВИЖЕНИЯ:
к 95-летию Е. Ф. Молевича



Ссылка для цитирования: Бочаров В. Ю., Егорова С. В. Необратимость движения: к 95-летию Е. Ф. Молевича // Петербургская социология сегодня. — 2026. — Т. 18. — № 3. — С. 157–163. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.zh3f-x552; EDN: JIHYWW

25 апреля 2026 г. Евгению Фомичу Молевичу исполнилось 95. Пять лет назад, к его 90-летию, коллеги уже назвали его «Человеком-эпохой» [1] — и это было справедливо. Но эпоха — это нечто завершенное, оглядка назад. А Евгений Фомич, даже перешагнув 90-летний рубеж, вплоть до последнего времени продолжал читать лекции, разрабатывать новые курсы, спорить, мыслить, двигаться вперед. Поэтому сейчас, на рубеже 95 лет, уместнее вставить другое слово — «движение». И его философскую характеристику — «необратимость».

Движение первое: против течения

Молевич родился в Москве в 1931-м, в 1935 г. семья переехала в город Орел [2, с. 31]. Война, эвакуация в Казахстан, отец-фронтовик, дважды раненый, но вернувшийся. Уже в 12 лет — комсомольская работа: «активистам давали взрослые поручения» [1, с. 7]. В 14 он уже, по сути, лидер — комсорг в ЦК ВЛКСМ Казахстана в Алматинской спецзоне. В 1949 г. Молевич поступает на вновь открывшийся Алматинский философский факультет. Учеба в вузе сопровождается работой в вечернем университете марксистов-ленинистов, где, будучи студентом 3-го курса, Молевич преподает философию. На защиту диплома Молевича явилась вся городская профессура, уже знавшая, что в ней много несоветского и непривычного. Защита, длившаяся 4 часа, со слов самого Евгения Фомича, представляла собой бой, завершившийся победой [2, с. 36]. Но настоящее движение вперед началось в Семипалатинске, куда Молевич уезжает по распределению после окончания университета.

1954 год. Молевич — единственный философ с профильным образованием в целом городе. А вокруг — ссыльные ученые: Лепешинская, Тимофеев-Ресовский, Финкельштейн. Те, кого официальная наука объявила врагами. Молевич не побоялся с ними общаться, учиться, впитывать мировую науку — в противовес «лысенковщине» и догмам. Это было первое «необратимое» решение: однажды выбрав честное знание, он уже не свернул.

Его кандидатская диссертация о прогрессе в живой природе была написана «с немичуринских позиций». Она пролежала в ВАКе три года — до падения Хрущева и всей «лысенковщины». Но Молевич не сломался, не переписал, не «причесал» под линию. Диссертация была защищена в 1963 г. — и это стало точкой «невозврата» к конъюнктуре [3].

Движение второе: Урал, прорыв в философии

В Уральском государственном университете, под руководством М. Н. Руткевича (1917–2009), Молевич совершает то, что иначе чем научной смелостью не назвать. Они пересматривают «закон отрицания отрицания» — один из краеугольных камней советской диалектики. Их вывод: отождествлять этот закон с поступательным развитием неправомерно. «Весьма трудно обнаружить спираль… в развитии орудий труда и машин», — писал М. Н. Руткевич, и Молевич полностью разделял эту позицию [3, с. 86].

Это был не просто научный спор. Это была попытка «двинуть» философскую мысль вперед, освободить ее от схоластических пут. «Необратимость» этого шага означала, что назад, к плоскому пониманию диалектики, уже не вернуться. Так что в 1960-е гг. Молевич становится известным уже не только в партийных кругах, а в философских, как «автор крушения основ марксистской философии» [2, с. 41].

Движение третье: Самара, создание школы

В конце 1960-х — переезд в Куйбышев. Первая в Поволжье социологическая лаборатория (1969 г.). Затем — университет, где Молевич работает с 1972 г. В 1977 г. — докторская диссертация о направленности развития в природе, где он четко разводит понятия «развитие» и «прогресс» [3].

В 1989 г. он открывает отделение социологии, которое через четыре года станет одним из лучших факультетов страны. И в этом — главное движение Молевича: он не только сам идет вперед, он ведет за собой. Тысячи студентов, десятки кандидатов и докторов наук, школа, которой гордится Самара.

А еще — дискуссионный клуб в Доме молодежи. Конец 1970-х. Забитые залы, молодежь «висит на стенах», чтобы поспорить с Молевичем [1]. Это было движение навстречу — ученого и тех, кому предстояло строить будущее.

Движение четвертое: теория труда и постиндустриальное общество

В 1990-е гг. Молевич создает концепцию трехаспектной структуры социологического знания — содержательной, формальной, функциональной. Его «Общая социология» выдержала три издания (1997, 2003, 2011) [4]. Он пишет о гендерной революции, о социальной старости, об образовании как глобальной проблеме. А в 2007 г. издает «Введение

в социальную глобалистику» — одно из первых в стране учебных пособий по этой теме [5].

Центральная тема — труд. Молевич анализирует сдвиги в постиндустриальном обществе: приоритет умственного труда, рост самозанятости, появление «когнитариата». И приходит к выводу, который многое объясняет в его мировоззрении: «При всех частных фактах регрессивного и одноплоскостного развития наблюдается вполне очевидное преобладание именно прогрессивной направленности истории человечества» [6, с. 48]. Это, по сути, кредо человека, для которого «необратимость движения» — не отвлеченная философема, а принцип жизни.

Признание: обратного хода нет

О Молевиче говорят не как об ушедшем классике, а как о действующем Учителе. Его коллега Б. Г. Тукумцев (1927–2021) вспоминал: «Нельзя не отметить огромную роль… профессора Е. Ф. Молевича. Делегируя научному коллективу максимум возможных полномочий, он в то же время постоянно заботился о расширении поля его статуса» [7, с. 4]. Редакция журнала «Социологические исследования» 10 лет назад писала: «Все, кто имеет возможность общаться с ним, знают его простую и доступную для понимания мудрость» [8, с. 148]. И сегодня, в 95 лет, он остается в строю — поддерживая связь с коллегами и учениками. Продолжает двигаться.

Первые Самарские чтения: движение продолжается

10 апреля 2026 г. в Самарском университете прошли Первые Самарские социологические чтения «Векторы социальной активности российской молодежи», посвященные 95-летию Евгения Фомича Молевича Более 120 участников из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Тюмени, Волгограда, Уфы, а также из Болгарии и Сербии. Четыре секции, живые дискуссии, молодые лица. Сам юбиляр обратился к участникам онлайн и пожелал молодым исследователям новых творческих союзов, научных достижений и открытий. Чтения планируется проводить каждые два года. Это значит, что «движение» будет продолжаться. И оно, как учит **Евгений Фомич**, — «необратимо». В одной из своих центральных работ — «Круговорот и необратимость в мировом движении» (1976) — Молевич утверждал, что никакие циклы круговоротов не существуют вне процесса развития [9]. Эта формула удивительным образом оказалась пророческой для его собственной жизни: движение вперед, без возврата назад, без топтания на месте, без страха перед новым.

Источники

1. *Авдошина Н. В., Бочаров В. Ю.* Евгений Фомич Молевич: Человек-эпоха (к 90-летию Ученого и Замечательного Человека) // Семиотические исследования. — 2021. — Т. 1, № 2. — С. 6–14.

2. Живая история факультета: 35 интервью: коллективная монография / А. С. Готлиб, С. В. Егорова, И. А. Землянская [и др.]; под ред. А. С. Готлиб. — Самара: САМАРАМА, 2025. — 525 с.

3. *Авдошина Н. В., Бочаров В. Ю.* Евгений Фомич Молевич: закономерности прогрессивной эволюции жизненного пути в 1960–70-х гг. // Семиотические исследования. — 2022. — Т. 2, № 2. — С. 84–88.

4. *Молевич Е. Ф.* Общая социология: курс лекций. — 2-е изд. — М.: УРСС, 2003. — 326 с.

5. *Молевич Е. Ф.* Введение в социальную глобалистику. — Самара: БАХРАХ-М, 2007. — 159 с.

6. *Молевич Е. Ф.* Общество как система и процесс: социально-философское введение в социологию. — Самара: Самарский университет, 2011. — 200 с.

7. *Тукумцев Б. Г.* Очерки истории первой самарской социологической лаборатории. — Самара: Самарский университет, 2000. — 39 с.

8. Молевичу Е. Ф. — 85 лет // Социологические исследования. — 2016. — № 8. — С. 148.

9. *Молевич Е. Ф.* Круговорот и необратимость в мировом движении. — Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1976. — 107 с.

Сведения об авторах

Бочаров Владислав Юрьевич, кандидат социологических наук,
доцент, доцент кафедры социологии и культурологии,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия; ассоциированный научный сотрудник,
Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН,
Санкт-Петербург, Россия.
bocharov@ssau.ru SPIN-код 7697-5914

Егорова Светлана Вячеславовна, кандидат социологических наук,
доцент, декан социологического факультета, заведующая кафедрой
методологии социологических и маркетинговых исследований,
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королева,
Самара, Россия.
egorova.sv@ssau.ru SPIN-код 3048-8781

Статья поступила в редакцию: 18.06.2026;
поступила после рецензирования и доработки: 01.07.2026;
принята к публикации: 09.07.2026.

Vladislav Yu. Bocharov[1,2]***, Svetlana V. Egorova***[1]

[1] *Samara National Research University named after Academician S. P. Korolev Samara, Russian Federation*
[2] *Sociological Institute of FCTAS RAS St. Petersburg, Russian Federation*

THE IRREVERSIBILITY OF MOTION: On the 95th Anniversary of E. F. Molevich

For citation: Bocharov V. Yu., Egorova S. V. The Irreversibility of Motion: On the 95th Anniversary of E. F. Molevich. St. Petersburg Sociology Today. 2026. Vol. 18. No. 3. P. 157–163. DOI: 10.25990/socinstras.pss-18-3.zh3f-x552; EDN: JIHYWW

References

1. Avdoshina N. V., Bocharov V. Yu. Evgenii Fomich Molevich: Chelovek-epokha (k 90-letiyu Uchenogo i Zamechatel'nogo Cheloveka) [Evgeny Fomich Molevich: A man of the epoch (on the 90th anniversary of the scientist and remarkable person)]. *Semioticheskie issledovaniya* [Semiotic Studies], 2021, vol. 1, no. 2, pp. 6–14. (In Russ.)

2. Gotlib A. S., Egorova S. V., Zemlyanskaya I. A. et al. *Zhivaya istoriya fakul'teta: 35 interv'yu: kollektivnaya monografiya* [The Living History of the Faculty: 35 Interviews: Collective Monograph]. A. S. Gotlib, ed. Samara, SAMARAMA, 2025, 525 p. (In Russ.)

3. Avdoshina N. V., Bocharov V. Yu. Evgenii Fomich Molevich: zakonomernosti progressivnoi evolyutsii zhiznennogo puti v 1960–70-kh gg. [Evgeny Fomich Molevich: Patterns of the progressive evolution of his life path in the 1960s–1970s]. *Semioticheskie issledovaniya* [Semiotic Studies], 2022, vol. 2, no. 2, pp. 84–88. (In Russ.)

4. Molevich E. F. *Obshchaya sotsiologiya: kurs lektsii* [General Sociology: A Course of Lectures]. 2nd ed. Moscow, URSS, 2003, 326 p. (In Russ.)

5. Molevich E. F. *Vvedenie v sotsial'nuyu globalistiku* [Introduction to Social Global Studies]. Samara, BAKHRAKH-M, 2007, 159 p. (In Russ.)

6. Molevich E. F. *Obshchestvo kak sistema i protsess: sotsial'no-filosofskoe vvedenie v sotsiologiyu* [Society as a System and a Process: A Socio-Philosophical Introduction to Sociology]. Samara, Samara University Publishing House, 2011, 200 p. (In Russ.)

7. Tukumtsev B. G. *Ocherki istorii pervoi samarskoi sotsiologicheskoi laboratorii* [Essays on the History of the First Samara Sociological Laboratory]. Samara, Samara University Publishing House, 2000, 39 p. (In Russ.)

8. Molevichu E. F. — 85 let [E. F. Molevich Turns 85]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies], 2016, no. 8, p. 148. (In Russ.)

9. Molevich E. F. *Krugovorot i neobratimost' v mirovom dvizhenii* [Circulation and Irreversibility in the Movement of the World]. Saratov, Saratov University Publishing House, 1976, 107 p. (In Russ.)

Information about the authors

Bocharov Vladislav Yu., Candidate of Sociology, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Sociology and Cultural Studies,
Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation;
Research Associate, Sociological Institute of FCTAS RAS,
St. Petersburg, Russian Federation.
bocharov@ssau.ru SPIN 7697-5914

Egorova Svetlana V., Candidate of Sociology, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Sociology, Head of the Department of Methodology
of Sociological and Marketing Research,
Samara National Research University
named after Academician S. P. Korolev,
Samara, Russian Federation.
egorova.sv@ssau.ru SPIN 3048-8781

Received: 18.06.2026;
revised after review: 01.07.2026;
accepted for publication: 09.07.2026

Научное издание

ПЕТЕРБУРГСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ СЕГОДНЯ
2026
Том 18, № 3

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ЭЛ № ФС 77-91095 от 18.03.2026 г.

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: *И. И. Елисеева*
Научные редакторы: *И. И. Елисеева, Н. В. Колесник*

Журнал «Петербургская социология сегодня» включен в базу РИНЦ
Права на материалы, опубликованные «Петербургской социологией сегодня», принадлежат редакции и авторам. Публикации журнала не могут быть воспроизведены в любой форме без письменного разрешения редакции.
Все права сохраняются.

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://pitersociology.ru/ru/about
на сайте издателя: https://www.fnisc.ru/index.php?page_id=3067
на сайте РИНЦ: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=33540

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
Телефон издателя: 8 499 125-00-79. Сайт издателя: https://www.fnisc.ru
Адрес редакции: 190005, Санкт-Петербург, ул. 7-я Красноармейская, д. 25/14
Телефон редакции: 8 812 316-24-96. Электронная почта редакции: si_ras@mail.ru

Технический редактор *А. Б. Левкина.*
Корректор *А. А. Нотик.* Оригинал-макет *С. В. Красильнюк.*
Подписано в печать 28.08.2026. Формат 60×84 $^{1}/_{16}$. Электронное издание.
Подготовлено в издательско-полиграфической фирме «Реноме»,
192007, Санкт-Петербург, наб. Обводного канала, д. 40. Тел. (812) 766-05-66.
E-mail: book@renomespb.ru. www.renomespb.ru