

Том 19, № 2

Апрель – июнь 2026

ИЗВЕСТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ. СОЦИОЛОГИЯ. ЭКОНОМИКА. ПОЛИТИКА

Издается Тюменским индустриальным университетом с 2002 г.
Журнал «Региональные социальные процессы» сменил название на
«Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика» в 2008 г.

**Регистрационный номер ПИ № ФС 77–89190 от 17 марта 2025 года
выдан Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)**

Учредитель журнала:
**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тюменский индустриальный университет»**

Издатель: **ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет»,
625000, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Володарского, 38, +7(3452)28-35-91**

Периодичность: 4 раза в год

Условия распространения материалов:
контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

Главный редактор М. Л. Белоножко

Редакторы — В. И. Карашлийска, Н. В. Шуваева

Адрес редакции: **625027, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Киевская, 52, к. 306**
Тел./факс: **8 (3452) 28-30-76, <http://www.sep-tyuiu.ru>**
E-mail: **belonozhkoml@tyuiu.ru**

**Включен в перечень ВАК Министерства науки и высшего образования РФ
ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, индексируется в РИНЦ**

Vol. 19, No. 2

April – June 2026

PROCEEDINGS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS. SOCIOLOGY. ECONOMICS. POLITICS

Published by Industrial University of Tyumen, Since 2002
In 2008 the Journal "Regional Social Processes" changed the title to "Proceedings from higher
educational institutions. Sociology. Economics. Politics"

Registration number of PI № FS 77–89190 dated March 17, 2025
**Issued by the Federal Service for Supervision of Communications,
Information Technology, and Mass Media (Roskomnadzor)**

Founder:
**Federal State Budget Educational Institution of Higher Education
"Industrial University of Tyumen"**

Publisher: **Industrial University of Tyumen,**
625000, Tyumen, 38, Volodarskogo St., +7(3452)28-35-91

Frequency: 4 times a year

Distribution: content is distributed under
Creative Commons Attribution 4.0 License

Editor-in-Chief M. L. Belonozhko

Editors — V. I. Karashliyska, N. V. Shuvaeva

Address of editorial office: **625027, Tyumen, 52 Kievskaya St., office 306**
Telephone/Fax: 8 (3452) 28-30-76, <http://www.sep-tyuiu.ru/>
E-mail: belonozhkoml@tyuiu.ru

**Included in the RF Ministry of Science and Higher Education SAC List
of leading reviewed scientific journals and publications, and in the RISC database**

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор Белоножко Марина Львовна, д. с. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Зам. гл. редактора Хайруллина Нурсафа Гафуровна, д. с. н., профессор кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Алексеевко Александр Николаевич, д. ист. н., профессор, директор НИЦ «Алтайтану» Восточно-Казахстанского государственного университета им. Сарсена Аманжолова (Казахстан)

Барбаков Олег Михайлович, д. с. н., профессор, зав. кафедрой бизнес-информатики и математики Тюменского индустриального университета

Батырова Назыгуль Турсынхановна, к. э. н., доцент программы «Государственное управление и региональное развитие» в Высшей школе «Государственного управления и экономики», Международном казахско-турецком университете имени Ходжа Ахмеда Ясави

Гаврилюк Вера Владимировна, д. с. н., профессор, консультант кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Гасанов Эльнур Лятиф оглу, PhD (доктор философии по истории), ученый секретарь Гянджинского отделения НАН Азербайджана

Генин Влад, PhD, глава факультета бизнеса и информационных технологий университета Феникса, Кампус в мегаполисе Сан-Франциско, Силиконовая долина (США)

Голенкова Зинаида Тихоновна, д. ф. н., профессор, руководитель Научно-образовательного центра, руководитель Центра исследования социальной структуры и социального расслоения Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН

Данилов Александр Николаевич, д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Белорусского государственного университета (Белоруссия)

Докторов Борис Зусманович, д. ф. н., профессор, независимый аналитик и консультант, ассоциированный сотрудник Социологического института РАН в Санкт-Петербурге

Енгоян Ашот Пайлакович, д. полит. н., зав. кафедрой теории и истории политической науки Ереванского государственного университета (Армения)

Енсенев Канат Алексеевич, к. ист. н., ведущий научный сотрудник Института истории Государственного комитета по науке Министерства образования и науки Республики Казахстан

Зборовский Гарольд Ефимович, д. ф. н., профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина

Ильиных Светлана Анатольевна, д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Новосибирского государственного университета экономики и управления

Левашов Виктор Константинович, д. с. н., профессор, руководитель отдела стратегических социальных и социально-политических исследований Института социально-политических исследований РАН

Максимова Светлана Геннадьевна, д. с. н., профессор, зав. кафедрой психологии коммуникаций и психотехнологий Алтайского государственного университета

Мартынов Михаил Юрьевич, д. полит. н., профессор, зав. лабораторией социологических и правовых исследований Сургутского государственного университета

Нагымжанова Каракат Мукашовна, д. пед. н., доцент, зав. кафедрой педагогики и психологии университета Туран

Нарбут Николай Петрович, д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Российского государственного университета дружбы народов

Пленкина Вера Владимировна, д. э. н., профессор, зав. кафедрой менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса Тюменского индустриального университета

Рой Олег Михайлович, д. с. н., профессор, зав. кафедрой региональной экономики и управления территориями Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского

Сартбекова Нуржан Коодоевна, д. пед. н., доцент, зав. кафедрой философии, межкультурной коммуникации и психологии Международного университета инновационных технологий

Силин Анатолий Николаевич, д. с. н., профессор, главный научный сотрудник кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Тараданов Александр Ардалионович, д. с. н., профессор кафедры социальной работы и социологии Челябинского государственного университета

Укубасова Галия Сагандыковна, Доктор (PhD) экономики и бизнеса, к. э. н., Казахский университет экономики, финансов и международной торговли, ученый секретарь

Янчаркова Юлие, PhD, научный сотрудник Славянского института Академии наук Чехии (Чехия)

EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief Marina L. Belonozhko, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Deputy Editor-in-Chief Nursafa G. Khairullina, Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Aleksander N. Alekseenko, Doctor of History, Professor, Director of NITS(SIC) "Altaytanu", East Kazakhstan State University named after Sarsen Amanzholov

Oleg M. Barbakov, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Business Informatics and Mathematics, Industrial University of Tyumen

Nazygul T. Batyrova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Program "Public Administration and Regional Development" at the Higher School of Public Administration and Economics, the International Kazakh-Turkish University named after Khoja Ahmed Yasawi

Vera V. Gavriluk, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Scientific Consultant of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Elnur L. Hasanov, PhD in History, Academic Secretary of Ganja Branch of Azerbaijan National Academy of Sciences

Vlad Genin, PhD, Chair, School of Business and IT University of Phoenix, Bay Area Campus (San Francisco Silicon Valley Metropolitan Area) (USA)

Zinaida T. Golenkova, Doctor of Philosophy, Professor, Head of Scientific and Educational Center, Head of the Center for Researches of Social Structure and Social stratification, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences

Alexander N. Danilov, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Sociology Department, the Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarus State University (Belarus)

Boris Z. Doctorov, PhD (in Philosophy), Professor, Independent Analyst and Consultant, Associate Researcher at the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Saint-Petersburg

Ashot P. Engoyan, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of Department of Theory and History of Political Science, Yerevan State University

Kanat A. Yensenov, Candidate of Historical Sciences, Leading Researcher at the Institute of History of the State Committee for Science of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan

Garold E. Zborovsky, Doctor of Philosophy, Professor of the Department of Sociology and Technologies of Public and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

Svetlana A. Iljinyh, Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Sociology, Novosibirsk State University of Economics and Management

Viktor K. Levashov, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Analytical Center for Strategic Socio-Political Research, of the Institute of Socio-Political Researches of the Russian Academy of Sciences

Svetlana G. Maximova, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Psychology of Communication and Psychotechnologies, Altai State University

Mikhail Yu. Martynov, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Laboratory of Sociological and Legal Researches, Surgut State University

Karakat M. Nagymzhanova, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Pedagogy and Psychology, "Turan-Astana" University

Nikolai P. Narbut, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology, Peoples' Friendship University of Russia

Vera V. Plenkina, Doctor of Economic Sciences, Head of Department of Management in Branches of Fuel and Energy Complex, Industrial University of Tyumen

Oleg M. Roy, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Regional Economy and Management of Territories, Omsk State University named after F. M. Dostoevsky

Nurzhan K. Sartbekova, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Philosophy, Intercultural Communication and Psychology, International University of Innovative Technologies

Anatoliy N. Silin, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chief Researcher of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Aleksandr A. Taradanov, Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Chair of Social Work and Sociology, Chelyabinsk State University

Galia S. Ukubasova, Doctor (PhD) of Economics and Business, PhD in Economics, Kazakh University of Economics, Finance and International Trade, Scientific Secretary

Julie Jančárková, PhD, Researcher of the Slavic Institute of the Academy of Sciences of the Czech Republic (the Czech Republic)

СОДЕРЖАНИЕ

Андриянов А. М., Барбаков О. М., Силин А. Н., Воронин А. В. Искусственный интеллект в управлении органами внутренних дел России: социолого-управленческий подход к анализу цифровой трансформации	7
Аюпов Р. Р., Гайсина Л. М. Социальная адаптация молодых работников нефтегазовых предприятий: социологический анализ	21
Рожкова Л. В., Белоножко М. Л., Сальникова О. В. Внешнеполитические цели, интересы и приоритеты России в контексте устойчивого развития: концептуальная основа и общественное мнение	38
Рой О. М. Кинематограф глазами зумеров: особенности национального восприятия	56
Савицкая Ю. П., Белоножко Л. Н., Толмачева С. В. Межпоколенческая трансмиссия религиозных ценностей в современной российской семье	72
Скифская А. Л., Шишаков П. П., Калинина А. В., Шестаков С. А. Ценностные доминанты в публично-властных отношениях	83
Тищенко Р. Р. Правые популисты и технократы в Европе и США: вопрос о мире и пути международной турбулентности	103
Устинова О. В., Герасимова Г. И. «Социальный навигатор» как инструмент преодоления институционального недоверия	118
Черкасова В. Ю. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Свердловской области)	131

CONTENTS

Andrianov A. M., Barbakov O. M., Silin A. N., Voronin A. V. Artificial intelligence in the management of internal affairs bodies of Russia: a sociological and managerial approach to the analysis of digital transformation	7
Ayupov R. R., Gaisina L. M. Social adaptation of young employees of oil and gas companies: a sociological analysis	21
Rozhkova L. V., Belonozhko M. L., Salnikova O. V. Russia's foreign policy goals, interests and priorities in the context of sustainable development: conceptual basis and public opinion	38
Roy O. M. Cinema through the eyes of zoomers: national perception features	56
Savitskaya Yu. P., Belonozhko L. N., Tolmacheva S. V. Intergenerational transmission of religious values in the modern Russian family	72
Skifskaya A. L., Shishakov P. P., Kalinina A. V., Shestakov S. A. Value dominants in public-power relations	83
Tishchenko R. R. Right-wing populists and technocrats in Europe and the USA: the question of peace, political strategies and ways of international turbulence	103
Ustinova O. V., Gerasimova G. I. "Social navigator" as a tool for overcoming institutional distrust	118
Cherkasova V. Yu. Creating a region's image in the media (using the Sverdlovsk Region as an example)	131

Научная статья / Original research article

УДК 316.354:351/354

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-7-20>

EDN: BAUBGG



Искусственный интеллект в управлении органами внутренних дел России: социолого-управленческий подход к анализу цифровой трансформации

А. М. Андриянов, О. М. Барбаков*, А. Н. Силин, А. В. Воронин

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

**barbakovom@tyuiu.ru*

Аннотация. В статье анализируется степень разработанности проблемы внедрения технологий искусственного интеллекта в систему управления органами внутренних дел России. Опираясь на теории социологии управления, концепции информационного общества и исторические параллели промышленных революций, авторы обосновывают тезис о том, что текущая цифровая трансформация МВД РФ является не только техническим, но и глубоким социальным процессом. Показано, что в существующем дискурсе доминирует технико-правовой подход, в то время как комплексные социологические исследования трансформации управленческих процессов, профессиональной культуры сотрудников и их взаимодействия с обществом отсутствуют. На основе вторичного анализа данных (ВЦИОМ, исследования МВД, региональные опросы) выявлена «тройная слепая зона» современной науки: неразработанность моделей управления переходным периодом, игнорирование позиций рядовых сотрудников, руководства и населения, а также отсутствие триангуляционных исследований. В рамках данной проблематики сформулированы исследовательские гипотезы и предложена программа эмпирического исследования. Работа носит пилотный характер и представляет собой обоснование дизайна такого будущего эмпирического исследования.

Ключевые слова: искусственный интеллект, органы внутренних дел, цифровизация управления, социальная трансформация, кадровый дефицит, профессиональная идентичность, социология управления, Индустрия 4.0, цифровая легитимность

Для цитирования: Искусственный интеллект в управлении органами внутренних дел России: социолого-управленческий подход к анализу цифровой трансформации / А. М. Андриянов, О. М. Барбаков, А. Н. Силин, А. В. Воронин. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-7-20> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2026. – № 2. – С. 7–20. – EDN: BAUBGG

Artificial intelligence in the management of internal affairs bodies of Russia: a sociological and managerial approach to the analysis of digital transformation

Alexey M. Andriyanov, Oleg M. Barbakov*, Anatoly N. Silin, Aleksandr V. Voronin

Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

**barbakovom@tyuiu.ru*

Abstract. This article analyzes the state of the art in integrating artificial intelligence technologies in the management system of Russia's internal affairs bodies. Drawing on theories of the sociology of management, concepts of the information society, and historical parallels with industrial revolutions, the authors substantiate that the ongoing digital transformation of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation is not only a technological process but also a profound social process. The study demonstrates that the technical and legal approach dominates the existing discourse, while comprehensive sociological studies of the transformation of managerial processes, employee's professional culture, and their interactions with society are absent. The researchers conduct a secondary data analysis (VTsIOM surveys, studies conducted by the Ministry of Internal Affairs, and regional surveys) and identify a "triple blind spot" in modern science: underdevelopment of transition management models, the neglect of the perspectives of rank-and-file employees, management, and the public, as well as the absence of triangulation studies. Within this framework, the authors formulate study hypotheses and propose a program for empirical study. The work has a pilot character and serves as a conceptual foundation for the design of a subsequent empirical study.

Keywords: artificial intelligence, internal affairs bodies, digitalization of management, social transformation, staff shortage, professional identity, management sociology, Industry 4.0, digital legitimacy

For citation: Andriyanov, A. M., Barbakov, O. M., Silin, A. N. & Voronin, A. V. (2026). Artificial intelligence in the management of internal affairs bodies of Russia: a sociological and managerial approach to the analysis of digital transformation. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 7-20. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-7-20>

Введение

Процесс цифровой трансформации правоохранительной системы России приобрел характер стратегического приоритета. Согласно Национальной стратегии развития искусственного интеллекта на период до 2030 года внедрение технологий искусственного интеллекта (ИИ) рассматривается как ключевой фактор повышения эффективности государственного управления, включая деятельность Министерства внутренних дел Российской Федерации (МВД России) [1]. Утвержденный МВД России план по внедрению технологий ИИ на 2023–2025 гг. предполагает использование систем видеоаналитики с распознаванием лиц, платформы «Криминалист» для выявления потенциальных преступников, прогностических алгоритмов для оценки криминогенной обстановки.

Современное общество вступило в эпоху глубокой технологической трансформации, которую исследователи характеризуют как четвертую промышленную революцию (Индустрия 4.0) [2]. Новый этап развития человеческой цивилизации характеризуется внедрением ИИ в управление сложными социальными системами [3, 4], делает необходимым сохранение человеческого капитала, профессиональной идентичности и социального доверия [5, 6].

При этом совершенно очевидно, что цифровизация сопровождается социальной трансформацией всех процессов жизнедеятельности общества, все большее внедрение автоматизации и информатизации может повлечь за собой исключение человека из процессов постановки и решения творческих задач [7, 8]. Возникает ключевой вопрос:

готова ли современная наука к осмыслению этих социальных сдвигов и какие теоретические модели позволяют их адекватно описать?

Если рассматривать с позиции социологии управления процессы внедрения ИИ и трансформацию под их воздействием природы легитимности властных решений, то можно констатировать, что переход от стандартных управленческих действий чиновников к алгоритмическому управлению, когда основные функции управления передаются автоматизированным системам, сопровождается феноменом так называемой цифровой легитимности — доверия к математическим моделям, неявно участвующим в управленческих взаимодействиях. Это может повлечь за собой изменение уровня легитимности правоохранительных воздействий.

Проблема исследования вышеобозначенных процессов заключается в том, что наряду с высоким интересом научного сообщества к цифровизации правоохранительной деятельности практически отсутствуют комплексные социологические исследования влияния внедряемого повсеместно ИИ на трансформацию системы управления.

Тогда огромный потенциал в рамках данной проблематики заключается в разработке новых моделей управления в условиях внедрения ИИ в управленческие процессы, в получении новых эмпирических данных о позициях трех групп акторов (рядовые сотрудники, руководители, население) проведении триангуляционных исследований при различных условиях взаимодействий участников управленческих процессов.

Таким образом, перед авторами встала цель: обосновать необходимость и направленность социолого-управленческого изучения внедрения ИИ в органы внутренних дел Российской Федерации (ОВД), что определило характер статьи как постановочно-исследовательский.

Материалы и методы

Для понимания глубины происходящих изменений целесообразно обратиться к исторической ретроспективе и классическим социологическим теориям. Сравнительный анализ современных преобразований с первой и второй промышленными революциями позволяет выявить устойчивые паттерны технологических трансформаций, а также спрогнозировать вероятные социально-экономические последствия.

Классические и современные социологические теории управления и организации заложили основу для понимания механизмов взаимодействия субъекта и объекта управления в условиях институциональных изменений. Фундаментальное значение для данной работы имеют идеи М. Вебера о формально-рациональной бюрократии [9].

При внедрении алгоритмического управления, когда исключается человеческая интерпретация результатов действий как источник ошибок, возникает противоречие с постулатами веберовской концепции, что требует анализа совместимости результатов цифровизации с бюрократическими взаимодействиями в органах внутренних дел.

Теория М. Вебера остается релевантной для анализа жестких иерархических структур, в которые сегодня внедряются алгоритмические системы. Веберовская концепция рациональности позволяет критически осмыслить, насколько внедрение ИИ соответствует формальным целям организации и не приводит ли оно к «бюрократизации» самого алгоритма. Здесь поднимается методологически значимый вопрос: не возникнет ли при такой «бюрократизации» ситуации, когда сотрудник перестанет быть субъектом принятия решения и превратится просто в «придаток машины». Диагностика такого конфликта позволяет сформулировать гипотезу о снижении профессиональной идентичности.

Неформальные аспекты адаптации персонала рассматриваются в трудах Э. Мэйо и представителей школы человеческих отношений [10]. В рамках этого направления дается обоснование сопротивлению внедрению автоматизированных интеллектуальных систем от неформальных объединений и групп, а также и от отдельных личностей. Кроме этого, мы можем предсказать конкретные скрытые формы такого сопротивления и на основе этого операционализировать некоторые понятия исследования, например, цифровое сопротивление.

В работах Д. Белла обосновано изменение функций государственного управления [7] в рамках технологической реорганизации. Э. Тоффлер говорит о третьей волне и ускорении социальных изменений, что дает возможность объяснить традиционное восприятие бюрократических процессов в жизнедеятельности общества [11]. М. Кастельс писал о сетевом обществе, в котором наличествует сетевая логика взаимодействий в отличие от иерархической логики в органах внутренних дел [12].

Следует отметить автора К. Шваба и его концепцию четвертой промышленной революции под названием «Индустрия 4.0», где доказывается интеграция физического, цифрового и биологического миров при помощи специальных технологий [13].

Представленный анализ классиков социологии выполняет в статье определенные методологические функции, которые заключаются в возможности проведения диагностики кризиса идентичности, выявления латентного сопротивления внедрению ИИ, обоснования социальных реакций в этих процессах.

В российской социологической и правовой науке эта проблематика активно разрабатывается широким кругом авторов. Теоретические основания влияния цифровизации на правосознание и правовую деятельность заложены в работах Е. А. Певцовой [14]. Проблемы алгоритмической предвзятости и влияния «больших данных» на социальное неравенство анализируют А. И. Смирнов, Е. В. Каштанов, М. А. Жижкин и другие исследователи. Важное значение имеют исследования, посвященные трансформации профессионального правосознания сотрудников ОВД в условиях цифровизации [15].

Фундаментальное значение для понимания кадровых процессов имеют работы Д. Д. Невирко, который на протяжении двух десятилетий исследовал социологические аспекты подготовки кадров для органов внутренних дел. Современные проблемы кад-

рового обеспечения исследуются в трудах Е. А. Суминой, В. М. Морозовой, А. Е. Линкевича, И. И. Скачковой. Важным направлением является изучение общественного мнения о деятельности ОВД и механизмов общественного контроля (В. А. Краснослободцев, О. С. Мантуров).

Представленные ссылки на работы российских социологов-исследователей показывают состояние научного дискурса по данной проблематике, на основе которого можно констатировать, что в настоящее время наблюдаются трансформация правосознания, изменения управленческих процессов в ОВД РФ, кадровые проблемы. Но дискуссия проводится достаточно фрагментарно, без триангуляционного подхода и операционализации ключевых понятий. Именно поэтому необходим комплексный социолого-управленческий анализ процессов внедрения ИИ в управленческую деятельность ОВД РФ, который включил бы в себя классическую теорию, эмпирические исследования с учетом российской специфики.

Эмпирическая база исследования. Для выявления состояния социальных процессов в области безопасности был проведен вторичный анализ документов по следующим источникам:

- Данные ВЦИОМ за 2021–2025 гг. об отношении россиян к использованию ИИ в сфере безопасности.
- Открытые аналитические материалы Академии управления МВД РФ о кадровом дефиците текущей (2023–2025).
- Региональные опросы (Тюменская область, 2024 г., количество опрашиваемых 500 человек из числа сотрудников ОВД), выполненные при участии авторов. Опрос был проведен по квотной выборке, в рамках которой были определены квоты по полу, возрасту и району проживания. Доверительная вероятность составила 95 % при статистической ошибке, не превышающей 5 %.
- Контент-анализ ведомственных документов МВД (планы цифровизации, стратегии, приказы и нормативная документация за 2021–2025 гг.). Контент-анализом были охвачены 37 документов. В качестве единиц анализа были выбраны следующие: человеческий фактор, риски, технологический оптимизм. Были приглашены независимые эксперты для кодирования документов. В результате был получен высокий показатель надежности межэкспертной оценки (альфа Кrippендорфа) — 0,84, что свидетельствует о высокой степени согласованности экспертов при кодировании.

Таким образом, методология исследования включает, во-первых, вторичный анализ данных для выявления трендов общественного доверия и восприятия рисков, во-вторых, теоретическое моделирование для операционализации ключевых понятий исследования.

Проблема в проводимом исследовании заключается еще и в том, что в настоящее время отсутствуют репрезентативные данные по России о восприятии ИИ самими полицейскими, мало проводимых качественных интервью с сотрудниками ОВД РФ.

Поэтому статья носит постановочный и методологический характер, что в дальнейшем потребует масштабных эмпирических исследований.

Результаты и обсуждение

Анализ актуальной литературы показывает явный крен в сторону инженерных и нормативно-правовых аспектов внедрения ИИ в деятельность органов внутренних дел. Можно выделить два доминирующих дискурса.

Первый пласт исследований посвящен потенциальным возможностям алгоритмических систем. Авторы обосновывают, что ИИ позволяет автоматизировать сбор и обработку информации, ускорять принятие решений, выявлять скрытые связи между преступлениями, создавать криминальные портреты и оптимизировать распределение ресурсов. Системы компьютерного зрения, обработки естественного языка, интеллектуальной поддержки принятия решений рассматриваются как инструменты, способные вывести правоохранительную деятельность на качественно новый уровень.

Второе направление — рискоцентричный и правовой дискурс. Исследователи Академии управления МВД России анализируют ключевые ограничения и риски внедрения алгоритмических систем: технические недостатки, правовую неопределенность, потенциальную предвзятость моделей машинного обучения, необходимость защиты персональных данных. Ставится вопрос о совместимости существующей нормативной базы с технологическими инновациями и перспективах ее адаптации.

Однако во всех этих исследованиях социальное измерение остается за скобками. Технология рассматривается либо как инструмент, который нужно «правильно настроить», либо как источник рисков, которые нужно «зарегулировать». Вопрос о том, как внедрение ИИ меняет повседневность сотрудников, их профессиональную культуру, неформальные практики, мотивацию и идентичность, практически не ставится.

Анализ данных ВЦИОМ (2024–2025) показывает амбивалентное отношение населения к внедрению ИИ в правоохранительную сферу. Так, 68 % населения поддерживает использование ИИ в полиции, но при этом отмечает, что окончательное решение должно остаться за человеком. Более 50 % людей опасаются ошибочных решений при использовании автоматизированных систем управления и только 22 % населения доверяет им полностью.

В то же время анализ результатов исследования Академии управления МВД РФ (2024) показывает, что наблюдается дефицит кадров в правоохранительных органах в 17 % от их штатной численности, а текучесть среди сотрудников до 30 лет достигает 25 %. Несомненно, в этих условиях есть необходимость в автоматизации. Понимание этого существует, но, как показывают региональные опросы (Тюменская область, 2024), наблюдается недоверие и напряжение среди действующих сотрудников. Так, например, 61 % считает, что ИИ обесценит их опыт, а 43 % опасаются, что алгоритмический контроль усилит стресс.

Особый интерес представляет парадокс между автоматизацией и интеллектуализацией, когда, с одной стороны, повышается эффективность властных полномочий внутри ведомства, а с другой, происходит исключение человека из процессов постановки и принятия управленческих решений, что ведет к снижению эффективности решения творческих задач. В этом случае ИИ снижает значимость людей в самих управленческих процессах, а контроль через системы видеоаналитики создает ощущение тотальности и повсеместности надзора за сотрудниками, способствующее их психологическому напряжению и раннему профессиональному выгоранию.

На основе теоретического анализа и эмпирических трендов можно ввести следующие понятия, которые потребуют дальнейшей эмпирической проверки.

1. *Цифровая легитимность* определяется как доверие к управленческим решениям, сформированным цифровыми средствами с участием автоматизированных алгоритмов и математических моделей. Это понятие можно операционализировать с помощью трех индикаторов: готовность принятия решения ИИ без человека, снижение критичности к ошибкам автоматизированных систем по сравнению с ошибками человека, делегирование ответственности разработчику системы, а не человеку-управленцу.

2. *Цифровое сопротивление* представляет собой скрытые формы противодействия внедрению ИИ в правоохранительные органы со стороны сотрудников, например, формальное заполнение данных, внешнее принятие при внутреннем отторжении. Такое понятие операционализуется через некоторые действия сотрудников: жалобы на перегрузку, неиспользование необходимых автоматизированных средств, умышленные ошибки ввода данных.

3. *Гибридный дефицит* проявляется в нехватке специалистов, которые могут работать на стыке человеческого опыта и машинного интеллекта. Операционализацию такого понятия можно провести через долю переквалифицированных сотрудников, количество случаев непонимания и неиспользования автоматизированных средств, разрыв между поколениями.

В настоящее время повсеместно не хватает исследований по проблематике принятия сотрудниками ОВД внедрения ИИ в повседневную жизнь.

Во-первых, отсутствуют исследования, посвященные трансформации профессиональной культуры рядовых сотрудников. Как они переживают утрату автономии? Какие неформальные практики сопротивления или адаптации к алгоритмам вырабатывают? Как меняется их мотивация, когда часть решений принимает «бездушная» машина? В литературе констатируется угроза деквалификации, но глубинный качественный анализ этого процесса отсутствует. Здесь мы сталкиваемся с феноменом, который можно назвать «экзистенциальным конфликтом профессионала» — противоречием между многолетним практическим опытом сотрудника и требованиями алгоритмической рациональности.

Во-вторых, не изучена позиция руководящего состава. Как руководители среднего звена решают дилеммы управления переходным периодом? Как мотивировать подчиненных, чьи навыки обесцениваются? Как перераспределять задачи и оценивать эффективность в гибридной системе «человек — ИИ»? В существующих работах разрабатываются нормативные модели внедрения, но нет понимания реальных управленческих практик в условиях неопределенности.

В-третьих, отсутствуют исследования, вскрывающие социальные представления населения о справедливости алгоритмических решений. Как граждане относятся к тому, что решение о досмотре или проверке принимает не человек, а программа? Есть ли у них стратегии оспаривания или уклонения от «алгоритмической власти»? Количественные замеры доверия не дают ответа на эти вопросы.

Ключевой пробел — отсутствие триангуляционных исследований, учитывающих одновременно все три перспективы: мнение рядовых сотрудников (непосредственных пользователей систем), позицию руководящего состава (стратегов внедрения) и оценку со стороны населения (реципиентов услуг и объектов контроля). Именно такой комплексный социологический взгляд, фиксирующий не только технические сбои, но и изменения в социальных отношениях, идентичностях, практиках взаимодействия и властных структурах, позволил бы создать научно обоснованные модели управления переходным периодом.

На основе выявленных противоречий сформулированы три исследовательские гипотезы, требующие проверки в рамках дальнейших эмпирических исследований.

Гипотеза 1 (о сопротивлении). Внедрение систем ИИ в ОВД сопровождается ростом латентного цифрового сопротивления. Это особо наблюдается среди сотрудников со стажем более 10 лет, которые саботируют следование инструкциям по использованию автоматизированных средств, вводу данных. Молодые сотрудники показывают более высокий уровень принятия такого рода систем.

Гипотеза 2 (об идентичности). Внедрение ИИ и автоматизация рутинных управленческих процедур ведет к снижению профессиональной самооценки сотрудников, к их эмоциональному выгоранию, особенно это касается оперативных работников, привыкших опираться на свой собственный интеллект, и к определенной автономии принятия управленческих решений.

Гипотеза 3 (о легитимности). ИИ будут поддерживать в полиции только при условии сохранения контроля человеком над итоговыми решениями. Если постановка и принятие управленческих решений будет полностью автоматизирована, уровень доверия падает на 30 %. Сотрудники с высоким уровнем цифровой грамотности показывают больший уровень доверия ИИ.

Сегодня проводятся дискуссии в системе МВД о проблемах, снижающих эффективность его деятельности. Это дефицит личного состава, высокая текучесть, эмоциональное выгорание сотрудников и низкая конкурентоспособность зарплат на рынке тру-

да, что способствует увольнениям и переходам людей на другую работу. ИИ начинает заменять этих людей, сглаживая остроту вышеобозначенных проблем, что ведет к некоторым негативным последствиям:

1. Отход от гуманистических функций. Полиция с внедренным ИИ может превратиться в инструмент только слежки и принуждения. Профилактическая работа с населением, разрешение конфликтов на ранней стадии требует эмоциональной составляющей, живого общения, интуиции, что отсутствует у ИИ.

2. Снижение эффективности оперативной работы, что требует обученных и подготовленных сотрудников вместо ИИ.

3. Усложнение управления. Система становится более хрупкой. Сбой в программном обеспечении, кибератака или отключение электричества могут парализовать работу целых подразделений, привыкших полагаться на машины, а не на собственную голову.

Таким образом, ставка на ИИ, как на панацею от кадрового «голода», чревата потерей институциональной устойчивости и способности решать нестандартные задачи. Кроме этого, может наблюдаться пассивное сопротивление внедрению ИИ через искажение данных, формальное заполнение форм для управленческих решений, внешнее принятие при внутреннем отторжении. Социология управления может минимизировать это сопротивление через определенную интеграцию регулярной обратной связи персонала в процессы автоматизации управленческих взаимодействий, внедрения ИИ в постановку и принятие управленческих решений.

В условиях автоматизации функций обостряется проблема дефицита человеческого капитала в правоохранительной системе. Возникает «гибридный дефицит»: нехватка специалистов, способных эффективно работать на стыке человеческого опыта и машинного интеллекта.

Исторический опыт первой промышленной революции (луддизм) учит нас, что внедрение машин всегда встречает сопротивление работников, чей труд обесценивается [13]. В современной полиции это сопротивление принимает более скрытые, латентные формы, которые можно объединить термином «цифровое сопротивление». Эти процессы усугубляются «цифровым разрывом» между поколениями. Молодые сотрудники, выросшие со смартфоном в руках, легко осваивают новые интерфейсы, в то время как опытные ветераны, чей опыт неocenим в сложных ситуациях, чувствуют себя чужими в новой цифровой реальности. Вместо синергии опыта и технологий возникает конфликт, разрушающий служебный коллектив.

Для решения выявленных проблем в рамках определенных методологических принципов можно предложить программу эмпирического исследования.

Этап 1 (качественный). Проведение глубинных полуструктурированных интервью с сотрудниками ОВД разного стажа и интервью с руководителями среднего звена.

Цель — выявление неформальных практик адаптации к использованию ИИ, стратегий сопротивления, изменений в профессиональной идентичности.

Этап 2 (количественный). Онлайн-опрос сотрудников ОВД нескольких городов или регионов с определением уровня цифрового сопротивления, цифровой легитимности и профессиональной идентичности.

Этап 3 (триангуляционный). Сопоставление опроса населения в тех же городах или регионах с данными опроса сотрудников ОВД по проблемам доверия к автоматизированным средствам и ИИ в полиции, опасения перед тотальным контролем.

Выводы

Проведенный анализ демонстрирует, что при высоком интересе научного сообщества к проблемам цифровизации правоохранительной деятельности комплексные социологические исследования трансформации системы управления под влиянием ИИ практически отсутствуют. Доминирование технико-правового дискурса, фрагментарность существующих работ и отсутствие триангуляционного подхода формируют существенные пробелы в исследовании данной проблематики.

Основные выводы исследования:

1. Эмпирически подтверждено (на материалах вторичного анализа данных), что внедрение ИИ создает определенные социальные противоречия между страхом потери автономии сотрудниками правоохранительных органов и необходимостью автоматизации постановки и принятия управленческих решений; между поддержкой внедрения ИИ и опасением, недоверием полной автоматизации управленческих взаимодействий.

2. Теоретически разработаны понятия «цифровая легитимность», «цифровое сопротивление» и «гибридный дефицит кадров» в специфичной области управления внутренних дел. Предложены критерии операционализации этих понятий.

3. Сформулированы гипотезы о росте сопротивления среди опытных профессиональных сотрудников, снижении идентичности и условиях сохранения легитимности.

4. Предложена программа эмпирических исследований для определения мероприятий решения проблем внедрения ИИ в правоохранительную сферу.

Заполнение этих пробелов — не только академическая задача, но и условие выработки обоснованных управленческих решений, позволяющих минимизировать социальные риски цифровой трансформации МВД России.

Особого внимания заслуживает риск потери способности людей решать нестандартные творческие задачи в условиях неопределенности. Социология управления в рамках реализации социолого-управленческого подхода может решать эту проблему через проектирование комплексной человеко-машинной среды постановки и принятия управленческих решений, когда именно человек участвует в постановке решения таких задач.

Повторение ошибок первой промышленной революции, когда машина рассматривалась исключительно как средство повышения прибыли любой ценой, приведет к деградации кадрового состава и утрате доверия общества. Для достижения баланса между технологической эффективностью и сохранением кадрового суверенитета МВД РФ необходима смена парадигмы: переход от технократической модели к социально-ориентированной цифровизации.

Ключевыми элементами этой стратегии должны стать следующие положения:

1. Приоритет переквалификации над сокращением. Сотрудники, чьи функции автоматизируются, не должны увольняться. Государство обязано предоставить им возможность массового бесплатного обучения новым цифровым компетенциям.
2. Гуманитарная и этическая экспертиза. При МВД России необходимо создать постоянно действующие комиссии с участием социологов, психологов и специалистов по этике для оценки внедряемых алгоритмов.
3. Нормативное определение перечня решений, которые ИИ не может принимать без участия человека.
4. Сохранение «человеческого лица» полиции. Цифровизация не должна подменять живую коммуникацию граждан с сотрудниками ОВД. Следует развивать формы общественного партнерства.

Внедрение ИИ в правоохранительную систему неизбежно. Однако успех этой трансформации будет измеряться не количеством купленных серверов или установленных камер, а способностью сохранить и преумножить человеческий капитал, укрепить доверие общества и обеспечить реальную, а не виртуальную безопасность.

Вклад авторов

Андреанов А. М., Барбаков О. М., Воронин А. В.: эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Силин А. Н.: подготовка разделов, разработка методологии; теоретический анализ данных.

Authors' contributions

Alexey M. Andriyanov, Oleg M. Barbakov, Aleksandr V. Voronin: authors contributed equally to the preparation of the manuscript

Anatoly N. Silin: preparation of sections; methodology; theoretical data analysis

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации (вместе с «Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года») : Указ Президента РФ от 10.10.2019 № 490. – Текст : электронный // Президент России : [сайт]. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (дата обращения: 03.03.2026).

2. Флориди, Л. Четвертая революция : как искусственный интеллект меняет человеческую реальность / Л. Флориди. – Москва : Изд-во Института Гайдара, 2023. – 280 с. – Текст : непосредственный.
3. Андриянов, А. М. Системы искусственного интеллекта в управлении правоохранительной деятельностью / А. М. Андриянов, С. И. Иванова, О. М. Барбаков. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-1-7-17>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2025. – Т. 18, № 1. – С. 7–18. EDN: UZZWOQ
4. Андриянов, А. М. Субъектность искусственного интеллекта в реализации государственного управления: кибернетический аспект / А. М. Андриянов, Ю. М. Конев, О. М. Барбаков. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-4-7-22>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2025. – Т. 18, № 4. – С. 7–22. EDN: JDLFLA
5. Мельников, В. В. Особенности Индустрии 4.0 и ее отличия от 3.0 и ниже / В. В. Мельников, О. В. Бойко. – Текст : электронный // Дзен : сайт. – 2020. – 16 апр. – URL: https://dzen.ru/a/Xph0N79m_0XveUBD (дата обращения: 10.02.2026).
6. Майдыков, А. А. Роль и место искусственного интеллекта в современном обществе: от терминологической неопределенности к правовому регулированию использования в правоохранительной деятельности / А. А. Майдыков, А. Е. Огурцов, С. О. Конашенков. – Текст : непосредственный // Пробелы в российском законодательстве. – 2025. – Т. 18, № 3. – С. 186–196. EDN: YEUXIR
7. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл; пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – Москва: Academia, 1999. – 783 с. – Текст : непосредственный.
8. О'Нил, К. Оружие математического уничтожения: как большие данные увеличивают неравенство и угрожают демократии / О'Нил, К.; пер. с англ. – Москва : АСТ, 2021. – 320 с. – Текст : непосредственный.
9. Вебер, М. Бюрократия / М. Вебер ; пер. с нем. и примеч. А. Б. Рахманова. – Ч. 2. – Текст : непосредственный // Личность. Культура. Общество. – 2007. – Т. 9, № 3 (37). – С. 18–36.
10. Мэйо, Э. Социальные проблемы индустриальной цивилизации / Э. Мэйо. – Москва : Вершина, 2007. – Текст : непосредственный
11. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2004. – 781 с. – Текст : непосредственный.
12. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. Москва: Государственный университет. Высшая школа экономики, 2000. – 608 с. – Текст : непосредственный.
13. Шваб, К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб. – Москва : Эксмо, 2018. – 285 с. – Текст : непосредственный.
14. Певцова, Е. А. Формирование правовой культуры несовершеннолетних в условиях цифровизации правовой жизни общества / Е. А. Певцова, В. М. Сапогов <https://doi.org/10.17223/15617793/470/30>. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. – 2021. – № 470. – С. 242–252.
15. Певцова, Е. А. Профессиональное поведение юристов в электронном государстве в случаях несовершенства законодательства / Е. А. Певцова, Н. Я. Соколов. – https://doi.org/10.12737/art_2018_6_4. – Текст : непосредственный // Журнал российского права. – 2018. – № 6(258). – С. 40–49.

References

1. On the Development of Artificial Intelligence in the Russian Federation (together with the National Strategy for the Development of Artificial Intelligence for the Period up to 2030): Decree of the President of the Russian Federation No. 490 dated 10.10.2019. President of Russia. Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/44731> (accessed: 03.03.2026). (In Russ.).
2. Floridi, L. (2014). *The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford: Oxford univ. press. (In English.).
3. Andriyanov, A. M., Barbakov, O. M., & Ivanova, S. I. (2025). Artificial intelligence systems in law enforcement management. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, 18(1), pp. 7-17. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-1-7-17>. EDN: UZZWOQ
4. Andrianov, A. M., Konev, Yu. M., & Barbakov, O. M. (2025). Artificial intelligence subjectivity in the implementation of public administration: the cybernetic aspect. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, 18(4), pp. 7-22. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-4-7-22>
5. Melnikov, V. V., & Boyko, O. V. (2020). Features of Industry 4.0 and its differences from 3.0 and below. Available at: https://dzen.ru/a/Xph0H79m_0XveUBD (accessed: 10.02.2026). (In Russ.).
6. Maydykov, A. A., Ogurtsov, A. E., & Konashenkov, S. O. (2025). The Role and Place of Artificial Intelligence in Modern Society: From Terminological Uncertainty to Legal Regulation of Its Use in Law Enforcement Activities. *Gaps in Russian Legislation*, 18(3), pp. 186-196. (In Russ.).
7. Bell, D. (1973). *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. New York. Basic books. (In English).
8. O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York, Crown Publishers. (In English.).
9. Weber, M. (2007). Bureaucracy. *Person. Culture. Society*, 9(3(37)), pp. 18-36. (In Russ.).
10. Mayo, E. (1945). *The Social Problems of an Industrial Civilization*. Boston : Harvard University Press. (In English).
11. Toffler, A. (1980). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. New York. William Morrow. (In English).
12. Castells, M. (1998). *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Malden (Mass.), Blackwell. (In English).
13. Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. London, Penguin Books. (In English).
14. Pevtsova, E. A. & Sapogov V. M. (2021). Formation of the Legal Culture of Minors in the Conditions of Digitalization of society's legal life / E. A. Pevtsova, V. M. Sapogov // *Tomsk State University Journal*, (470), pp. 242-252. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/15617793/470/30>
15. Pevtsova, E. A., & Sokolov, N. Ya. (2018). Professional Behavior of Lawyers in the Electronic State in Cases of Incomplete Legislation. *Journal of Russian Law*, 6(258), pp. 40-49. (In Russ.). https://doi.org/10.12737/art_2018_6_4

Информация об авторах / Information about the authors

Андриянов Алексей Михайлович, кандидат технических наук, доцент кафедры математики и прикладных информационных технологий, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, andriyanovam@tyuiu.ru

Alexey M. Andriyanov, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor at the Department of Mathematics and Applied Information Technologies, Industrial University of Tyumen, andriyanovam@tyuiu.ru

Барбаков Олег Михайлович, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой математики и прикладных информационных технологий Высшей школы цифровых технологий, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, barbakovom@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-029-659-2498>

Силин Анатолий Николаевич, доктор социологических наук, профессор, советник Apparata ректора, Тюменский индустриальный университет, Западно-Сибирский филиал ФНИСЦ РАН, г. Тюмень, silinan@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3331-165X>

Воронин Александр Владимирович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и организации производства, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, voroninav@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2667-6626>

Oleg M. Barbakov, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of The Department of Mathematics and Applied Information Technologies of Higher School of Digital, Industrial University of Tyumen, barbakovom@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0000-029-659-2498>

Anatoly N. Silin, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Advisor to the Rector's Office, Industrial University of Tyumen, West Siberian Branch of Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, silinan@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3331-165X>

Aleksandr V. Voronin, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor at the Department of Economics and Production Organization, Industrial University of Tyumen, voroninav@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2667-6626>

Поступила в редакцию / Received 01.04.2026

Поступила после рецензирования / Revised 20.04.2026

Принята к публикации / Accepted 05.05.2026

Научная статья / Original research article
УДК 316.3
DOI:10.31660/1993-1824-2026-2-21-37
EDN: BBILVY



Социальная адаптация молодых работников нефтегазовых предприятий: социологический анализ

Р. Р. Аюпов, Л. М. Гайсина*

Уфимский государственный нефтяной технический университет, Уфа, Российская Федерация
**glmug@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена выявлению специфики и современного состояния процесса социальной адаптации молодых работников нефтегазовых предприятий. Нефтегазовая отрасль характеризуется специфическими условиями труда, высокой ответственностью, сложными технологическими процессами и корпоративной культурой, что предъявляет особые требования к молодым специалистам. В условиях стремительных изменений в экономике и на рынке труда, а также высокой конкуренции за квалифицированные кадры вопросы успешной социальной адаптации новых сотрудников приобретают особую значимость. Исследование базируется на результатах авторского социологического опроса, проведенного среди молодых работников нефтегазовых компаний в январе — марте 2026 г. Общее количество опрошенных — 300 человек. В статье рассмотрена потребность в программах социальной адаптации среди молодых работников нефтегазовых предприятий, выявлена специфика социальной адаптации новых работников в нефтегазовой отрасли, определена востребованность у молодых работников нефтегазовых предприятий различных составляющих и технологий социальной адаптации. Социальная адаптация молодых работников в нефтегазовой отрасли представляет собой, с одной стороны, интеграцию в коллектив и освоение корпоративных норм (52,3 %), а с другой — профессиональное становление и освоение обязанностей (39,9 %). Установлен высокий запрос у молодых работников на наставничество (36,6 % считают его важным элементом). Определено, что с учетом значимости межличностных отношений поддержка и передача неявных знаний остаются фундаментом социальной адаптации молодых специалистов, несмотря на технологическое развитие нефтегазовой отрасли.

Ключевые слова: социальная адаптация, молодые работники, нефтегазовая отрасль, социологический анализ, программа адаптации, наставничество

Для цитирования: Аюпов, Р. Р. Социальная адаптация молодых работников нефтегазовых предприятий: социологический анализ. Р. Р. Аюпов, Л. М. Гайсина. — [https://doi.org/ 10.31660/1993-1824-2026-2-21-37](https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-21-37) // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 21–37. — EDN: BBILVY

Social adaptation of young employees of oil and gas companies: a sociological analysis

Rishat R. Ayupov, Lyutsiya M. Gaisina*

Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, Russian Federation
**glmug@mail.ru*

Abstract. The article deals with the specific features and current state of the social adaptation process among young workers in oil and gas companies. The oil and gas industry has special working conditions, great responsibility, complex technological processes, and a corporate culture. All of the above makes special demands on young specialists. As the economy and labor market are changing rapidly, and competition for highly

great responsibility, complex technological processes, and a corporate culture. All of the above makes special demands on young specialists. As the economy and labor market are changing rapidly, and competition for highly the successful adaptation of new hires has become particularly important. The study draws on the results of the authors' sociological survey conducted among young workers of oil and gas companies between January and March 2026. The total number of respondents was 300. The authors of this article examine the demand for social adaptation programs among young employees in oil and gas companies, identify the specific features of social adaptation for new workers in the industry, and determine the relevance of various adaptation components and technologies for young specialists. Social adaptation in the oil and gas industry includes, on the one hand, integration into the work collective and acceptance of corporate norms (52.3%), and, on the other hand, professional development and mastery of job responsibilities (39.9%). The researchers found a high demand for mentoring (36.6% of respondents consider that it is an important element). The study defined that, despite the technological development of the oil and gas industry, interpersonal relations, support, and the transfer of tacit knowledge remain the foundation of successful social adaptation for young specialists.

Keywords: social adaptation, young workers, oil and gas industry, sociological analysis, adaptation program, mentoring

For citation: Ayupov, R. R., Gaisina L. M. (2026). Social adaptation of young employees of oil and gas companies: a sociological analysis. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 21-37. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-21-37>

Введение

Нефтегазовая отрасль, являясь системообразующим элементом российской экономики, сталкивается с комплексом вызовов, требующих пересмотра традиционных подходов к управлению персоналом. Эффективность функционирования нефтегазовой отрасли напрямую зависит от качества человеческого капитала. В условиях высокой конкуренции за квалифицированные кадры и наметившегося дефицита молодых специалистов вопросы их успешной адаптации при трудоустройстве приобретают стратегическое значение [1]. Компании несут прямые экономические потери из-за высокой текучести персонала на начальном этапе работы, что делает социальную адаптацию не просто элементом кадровой работы с молодыми работниками, а инструментом управления эффективностью бизнеса [2].

Цель исследования — выявление специфики и современного состояния процесса социальной адаптации молодых работников в нефтегазовой отрасли.

Задачи исследования: определение потребности в программах социальной адаптации у молодых работников нефтегазовых предприятий; выявление специфики социальной адаптации новых работников в нефтегазовой отрасли; установление востребованности у молодых работников нефтегазовых предприятий различных составляющих и технологий социальной адаптации.

Объект исследования — молодые работники нефтегазовых компаний.

Предмет исследования — процесс социальной адаптации молодых специалистов в условиях нефтегазовой отрасли.

Термин «адаптация» впервые был введен в научный оборот в области физиологии немецким ученым Г. Аубертом в 1865 г. В дальнейшем это понятие стало использоваться в естественных науках для обозначения совокупности реакций живой систе-

мы, направленных на поддержание ее целостности и функциональной устойчивости при изменении внешних условий. В гуманитарных дисциплинах, в частности социологии и психологии, постепенно сформировалось самостоятельное направление — социальная адаптация, которое акцентирует внимание на приспособлении личности к условиям социальной среды и требованиям общества.

В социологической традиции вопросы социальной адаптации рассматривались в контексте взаимодействия индивида с социальной средой. Классики социологии, такие как Г. Зиммель, анализировали механизмы интеграции человека в общество через межличностные отношения и групповые процессы. М. Вебер исследовал социальные действия как основу адаптации, а Т. Парсонс разработал теорию социальных систем, где адаптация выступает одним из ключевых функциональных императивов. П. Сорокин уделял внимание социокультурной динамике, рассматривая адаптацию как процесс приспособления личности к изменяющимся культурным и социальным условиям [3].

Особое место в изучении адаптации занимают труды по социологии труда и управлению персоналом. Работы таких исследователей, как Э. Шейн и Р. Мертон, заложили фундамент для понимания адаптации как двустороннего процесса. С одной стороны, это усвоение индивидом норм, ценностей, традиций и правил поведения, принятых в организации. С другой — приспособление самой организации к новому сотруднику, его индивидуальным особенностям, потребностям и потенциалу. Такой подход позволяет рассматривать адаптацию не только как пассивное приспособление работника к среде, но и как активное изменение организационных процессов под влиянием новых членов коллектива.

В современной социологии труда социальная адаптация молодых работников на производстве рассматривается как многоуровневый процесс, включающий профессиональную, социально-психологическую и организационную составляющие. Особое значение этот процесс приобретает на предприятиях нефтегазового комплекса, где специфика труда, корпоративная культура и требования к безопасности предъявляют повышенные требования к молодым специалистам. Эффективная социальная адаптация способствует не только успешной интеграции молодежи в коллектив, но и формированию устойчивой профессиональной идентичности, лояльности к предприятию и отрасли в целом.

В современной науке отсутствует единое, общепринятое определение понятия «социальная адаптация». Несмотря на значительное количество исследований, посвященных этому феномену, исследователи по-разному трактуют его содержание и структуру. На это обращают внимание многие современные исследователи, в частности М. И. Ковалевская [4], И. В. Шишков [5], О. Н. Лихачева [6], А. В. Колпащикова [7], М. В. Цюхай [8], О. В. Бондаренко [9], И. Г. Юркова [10] и другие. Разнообразие подходов обусловлены сложностью и многогранностью самого явления, а также спецификой его проявления в различных профессиональных и социальных средах.

Нами под социальной адаптацией молодого работника понимается процесс, в ходе которого молодой работник включается в новую рабочую среду, принимает и осознает нормы и правила организации, устанавливает полезные социальные связи и постепенно достигает необходимой компетентности и уверенности в выполнении своих обязанностей.

Отсутствие в научном сообществе единого подхода к определению данного понятия подчеркивает сложность самого феномена и его зависимость от специфики различных профессиональных сфер и социальных условий. В связи с этим дальнейшее исследование социальной адаптации требует учета отраслевых особенностей, в частности — специфики нефтегазовых предприятий,

В публикациях, посвященных непосредственно нефтегазовому сектору, подчеркивается его уникальная специфика. В работах таких авторов, как В. А. Захарчук [11], Н. Э. Проскурова, Д. В. Антонов [12], А. Г. Николаев, Е. В. Путенихина [13], М. Н. Тарасов, Р. А. Галиахметов [14] отмечается, что адаптация здесь осложняется следующими факторами: высокий уровень ответственности и строгие требования к промышленной безопасности, сложные и опасные условия труда, работа в удаленных регионах и вахтовым методом, строгая иерархическая структура и особая корпоративная культура, необходимость постоянного повышения квалификации на фоне технологического обновления отрасли. Таким образом, совокупность этих факторов делает процесс социальной адаптации молодых работников на предприятиях нефтегазового комплекса многоаспектным и требующим комплексного подхода как со стороны самих сотрудников, так и со стороны руководства и кадровых служб.

Материалы и методы

Эмпирической основой статьи служат данные социологического опроса, проведенного среди молодых работников в нефтегазовой отрасли. Полевой этап опроса осуществлялся в январе — марте 2026 г. Категория опрошиваемых — молодые работники в возрасте 18–35 лет, трудоустроившиеся в нефтегазовую компанию в последние 3 года. Общее количество опрошенных — 300 человек.

Формирование выборочной совокупности осуществлялось с учетом отраслевых стандартов и демографических характеристик молодых работников нефтегазовых предприятий. Структура опрошенных по полу: 81,7 % мужчин и 18,3 % женщин, структура опрошенных по возрасту: 18–25 лет — 74 %, 26–35 лет — 26 %. Проведенная проверка структуры выборки по ключевым параметрам подтвердила ее соответствие данным отраслевой статистики, что обеспечивает репрезентативность результатов и позволяет распространять выводы на всю генеральную совокупность молодых специалистов, занятых в нефтегазовом секторе.

Опрос охватил молодых работников, имеющих стаж работы в нефтегазовых предприятиях до 3 лет. Это позволило получить актуальную информацию о прохождении молодыми работниками адаптационных процедур при устройстве

в нефтегазовые компании, а также выявить современные практики их интеграции в производственные коллективы и оценить их эффективность с точки зрения самих участников процесса.

Основным методом сбора эмпирических данных выступил анкетный опрос. Разработанный инструментарий был направлен на комплексное изучение субъективного восприятия молодыми работниками процесса профессиональной адаптации. В анкете нашли отражение вопросы, касающиеся значимости различных факторов и инструментов, способствующих успешной интеграции в коллектив и производственную среду. Такой подход обеспечил получение разносторонней информации о практиках социальной адаптации молодых работников в нефтегазовой отрасли.

Для анализа полученных данных применялись методы описательной статистики и частотного анализа.

Результаты и обсуждение

В современных условиях социальная адаптация перестает быть простой формальностью и становится важным стратегическим инструментом управления персоналом. Качество ее организации напрямую влияет на уровень текучести кадров, производительность труда и, как следствие, приносит компании ощутимую экономическую выгоду. Эмпирические данные, полученные в ходе социологического опроса, подтверждают высокую значимость этого процесса для молодых специалистов нефтегазовой отрасли. Подавляющее большинство респондентов — 83,6 % (суммарно по ответам «однозначно требуется» 50,3 % и «скорее требуется» 33,3 %) считают социальную адаптацию необходимой для новых работников (таблица).

Таблица. Потребность в социальной адаптации при трудоустройстве

Table. The need for social adaptation during employment

Как Вы считаете, в современных условиях требуется ли новым работникам при трудоустройстве социальная адаптация к условиям труда и трудовому коллективу?	Распределение ответов, в %
Однозначно требуется	50,3
Скорее требуется	33,3
Скорее не требуется	9,2
Точно не требуется	3,8
Затрудняюсь ответить	3,4

Это наглядно демонстрирует, что молодежь, приходящая на производство, хорошо осознает специфику нефтегазового сектора и понимает, что успешная карьера зависит не только от уровня профессиональных знаний, но и от способности быстро интегрироваться в коллектив, усвоить корпоративные нормы и ценности.

Доля скептически настроенных респондентов оказалась незначительной. Лишь 13 % опрошенных (суммарно 9,2 % по варианту «скорее не требуется» и 3,8 % по варианту «точно не требуется») сомневаются в важности этого процесса. Это свидетельствует о том, что в профессиональной среде нефтегазовых предприятий негативное или индифферентное отношение к программам адаптации не является распространенным явлением.

Таким образом, результаты исследования убедительно доказывают, что для молодых специалистов, начинающих свой путь в нефтегазовом секторе, социальная адаптация является не формальной процедурой, а важнейшим условием успешного профессионального старта. Она выступает фундаментом для формирования лояльности к компании, построения эффективной коммуникации в коллективе и дальнейшего карьерного роста.

Оценивая, что включает в себя социальная адаптация молодых работников на производстве, 52,3 % опрошенных отметили, что социальная адаптация — это процесс интеграции новых сотрудников в коллектив и освоение ими корпоративных норм и ценностей (рис. 1). Это говорит о том, что для молодых сотрудников важно не просто стать частью команды, но и разобраться в негласных правилах, традициях и культуре организации, чтобы чувствовать себя уверенно и комфортно на рабочем месте.

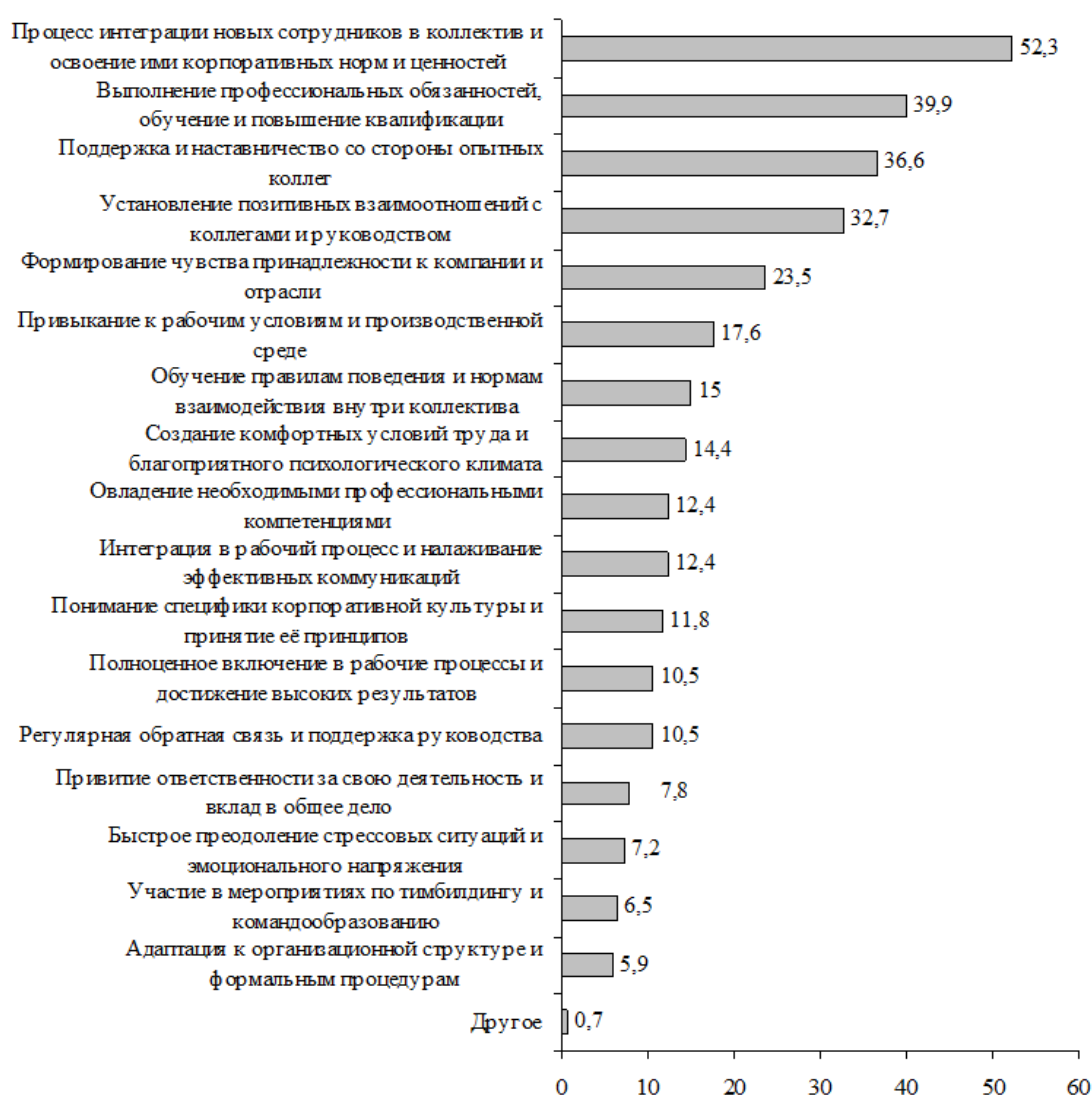


Рис. 1. Составляющие понятия «социальная адаптация молодых работников на производстве», % ответивших

Fig. 1. Components of the concept of "social adaptation of young workers in production", % of respondents

На втором месте по степени значимости в структуре социальной адаптации для молодых специалистов нефтегазовых предприятий оказалось освоение профессиональных обязанностей и повышение квалификации — этот аспект отметили 39,9 % респондентов. Согласно полученным данным процесс социальной адаптации тесно связан с профессиональным становлением. Для молодых работников принципиально важно не только успешно интегрироваться в коллектив, но и быстро овладеть необходимыми компетенциями, почувствовать уверенность в своих силах и увидеть реальные перспективы карьерного роста. Уверенность в профессиональной состоятельности становится фундаментом для формирования устойчивой трудовой мотивации и лояльности к компании.

Высокий уровень значимости респонденты придают и поддержке со стороны опытных коллег, а также институту наставничества — этот фактор выделили 36,6 % опрошенных. Это подчеркивает востребованность и эффективность системы менторства в нефтегазовой отрасли. Молодые специалисты демонстрируют выраженную готовность перенимать опыт у старших товарищей, обращаться за советом и практической помощью. Подобная поддержка не только способствует ускоренному освоению рабочих процессов, но и формирует у молодежи чувство защищенности, снижает уровень стресса на начальном этапе карьеры и помогает формированию позитивного отношения к корпоративной культуре [15, 16].

Таким образом, профессиональное развитие и наставничество служат основными элементами успешной адаптации, создавая синергетический эффект: сочетание новых знаний, практического опыта и межличностной поддержки позволяет молодым работникам быстрее стать полноценными и эффективными членами производственного коллектива.

Помимо ключевых факторов, связанных с профессиональным развитием и наставничеством, молодые специалисты нефтегазовых предприятий выделяют и другие значимые аспекты адаптации. Особое внимание респонденты уделяют установлению доброжелательных, доверительных отношений с коллегами и руководством — этот фактор выбрали 32,7 % опрошенных. Для молодежи крайне важно ощущать себя частью сплоченного коллектива, где царит атмосфера взаимопомощи и открытого диалога. Не менее значимым является формирование чувства принадлежности к компании и отрасли в целом (23,5 %), что способствует развитию профессиональной идентичности и лояльности. Также молодые работники отмечают важность привыкания к специфическим условиям труда и производственной среде (17,6 %), что включает как освоение техники безопасности, так и адаптацию к графику, корпоративным традициям и особенностям быта на производстве.

В то же время формальные, регламентированные процедуры адаптации воспринимаются респондентами как менее приоритетные. Так, обучение правилам внутреннего распорядка и стандартам поведения считают важным лишь 15,0 % участников опроса. Про-

цессы непосредственной интеграции в рабочий процесс (12,4 %) и ознакомления с корпоративной культурой (11,8 %) также уступают по значимости неформальным аспектам.

Такое распределение акцентов свидетельствует о том, что для молодых специалистов нефтегазовой отрасли определяющую роль играет не столько формальное следование процедурам, сколько живое человеческое общение, реальная поддержка со стороны коллектива и возможность быстро почувствовать себя «своим» в новом окружении. Неформальные каналы коммуникации и практическая помощь коллег оказываются гораздо более эффективным инструментом адаптации, чем стандартные инструкции и ознакомительные мероприятия. Это говорит о необходимости для предприятий уделять больше внимания развитию командного духа, системам неформального наставничества и созданию благоприятного психологического климата в коллективах.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что успешная социальная адаптация молодых специалистов на производственных предприятиях нефтегазового комплекса требует реализации комплексного, многоаспектного подхода. Результаты опроса убедительно демонстрируют, что эффективность интеграции новых сотрудников определяется не только уровнем их профессиональной подготовки, но и целым рядом социально-психологических и организационных факторов.

Для успешной адаптации в первую очередь, необходимо целенаправленно формировать благоприятный психологический климат в коллективе. Создание атмосферы взаимного уважения, доверия и открытости способствует снижению уровня стресса у молодых работников, ускоряет их привыкание к новым условиям и стимулирует активное взаимодействие с коллегами. Не менее важную роль играют развитие и институционализация системы наставничества. Передача практического опыта от старших коллег, их поддержка и консультативная помощь являются для молодежи ключевым ресурсом, позволяющим быстрее освоить сложные производственные задачи и почувствовать свою значимость для компании.

Кроме того, результаты подчеркивают важность целенаправленной работы по формированию корпоративной идентичности. Молодые специалисты стремятся не просто выполнять свои должностные обязанности, но и ощущать себя частью единого профессионального сообщества, разделять его ценности и цели. Это напрямую влияет на их лояльность к предприятию и мотивацию к долгосрочной работе.

Таким образом, внедрение комплексного подхода к адаптации, сочетающего развитие профессиональных компетенций с мерами по улучшению социально-психологической обстановки и укреплению корпоративной культуры, позволяет не только ускорить процесс вхождения нового сотрудника в должность. Это стратегически важный инструмент управления персоналом, который способствует снижению текучести кадров среди молодежи, формированию стабильного и мотивированного трудового коллектива и, как следствие, повышению общей эффективности производственной деятельности предприятия.

Результаты опроса, представленные на рисунке 2, показывают, что успешная адаптация молодых работников в нефтегазовой отрасли требует комплексного подхода, который включает профессиональные, психологические и организационные аспекты работы.

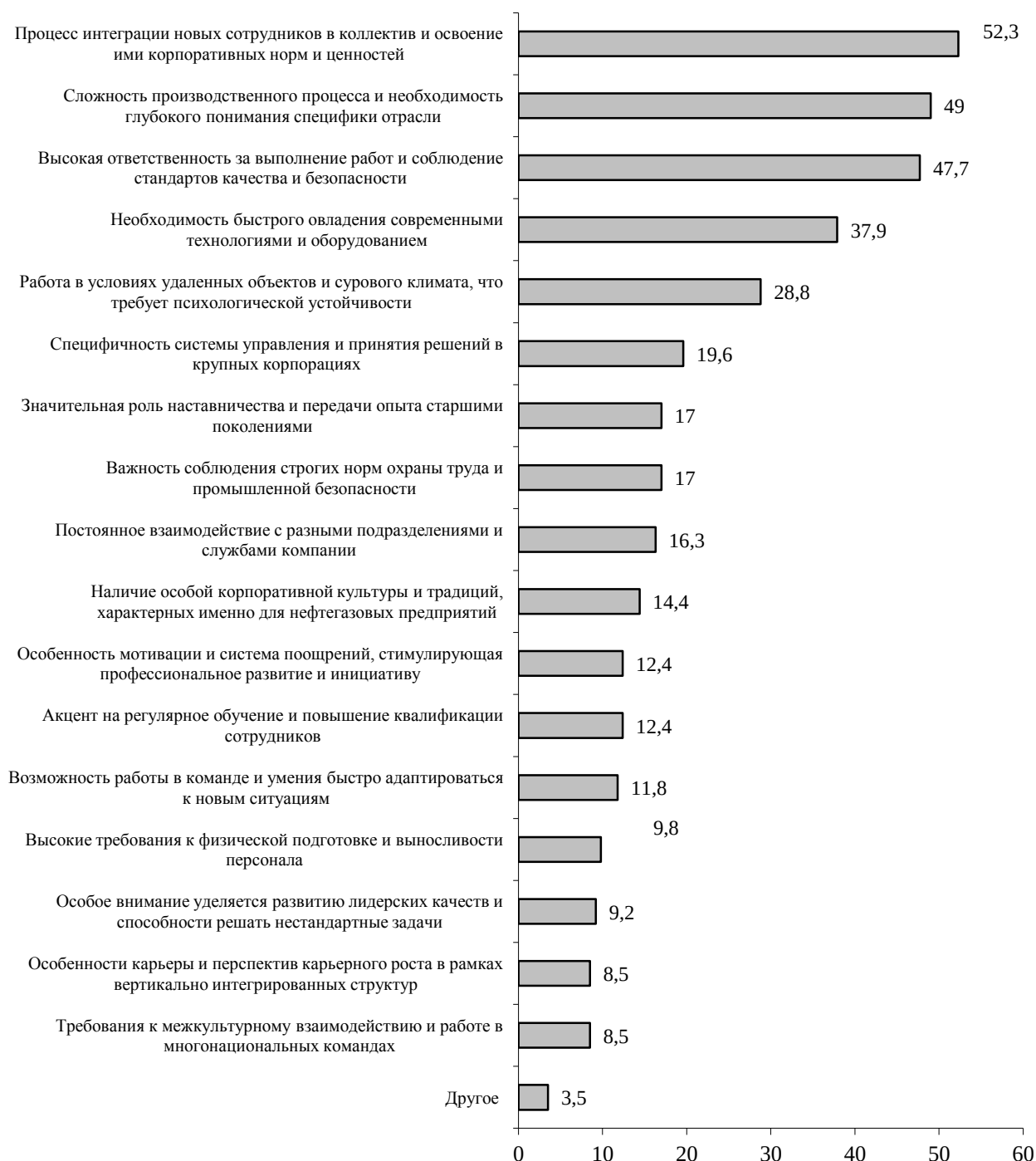


Рис. 2. Специфика социальной адаптации новых работников в нефтегазовой компании, % ответивших

Fig. 2. Specifics features of social adaptation of new workers in an oil and gas company, % of respondents

Анализ полученных данных позволяет выделить несколько ключевых блоков факторов, определяющих специфику и успешность социальной адаптации молодых специалистов в нефтегазовой отрасли.

1. Профессионально-техническая составляющая процесса социальной адаптации.

В основе процесса адаптации лежит необходимость освоения сложной производственной среды. Для почти половины молодых работников (49,0 %) первостепенное значение имеет глубокое понимание технологических процессов. Работа в нефтегазовом секторе требует не формального механического выполнения инструкций, а осознания своей роли в единой производственной цепочке — от добычи сырья до его переработки и сбыта.

Особое место в структуре адаптации молодых специалистов нефтегазовой отрасли занимает формирование высокой личной ответственности за соблюдение стандартов качества и норм промышленной безопасности. Этот аспект отметили 47,7 % респондентов, что обусловлено спецификой отрасли, где цена профессиональной ошибки чрезвычайно высока. В условиях потенциально опасных производств ответственность перестает быть просто формальным требованием и становится фундаментальным элементом корпоративной культуры. Для нового сотрудника это означает не только знание инструкций, но и глубокое понимание того, что его действия напрямую влияют на безопасность коллег, сохранность дорогостоящего оборудования и обеспечение экологических нормативов.

Деятельность в нефтегазовом секторе носит ярко выраженный системный и взаимосвязанный характер. Ошибка одного работника способна привести к остановке всей технологической цепочки, возникновению аварийных ситуаций и созданию прямой угрозы жизни людей. Именно поэтому процесс адаптации здесь выходит далеко за рамки обучения техническим навыкам. Ключевой задачей становится формирование у молодого специалиста особого типа мышления — перехода от простой исполнительности к осознанной, проактивной ответственности. Сотрудник должен уметь видеть свою роль в общем производственном процессе, понимать причинно-следственные связи своих действий и предвидеть возможные последствия для всего предприятия.

Наряду с этим важнейшим требованием к персоналу становится способность к быстрому освоению современных технологий и сложного оборудования (37,9 %). Это отражает высокий темп инновационного развития отрасли, которая сегодня переживает масштабную трансформацию. Цифровизация производственных процессов, ужесточение экологических стандартов и внедрение передовых технологических решений кардинально меняют облик современного нефтегазового комплекса. В этих условиях от молодых работников требуется не только прочный фундамент профильных знаний, но и развитые навыки непрерывного обучения, умение работать с большими массивами данных и гибко адаптироваться к постоянно меняющимся условиям производства.

2. Организационно-психологическая составляющая процесса социальной адаптации.

Помимо профессиональных вызовов, значительную роль в процессе социальной адаптации молодых специалистов играют организационно-психологические условия труда.

Специфика нефтегазовой отрасли — работа на удаленных объектах, в суровом климате, строгая иерархия и повышенная ответственность за промышленную безопасность — формирует особые психологические и социальные вызовы. Молодые специалисты уже в первые годы сталкиваются с высоким уровнем стресса и риском профессионального выгорания.

Работа вахтовым методом и проживание в замкнутом коллективе (этот фактор отметили 28,8 % опрошенных) требуют от сотрудника не только профессиональной подготовки, но и развитой психологической устойчивости, умения выстраивать отношения в ограниченном пространстве и справляться с изоляцией.

Дополнительные сложности с социальной адаптацией молодых работников в нефтегазовой отрасли связаны с общей системой управления, характерной для крупных нефтегазовых корпораций. На эту сложность указали 19,6 % участников опроса. Новичкам необходимо в сжатые сроки разобраться в многоуровневой иерархии, освоить формальные регламенты и, что не менее важно, научиться ориентироваться в неформальных каналах коммуникации и понимать механизмы принятия решений. Такая среда может вызывать у молодых сотрудников чувство растерянности и замедлять их профессиональное становление.

Эффективное преодоление этих трудностей напрямую зависит от слаженной работы механизмов социальной адаптации. В этом контексте ключевую роль играет институт наставничества. Опытный наставник выступает не просто как учитель, но и как проводник в сложной корпоративной структуре. Таким образом, наставничество становится стратегическим инструментом, который позволяет не только передать профессиональные знания, но и обеспечить необходимую психологическую и организационную поддержку на самом уязвимом начальном этапе карьеры. Это помогает молодому специалисту быстрее обрести уверенность, снизить уровень стресса и стать полноценным членом команды.

Анализ результатов производственного опроса показывает, что большинство молодых специалистов нефтегазовых компаний проходят на предприятиях программы первичной социальной адаптации. При этом изучение структуры используемых инструментов выявляет двойственную картину: с одной стороны, наблюдается устойчивое доминирование традиционных, проверенных временем методов, а с другой — становятся очевидны перспективные зоны для дальнейшего развития и модернизации адаптационных практик.

Безусловным лидером среди применяемых технологий является институт наставничества. Его эффективность подтверждается тем, что более половины опрошенных молодых специалистов (52,9 %) отметили его применение в своей компании. В условиях высокой сложности производственных процессов, строгих регламентов промышленной безопасности и уникальности корпоративной среды именно личный пример и консультации опытного коллеги служат надежным механизмом передачи неявных знаний, профессиональных тонкостей и негласных правил поведения.

На втором месте по распространенности находятся корпоративные обучающие программы и тренинги (37,9 %). Это свидетельствует о наличии в отрасли системного подхода

к формированию у новичков базовых профессиональных компетенций и теоретической базы, необходимой для безопасной и эффективной работы.

В числе других активно применяемых технологий адаптации респонденты называют систему регулярной оценки работы и предоставления обратной связи (26,8 %), что позволяет новичку своевременно корректировать свои действия. Важную роль играют командообразующие мероприятия (25,5 %), направленные на сплочение коллектива и неформальное общение. Для поддержания высокой мотивации используются системы поощрений (25,5 %). В то же время формализованные программы адаптации, предполагающие четко регламентированный план введения в должность, применяются реже — на них указали лишь 19,6 % участников опроса (рис. 3).



Рис. 3. Технологии социальной адаптации молодых работников, которые используются в нефтегазовых компаниях, % ответивших

Fig. 3. Technologies of social adaptation of young workers used in oil and gas companies, % of respondents

Вместе с тем результаты исследования обнаруживают значительный потенциал для повышения эффективности действующих практик социальной адаптации. Анализ показывает, что большинство компаний нефтегазового сектора отличается недостаточным уровнем внедрения современных цифровых инструментов для социальной адаптации молодых работников — их используют менее 10 % опрошенных предприятий. Аналогичная ситуация наблюдается и с формализованными программами адаптации, которые внедрены лишь в 19,6 % случаев.

Для молодых работников, выросших в цифровой среде, отсутствие современных онлайн-сервисов, мобильных приложений и структурированных образовательных платформ является существенным недостатком в работе. Игнорирование этих ожиданий может привести к снижению лояльности молодежи уже на начальном этапе карьеры и создать ложное впечатление о низкой инновационности компании, что негативно сказывается на ее HR-бренде в конкурентной борьбе за таланты.

Для повышения эффективности компаниям требуется не отказ от наставничества, а его интеграция в единую цифровую экосистему адаптации. Это позволит сохранить ценность личного опыта, обеспечив при этом прозрачность, управляемость и соответствие ожиданиям нового поколения сотрудников.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сформулировать ряд ключевых выводов, характеризующих специфику и современное состояние процесса социальной адаптации молодых специалистов в нефтегазовой отрасли.

- Подавляющее большинство молодых работников (83,6 %) признают социальную адаптацию не формальностью, а жизненно важным условием успешного старта в профессии и построения карьеры в отрасли. Это свидетельствует о зрелом подходе нового поколения молодых работников к построению карьеры в сложной производственной среде.
- Для молодых сотрудников нефтегазовых предприятий социальная адаптация — двуединый процесс. С одной стороны, это интеграция в коллектив и освоение корпоративных норм (52,3 %), с другой — профессиональное становление и освоение обязанностей (39,9 %). Успех зависит от баланса этих двух составляющих.
- Специфика отрасли (сложные технологии, строгие требования к безопасности, работа в удаленных регионах и жесткая иерархия) формирует комплексные вызовы, для преодоления которых необходимы не только профессиональные, но и организационно-психологические меры.

Исследование показало, что нефтегазовый сектор обладает выраженной спецификой, определяющей сложность адаптационных процессов. Это среда с высокими рисками, сложной технологической цепочкой и консервативной корпоративной куль-

турой. Успешная интеграция нового сотрудника здесь невозможна без формирования у него чувства глубокой ответственности за безопасность и качество работы.

Успешная социальная адаптация молодых работников в нефтегазовой отрасли невозможна без комплексного подхода, учитывающего специфику производства и современные требования к управлению персоналом. Она невозможна без одновременного развития профессиональных компетенций (*hard skills*) и личностных качеств (*soft skills*), а также психологической устойчивости. Этот процесс должен рассматриваться не как формальная процедура, а как стратегический инструмент, напрямую влияющий на эффективность бизнеса и его кадровую безопасность.

Особую остроту проблеме придает смена поколений на рынке труда. Новое поколение специалистов приходит в отрасль с иными ценностными ориентирами и карьерными ожиданиями. Молодые сотрудники нацелены на быстрое профессиональное развитие, прозрачные карьерные траектории, комфортную корпоративную среду и использование современных технологий. Несоответствие этих ожиданий реальным условиям труда на производстве часто приводит к разочарованию и уходу из отрасли наиболее перспективных и мотивированных кадров уже на начальном этапе карьеры.

Результаты исследования могут быть использованы службами по управлению персоналом нефтегазовых предприятий для разработки и совершенствования программ социальной адаптации молодых работников. На основании эмпирических данных и анализа отраслевой специфики предлагаются следующие направления работы.

1. Развитие института наставничества для молодых работников. Значительная часть молодых сотрудников (36,6 %) рассматривает наставничество как ключевой элемент успешной адаптации. Рекомендуется внедрение формализованных программ менторства, закрепление за новичками опытных работников, организация регулярных встреч и обмена профессиональным опытом.

2. Формирование корпоративной идентичности (для 23,5 % опрошенных важно чувство принадлежности к компании и отрасли). Целесообразно проводить вводные семинары, развивать корпоративные традиции, использовать символику, транслировать истории успеха и ценности предприятия.

3. Расширение командообразующих практик и мероприятий (доверительные отношения с коллегами как значимый фактор адаптации выделяют 32,7 % опрошенных). Рекомендуется активнее внедрять совместные мероприятия, развивать неформальные каналы коммуникации, создавать условия для открытого диалога и поддержки в коллективе.

4. Совершенствование профессионального обучения (для 39,9 % молодых работников адаптация неразрывно связана с освоением профессиональных обязанностей и повышением квалификации). Следует развивать практические тренинги, а также внедрять системы регулярной обратной связи и оценки результатов.

5. Внедрение современных цифровых инструментов адаптации (менее 10 % участников опроса отмечают использование цифровых сервисов в процессе адаптации). Рекомендуется разрабатывать онлайн-платформы, мобильные приложения, электронные вводные и обучающие курсы для ускорения адаптации вновь принимаемых молодых работников.

Реализация предложенных рекомендаций позволит снизить уровень текучести кадров на начальном этапе работы, повысить вовлеченность, лояльность и профессиональную мотивацию молодых сотрудников в нефтегазовой отрасли.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Authors' contributions

All authors contributed equally to the preparation of the manuscript.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. Никулин, А. Г. Трудовая адаптация молодых специалистов на рынке труда / А. Г. Никулин. – Текст : непосредственный // Труд и социальные отношения. – 2014. – Т. 25, № 7. – С. 129–136.
2. Брага, И. В. Проблемы адаптации и социализации молодых специалистов в российских компаниях / И. В. Брага, Е. С. Шолотонова. – <https://doi.org/10.17213/2312-6469-2024-5-95-104>. – Текст : непосредственный // Друкеровский вестник. – 2024. – № 5(61). – С. 95–104.
3. Лунева, О. В. Адаптация социальная / О. В. Лунева. – <https://doi.org/10.17805/zpu.2018.3.22>. – Текст : непосредственный // Знание. Понимание. Умение. – 2018. – № 3. – С. 240–247.
4. Ковалевская, М. И. Современные социологические подходы к пониманию социальной адаптации молодого специалиста / М. И. Ковалевская, М. В. Рыбакова. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарные знания. – 2025. – № 2. – С. 125–129.
5. Шишков, И. В. Уровневая дифференциация среды социальной адаптации молодых наемных работников / И. В. Шишков. – https://doi.org/10.52070/2500-347X_2023_2_851_113. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. – 2023. – № 2(851). – С. 113–122.
6. Лихачева, О. Н. Теоретико-методологические аспекты исследования социально-профессиональной адаптации молодых специалистов сферы культуры / О. Н. Лихачева. – Текст : непосредственный // Вестник Тюменского государственного института культуры. – 2016. – № 2(6). – С. 204–207.
7. Колпащикова, А. В. Факторы социальной адаптации молодого специалиста / А. В. Колпащикова. – Текст : непосредственный // Человек. Социум. Общество. – 2023. – № 7. – С. 108–114.

8. Цюхай, М. В. Социально-психологические подходы к адаптации и их применение в социологических исследованиях трудовой адаптации / М. В. Цюхай. – Текст : непосредственный // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 5. Экономика. Социология. Биология. – 2016. – Т. 6, № 2. – С. 112–119.
9. Бондаренко, О. В. Социологическое исследование адаптации молодых специалистов из неполных и полных семей к профессиональной среде / О. В. Бондаренко. – Текст : непосредственный // Russian Economic Bulletin. – 2025. – Т. 8, № 1. – С. 21–27.
10. Юркова, И. Г. Социально-психологические проблемы адаптации молодых сотрудников / И. Г. Юркова, Е. М. Богушевич, М. Ю. Вялых. – Текст : непосредственный // Russian Economic Bulletin. – 2026. – Т. 9, № 1. – С. 215–220.
11. Захарчук, В. А. Проблемы производственной и социальной адаптации молодых специалистов на предприятиях западносибирского нефтегазового комплекса / В. А. Захарчук, М. Е. Мосолова. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Нефть и газ. – 1997. – № 6. – С. 198.
12. Проскурова, Н. Э. Направления совершенствования процесса адаптации молодых специалистов на предприятиях нефтегазовой отрасли (на примере ПАО «Татнефть») / Н. Э. Проскурова, Д. В. Антонов. – [https://doi.org/ 10.34755/IROK.2019.27.74.005](https://doi.org/10.34755/IROK.2019.27.74.005). – Текст : непосредственный // Наука: общество, экономика, право. – 2019. – № 4. – С. 277–284.
13. Николаев, А. Г. Поиск новых методов адаптации молодых специалистов в нефтяной промышленности / А. Г. Николаев, Е. В. Путенихина. – [https://doi.org/ 10.18411/trnio-02-2024-233](https://doi.org/10.18411/trnio-02-2024-233). – Текст : непосредственный // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – № 106-4. – С. 210–213.
14. Тарасов, М. Н. Методы эффективной адаптации персонала, работающего вахтовым методом (на примере компании ООО "Weatherford") / М. Н. Тарасов, Р. А. Галиахметов. – <https://doi.org/10.22213/2618-9763-2021-3-54-58>. – Текст : непосредственный // Социально-экономическое управление : теория и практика. – 2021. – № 3(46). – С. 54–58.
15. Innovation and Investment Aspect Energy Transition to Renewable Energy Sources / L. M. Gaisina, I. L. Litvinenko, L. R. Magomaeva, M. M. Muradov. – Text: direct // SOCAR Proceedings. – Vol. 4. – P. 134–141.
16. Russian Energetic Industry Enterprises: Social Orientation of the Information Management / L. M. Gaisina, O. I. Kolesnikova, A. V. Medvedeva [et al.]. – Text: direct // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2017. – Vol. 8. – Issue 5(21). – P. 1119–1131.

References

1. Nikulin, A. G. (2014). Trudovaya adaptaciya molodyh specialistov na rynke truda. Trud i social'nye otnosheniya, 25 (7), pp. 129-136. (In Russ.).
2. Braga, I. V. & Sholotonova, E. S. (2024). Problems of adaptation and socialization of young specialists in Russian companies. The Drucker Bulletin, 5(61), pp. 95-104. (In Russ.). <https://doi.org/10.17213/2312-6469-2024-5-95-104>
3. Luneva, O. V. (2018). Social adaptation. Knowledge. Understanding. Ability, (3), pp. 240-247. (In Russ.). <https://doi.org/10.17805/zpu.2018.3.22>
4. Kovalevskaya, M. I. & Rybakova, M. V. (2025) Modern sociological approaches to understanding the social adaptation of a young specialist. Social'no-gumanitarnye znaniya, (2), pp. 125-129. (In Russ.).
5. Shishkov, I. V. (2023). Layered differentiation of social adaptation environment for young employees. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Social Sciences, 2(851), pp. 113-122. (In Russ.). https://doi.org/10.52070/2500-347X_2023_2_851_113
6. Lihacheva, O. N. (2016). Teoretiko-metodologicheskie aspekty issledovaniya social'no-professional'noj adaptacii molodyh specialistov sfery kul'tury. Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury, (2), pp. 204-207. (In Russ.).
7. Kolpashchikova, A. V. (2023). Factors of social adaptation of a young specialist. Chelovek. Socium. Obshchestvo, (7), pp. 108-114. (In Russ.).

8. Tsukhaj, M. V. (2016). Social-psychological approaches for adaptation and their application in sociological researches of labour adaption. *Vesnik of Yanka Kupala state university of Grodno. Series 5. Economics. Sociology. Biology*, 6(2), pp. 112-119. (In Russ.).
9. Bondarenko, O. V. (2025). Sociological study of adaptation of young specialists from single-parent and complete families to the professional environment. *Russian Economic Bulletin*, 8 (1), pp. 21-27. (In Russ.).
10. Yurkova, I. G., Bogushevich, E. M. & Vyalyh, M. Yu. (2026). Socio-psychological problems of adaptation of young employees. *Russian Economic Bulletin*, 9(1), pp. 215-220. (In Russ.).
11. Zaharchuk, V. A. & Mosolova, M. E. (1997). Problems of production and social adaptation of young specialists at enterprises of the West Siberian oil and gas complex. *Oil and gas studies*, (6), p.198. (In Russ.).
12. Proskurova, N. E. & Antonov, D. V. (2019). Directions for improving the adaptation process of young specialists at oil and gas industry enterprises (using the example of PJSC Tatneft). *Science: society, economics, law*, (4), pp. 277-284. (In Russ.).
13. Nikolaev, A. G. & Putenikhina, E. V. (2024). Search for new methods of adaptation of young specialists in the oil industry. *Trends in the development of science and education*, 106(4), pp. 210-213. (In Russ.).
14. Tarasov, M. N. & Galiakhmetov, R. A. (2021). Methods for effective personnel adaptation, working by crafting method (on the example of the company “Weatherford” LLC). *Socio-economic management: theory and practice*, (3:46), pp. 54-58. (In Russ.). <https://doi.org/10.22213/2618-9763-2021-3-54-58>
15. Gaisina, L. M., Litvinenko, I. L., Magomaeva, L. R., & Muradov, M. M. (2022). Innovation and Investment Aspect Energy Transition to Renewable Energy Sources. *SOCAR Proceedings*;(4), pp. 134-141. (In English).
16. Gaisina, L. M., Kolesnikova, O. I., Medvedeva, A. V., Fayruzova, A. R., Efimenko, E. L., & Lopatina, E.V. (2017). Russian Energetic Industry Enterprises: Social Orientation of the Information Management. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(5(21)), pp. 1119-1131. (In English).

Информация об авторах / Information about the authors

Аюпов Ришат Радмирович, аспирант кафедры социальных и политических коммуникаций, Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа

Гайсина Люция Мугтабаровна, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры социальных и политических коммуникаций, Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа, glmug@mail.ru, ORCID:<https://orcid.org/0000-0001-9199-1273>, Scopus Author ID: 57195339870, WoS-Researcher ID – AAF – 9573-2021

Rishat R. Ayupov, Postgraduate Student of the Department of Social and Political Communications, Ufa State Petroleum Technological University

Lyutsiya M. Gaisina, Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Professor at the Department of Social and Political Communications, Ufa State Petroleum Technological University, glmug@mail.ru, ORCID:<https://orcid.org/0000-0001-9199-1273>, Scopus Author ID: 57195339870, WoS-Researcher ID – AAF – 9573-2021

Поступила в редакцию / Received 01.04.2026

Поступила после рецензирования / Revised 22.04.2026

Принята к публикации / Accepted 05.05.2026

Научная статья / Original research article
УДК 316
DOI:10.31660/1993-1824-2026-2-38-55
EDN: KEAETL



Внешнеполитические цели, интересы и приоритеты России в контексте устойчивого развития: концептуальная основа и общественное мнение

Л. В. Рожкова^{1*}, М. Л. Белоножко², О. В. Сальникова¹

¹ Пензенский государственный университет, Пенза, Российская Федерация

² Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

*mamaeva_lv@mail.ru

Аннотация. Изучение содержания и направленности российских внешнеполитических интересов и приоритетов представляется в современных условиях актуальным направлением в силу поиска перспектив развития российского внешнеполитического потенциала, а также формирования общественной поддержки проводимого внешнеполитического курса. Цель исследования — комплексный анализ основных интересов, целей и приоритетов Российской Федерации в сфере внешней политики. Изучение внешнеполитического курса РФ основано на анализе документов в области внешней политики страны, материалах авторских социологических исследований среди студенческой молодежи Пензы (2023–2024) и результатах вторичного анализа социологических исследований по отношению россиян и молодых людей к проводимой нашей страной внешней политике. В статье рассматриваются отечественные и зарубежные подходы к изучению внешнеполитических курсов, особенностей проводимой внешней политики различных стран. Исследовательский интерес сосредоточен на российском подходе. На основе Концепций внешней политики РФ проанализированы внешнеполитические усилия в срезе достижения основных целей и главные внешнеполитические приоритеты, исследованы оценки и представления россиян и студенческой молодежи о современной внешней политике России. Проведенный анализ показал, что принятая в 2023 г. Концепция внешней политики имеет некоторые отличия от предыдущих версий в том, что касается изменения иерархии региональных приоритетов, выделения триединой формулы в отношении вызовов и угроз России; обозначения основных национальных интересов РФ. По данным исследований, основными российскими национальными интересами являются защита суверенитета страны, российских граждан и укрепление мира; внешнеполитическими приоритетами России — безопасное, мирное существование страны и ее возрождение как мировой державы. Теоретическая значимость работы состоит в комплексном теоретическом анализе эволюции основных параметров реализации российской внешней политики. Практическая значимость заключается в получении новых эмпирических данных о внешнеполитических ориентациях россиян и молодежи в современных условиях.

Ключевые слова: внешняя политика, национальные интересы, внешнеполитические приоритеты, Россия, россияне, студенческая молодежь

Для цитирования: Рожкова, Л. В. Внешнеполитические цели, интересы и приоритеты России в контексте устойчивого развития: концептуальная основа и общественное мнение / Л. В. Рожкова, М. Л. Белоножко, О. В. Сальникова. — [https://doi.org/ 10.31660/1993-1824-2026-2-38-55](https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-38-55) // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 38–55. — EDN: KEAETL

Russia's foreign policy goals, interests and priorities in the context of sustainable development: conceptual basis and public opinion

Liliya V. Rozhkova^{1*}, Marina L. Belonozhko², Olga V. Salnikova¹

¹ Penza State University, Penza, Russian Federation

² Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

*mamaeva_lv@mail.ru

Abstract. The study of Russia's foreign policy interests and priorities remains relevant in modern conditions, because prospects for the development of Russia's foreign policy potential and build public support for its foreign policy course are being searched. This study aims to conduct a comprehensive analysis of the key goals, interests, and priorities of the Russian Federation with regard to foreign policy. To explore Russia's foreign policy course the authors of this article analyze documents, original sociological surveys conducted among university students in Penza 2023 and 2024, and results of secondary analysis of sociological studies that examine Russians' and young people's attitudes toward the country's foreign policy. The article reviews both Russian and international approaches to the study of foreign policy strategies. Also, it examines the specific features of different countries' foreign policies. The researchers focus their scientific interests on the Russian approach. Using the Foreign Policy Concepts of the Russian Federation, the authors analyze Russia's foreign policy efforts concerning its key goals and priorities, and seek assessments and views of Russians and students about Russia's modern foreign policy. The analysis reveals that the 2023 Foreign Policy Concept differs from earlier versions in several important ways. This applies to changes in the hierarchy of regional priorities, the introduction of a triadic formula regarding challenges and threats to Russia, and a definition of the country's key national interests. According to research, the key national interests of Russia are protecting national sovereignty, defending Russian citizens, and strengthening peace, and Russia's key foreign policy priorities are ensuring the country's secure and peaceful existence and its revival as a world power. The theoretical significance of authors' work lies in its comprehensive analysis of the evolution of the key parameters of Russian foreign policy implementation. Its practical significance stems from the new empirical data on the foreign policy orientations of Russians and young people under current conditions.

Keywords: foreign policy, national interests, foreign policy priorities, Russia, Russians, student youth

For citation: Rozhkova, L. V., Belonozhko, M. L., Salnikova O. V. (2026). Russia's foreign policy goals, interests and priorities in the context of sustainable development: conceptual basis and public opinion. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 38-55. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-38-55>

Введение

В современных условиях международной нестабильности, поиска параметров новой системы мироустройства значительный интерес составляют исследования векторов изменений внешнеполитических курсов различных стран, а также факторов, влияющих на формирование и реализацию современной внешней политики государств. Поддержка населением проводимой внешней политики способствует поступательному и устойчивому развитию общества и страны.

В российской научной литературе существенное число работ за последние годы посвящено историческим аспектам, ретроспективному анализу и современной внешней политике зарубежных стран. Например, Е. С. Щербачевич раскрывает особенности внешнеполитического курса Перу в XX в. [1], О. И. Новикова, А. И. Некрасов — внешнеполитический курс Франции в 1920–1930 гг. [2], А. С. Иващенко — специфику внешней политики Китая в XX в. [3], И. Д. Глухов — развитие современного внешнеполитического курса Ирана [4] и др. Сегодня отмечается увеличение числа научных работ, посвященных анализу внешней политики стран, которые становятся мировыми центрами притяжения, начинают играть все большую роль в мировой политике — Индия [5], Китай [6]. Внешняя политика России также находит освещение в работах отечественных авторов, и чаще в рамках политических исследований. Социологи сосредотачивают свое внимание на различных аспектах реализации внешней политики:

особенностях реализации внешнеполитического механизма [7, 8], формировании справедливого миропорядка [9], а также исследовании общественного мнения по различным вопросам проводимого внешнеполитического курса [10–13].

Значительный исследовательский интерес составляет анализ влияния различных групп на проводимую внешнюю политику стран, а также общественного мнения.

В этой связи интересен анализ, проведенный Н. А. Складовым в аспекте выявления влияния различных групп интересов на внешнеполитические решения в США. Оказалось, что элитные сети играют ключевую роль, представляя наиболее влиятельные группы интересов [14]. Актуален и вывод О. А. Хлопова о том, что сегодня в США «поляризация» в политике выступает доминирующим явлением [15], в том числе и в отношении внешней политики, что обусловлено влиянием на ее разногласия и противоречия внутри американской политической элиты. Кроме того, различные типы поляризации проявляются и в общественных настроениях, а это не способствует реализации эффективной политики. Поляризация на уровне политики приводит к «снижению общественной поддержки демократии» [16]. На основе проведенного анализа О. А. Хлопов утверждает, что «общественность формирует некоторые свои собственные суждения о международных проблемах... поляризация среди элит имеет тенденцию отфильтровываться и усугублять идеологическую поляризацию среди общественности» [15]. Кроме того, интересно и то, что в США среди общественности усиливается и поляризация взглядов на внешнюю политику [17]. Все эти работы, выводы, положения имеют принципиальный характер в рамках цели и задач нашего исследования — с целью анализа консолидационного потенциала россиян в отношении реализуемой внешней политики РФ.

Следует выделить особый «костяк» немногочисленных исследований, посвященных главной цели исследовательского анализа — внешнеполитическим ориентациям граждан, их отношении к проводимому внешнеполитическому курсу. В работах I. Savin, N. Terlyakov представлены результаты исследования соотношения выступлений и телефонных звонков Президента РФ с общественным одобрением деятельности В. Путина и Правительства РФ, а также с некоторыми макроэкономическими показателями. Так, тема международных отношений со временем приобрела наибольшую популярность среди россиян, а при повышении поддержки Правительства чаще обсуждаются вопросы мировой политики (18). В работах B. Rathbun исследуются внешнеполитические ориентиры в контексте психологических факторов [19]. Исследователи T. B. Gravelle, J. Reifler, T. J. Scott раскрывают связь внешнеполитических ориентаций с личностными качествами [20].

Цель исследования — анализ внешнеполитических приоритетов, целей, национальных интересов на основе исследования стратегических документов РФ и социологическая диагностика отношения россиян и молодежи к основным составляющим внешней политики России. Основная гипотеза исследования — поддержка и принятие со стороны россиян проводимого внешнеполитического курса РФ. Основные задачи

исследования: анализ изменений векторов внешней политики с момента формирования новой России на основе анализа стратегических российских документов; выявление основных контуров современного российского внешнеполитического курса на основе изучения концептуальных основ российской внешней политики; социологический анализ актуальных внешнеполитических приоритетов РФ со стороны россиян и молодежи.

Методика

Изучение интересов, целей, приоритетов России в сфере внешней политики проводилось на основе анализа: документов по внешней политике и национальной безопасности РФ — Стратегии национальной безопасности РФ 2021 г., КВП 1993, 2000, 2008, 2013, 2016 и 2023 гг.; результатов авторских исследований — массовый опрос студентов ПГУ «Внешнеполитические ориентации и внешняя политика РФ глазами студентов» (2023 г.; n = 393; выборка квотная — пол, курс обучения) [21], «Внешнеполитические угрозы и отношение к внешней политике РФ» (2024 г.; n = 351; выборка квотная — пол, курс обучения); данные социологических исследований, проведенных российскими социологическими центрами: ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр (признан иноагентом) и др.

По результатам анализа документов по внешней политике и национальной безопасности РФ строилась авторская методика оценки внешнеполитических ориентаций, которая включала анализ следующих направлений: интерес к внешней политике, основные приоритеты и национальные интересы РФ, характеристика современной внешней политики РФ, оценка роли России в мире и деятельности властей по отстаиванию интересов страны и др. Основные параметры сущности авторского подхода и методики построения системы внешнеполитических ориентаций представлены в авторских работах [11, 12]. Исследования проводились по единому инструментарию, что позволяет сопоставить полученные данные. Также осуществлялся вторичный анализ данных других социологических исследований по схожей проблематике. Социологическая информация была обработана и проанализирована с использованием компьютерной программы Sociology.

Результаты

После Советского Союза новая Россия встала перед выбором новых внешнеполитических приоритетов. За 1993–2023 гг. было принято шесть редакций Концепций внешней политики (КВП РФ). Они являются целеполагающими документами в отношении внешней политики, проводимого внешнеполитического курса и представляют собой систему взглядов в отношении содержания и основных направлений, приоритетов, задач внешнеполитической деятельности в РФ [22]. Следует отметить, что в ряду документов, которые способствуют пониманию и толкованию проводимого

внешнеполитического курса страны, большое значение наравне с КВП имеют различные статьи политических лидеров, программные выступления.

В Социологической энциклопедии понятие «концепция» (понимание, система) рассматривается в нескольких аспектах: как некоторый способ понимания каких-либо явлений; изложение идеи, основной позиции с целью описания определенных явлений; ведущий замысел [23]. Авторы придерживаются мнения о концепции как основной идее, замысле, в частности применительно к КВП. Исследователь А. В. Павлюк провел анализ определения понятия «концепция», представленного в различных словарях, выделив основные его трактовки (рис. 1).



Рис. 1. Понятие «концепция» в словарях (составлено по: [22])

Fig. 1. The term of “concept” in dictionaries [compiled from: 22]

В 1993 г. были приняты «Основные положения концепции внешней политики РФ» [24]. В этом документе было выделено 15 направлений внешнеполитической деятельности, однако это были разноуровневые темы, отсутствовала систематизация [25]. Одни направления просто были описаны в логике поведения, другие содержали набор конкретных мероприятий; разграничение между функциональными и региональными приоритетами не проводилось [25].

Все последующие КВП РФ строились по единой архитектуре, но были более структурированы в отношении направлений внешней политики, а содержание разделов изменялось в зависимости от текущей международной обстановки [24]. На рисунке 2 показана эволюция функциональных и региональных приоритетов в КВП РФ 1993–2023 гг.

Таким образом, в 2023 г. в функциональные приоритеты «вернулось» «формирование нового мироустройства»; в числе региональных приоритетов главная роль отводится СНГ и сотрудничеству в рамках организаций на постсоветском пространстве.

Концепции внешней политики РФ						
	1993 г.	2000 г.	2008 г.	2013 г.	2016 г.	2023 г.
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ	Контроль над вооружениями и международная безопасность	Формирование нового мироустройства			Формирование справедливого и устойчивого мироустройства	Формирование нового мироустройства
	Содействие экономической реформе	Укрепление международной безопасности	Верховенство права в международных отношениях			
	ООН и другие международные организации	Международные экономические отношения	Укрепление международной безопасности			
	Движение неприсоединения	Права человека и международные отношения	Международное экономическое и экологическое сотрудничество			
	Права человека и свободы	Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности	Международное гуманитарное сотрудничество и права человека			
	Религия и религиозные организации		Информационное сопровождение внешнеполитической деятельности			
	Экология					
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ	СНГ	СНГ	СНГ	СНГ	СНГ	Ближнее зарубежье
	США	Европа	Европа	Евро-Атлантический регион	Евро-Атлантический регион	Арктика
	Европа	США	США и Северная Америка	Арктика и Антарктика	Арктика и Антарктика	Евразийский континент. Китай Индия
	Азиатско-Тихоокеанский регион	Азия	Азиатско-Тихоокеанский регион	Азиатско-Тихоокеанский регион	Азиатско-Тихоокеанский регион	Азиатско-Тихоокеанский регион
	Южная и Западная Азия	Ближний Восток и Северная Африка	Ближний Восток	Ближний Восток и Северная Африка	Ближний Восток и Северная Африка	Исламский мир
	Ближний Восток	Африка	Африка	Латинская Америка и Карибский бассейн	Латинская Америка и Карибский бассейн	Африка
	Африка	Центральная и Южная Америка	Латинская Америка и Карибский бассейн	Африка	Африка	Латинская Америка и Карибский бассейн
	Латинская Америка					Европейский регион
						США и другие англосаксонские государства
						Антарктика

Примечание: курсивым выделены одинаковые разделы в документах

Рис. 2. Основные приоритеты в КВП РФ 1993–2023 гг. (составлено по: 24, 26, 27)
Fig. 2. Key priorities in the Foreign Policy Concepts of the Russian Federation, 1993–2023
 [compiled from: 24, 26, 27]

В числе основных нововведений КВП РФ 2023 г. следующие:

1. Происходит переоценка направлений развития мира; констатируется важность координирующей роли ООН, а также соблюдения принципа суверенного равенства стран. Впервые делается акцент в отношении борьбы с неокOLONIALНЫМИ практиками, что снизит стремление к гегемонии западных стран [28].
2. Впервые введена триада вызовов и угроз стране: «национальный интерес — стратегические цели — задачи», имеющих «многослойный» характер (поли-

тические, правовые, правозащитные, экономические, духовно-нравственные, экологические, информационные) [27].

3. Происходят изменения в глобальных приоритетах; выделены национальные интересы РФ в «новых сферах» — космическое и воздушное пространство, Мировой океан. В числе одного из приоритетов в рамках гуманитарного направления установлено противодействие «русофобии» [28].

4. Иерархия страновых приоритетов, географические границы регионов трансформируются; вводятся «Исламский мир» и «Евразийский континент».

5. Расширено число институтов, которые способствуют реализации внешнеполитического курса РФ. Это традиционные институты (Президент РФ, СФ РФ и ГД РФ, Правительство РФ, СБ РФ, МИД, Россотрудничество) и новый орган — Государственный совет. Предусмотрена также опора на различные организации (политические партии, НКО, Общественная палата РФ, СМИ и деловые круги) [28].

Необходимо отметить, что в КВП РФ используется ряд понятий, имеющих ключевое значение для понимания внешней политики страны. Так, понятие национальных интересов всегда было тесно «увязано» с внешнеполитической деятельностью, основано на потребностях страны в обеспечении безопасности. Внешнеполитические приоритеты — один из главных концептов внешней политики — включают базовые направления внешнеполитического курса на основе приоритетов национальной безопасности. Авторы придерживаются трактовки этих понятий, которая установлена в концептуальных российских документах — КВП 2023 г. [26] и Стратегии национальной безопасности РФ 2021 г. [29]. Стратегические цели достигаются посредством решения 14 внешнеполитических задач, установленных в КВП РФ [26].

Обратимся к эмпирическому анализу внешнеполитических ориентаций россиян.

По опросу ФОМ 2019 г. было выявлено, что около половины наших сограждан — 54 (в возрастной группе 18–30 лет — треть — 33 %) проявляют интерес к международным событиям. При этом отмечается его падение в 2022 г. — 44 и 27 % соответственно [31]. По результатам авторских исследований 2023–2024 гг., студенты следят в основном за мировыми событиями (рис. 3).

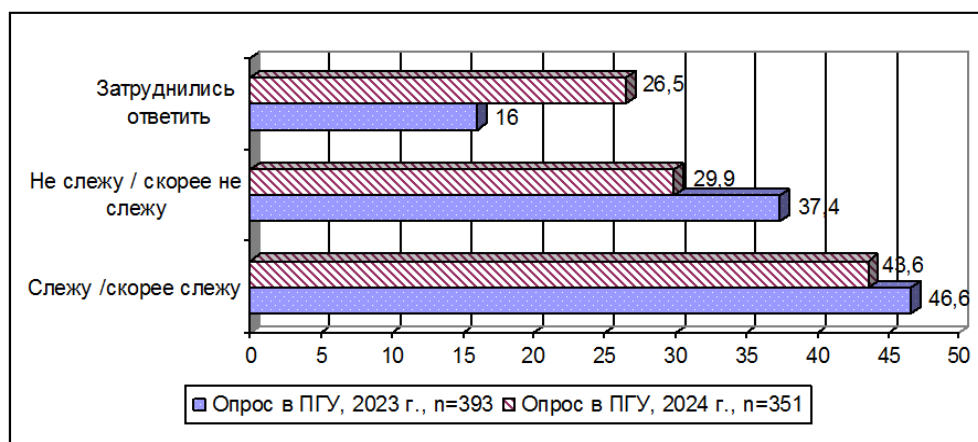


Рис. 3. Интерес к международным событиям, в %
Fig. 3. Interest in international events, %

По данным исследований ФОМ 2022 г., около четверти (23 %) россиян считают, что руководство нашей страны уделяет внешней политике слишком много внимания; 44 % опрошенных отметили, что внимание достаточное [31]. Подобного мнения придерживаются и представители студенческой молодежи Пензы (рис. 4).

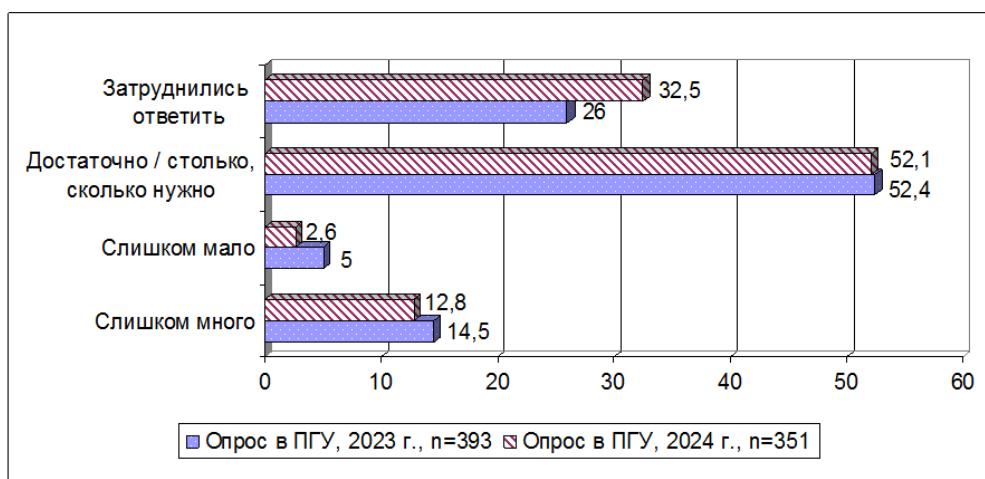


Рис. 4. Объем внимания к внешней политике со стороны руководства страны, в %
Fig. 4. The level of attention paid to foreign policy by the country's leadership, %

Исследователь О. Н. Быков, рассматривая соотношение интересов и внешней политики, отмечает первичность первых по отношению ко второй, однако подчеркивает, что «в каждой стране и на разных этапах складывается собственная модель их сочетания» [32], которая и проецируется на внешнеполитический курс. Вместе с тем на основе анализа представленных в научной литературе базовых интересов О. Н. Быков выделяет три базовых интереса: безопасность страны от внешних угроз; стабильность государства и общества; благополучие народа [32]. Они более устойчивые, чем интересы внешнеполитические; последние более зависят от конъюнктурных перемен [32].

Исследователь А. А. Кокошин определяет национальные интересы как «...осознанные значительной частью общества, и прежде всего подавляющей частью его "политического класса", потребности государства-нации в самосохранении как культурной исторической общности, в обеспечении стабильности своих общественных и государственных институтов и одновременно в их развитии» [33]. Они исторически преемственны, их специфика определяется историей, географическим положением страны [33]. По мнению С. В. Картунова, «...в национальных интересах выражается потребность национальной общности занимать то место в мировом сообществе, которое максимально соответствует ее культурно-историческим и духовным традициям, позволяет наиболее полно реализовать ее потенциальные ресурсы» [34]. Национальные цели и интересы РФ являются основой для общественного развития, а также формирования задач политики страны как внутренней, так и внешней [34].

В КВП РФ 2023 г. определены национальные интересы России во внешнеполитической сфере (см. рис. 3). По результатам авторских опросов 2023–2024 гг., по мнению студентов, доминируют три национальных интереса: защита суверенитета РФ; защита прав и свобод россиян; укрепление международного мира (табл. 1).

Таблица 1. Основные национальные интересы РФ в сфере внешней политики, самооценки студентов, в %, многовариантные ответы (составлено по:[21]; дополнено данными авторского исследования 2024 г.)

Table 1. Key national interests of the Russian Federation in the field of foreign policy: students' self-assessments, %, multiple responses (compiled from: [21]; supplemented with data from the authors' 2024 study)

Вариант ответов	Опрос 2023 г., n = 393	Опрос 2024 г., n = 351
Защита территориальной целостности, суверенитета России	63,1	47
Укрепление безопасности и международного мира	36,9	33,4
Укрепление международного права	17,7	17,9
Защита прав, интересов, свобод россиян	46,2	34,2
Защита граждан от деструктивного информационного воздействия	21,5	5,9
Повышение качества жизни и благосостояния россиян	30,8	17,9
Устойчивое развитие российской экономики	20	5,1
Сохранение российского исторического и культурного наследия	36,2	11,9
Защита окружающей среды	16,9	7,7
Затруднились ответить	25,4	34,2

ВЦИОМ показывает поддержку россиянами внешнеполитического курса на основе национальных интересов страны [35]. Авторские данные также это подтверждают (рис. 5).

Еще в 2012 г. В. Путин в статье «Россия и меняющийся мир» обозначил, что Россия будет «последовательно исходить из собственных интересов и целей» [36], а «безопасность в мире можно обеспечить только вместе с Россией» [36]. В современных условиях роль России видится в том, чтобы «играть сбалансированную роль в международных отношениях» [37]. По мнению Д. Тренина, «Россия выступает не против миропорядка как такового, а против американского господства над ним» [38]. Российский подход нацелен на совместное с дружественными странами выстраивание новой инфраструктуры миропорядка [39].

Данные Левада-центра (признан иноагентом) показали, что основными приоритетами внешнеполитического курса РФ наши сограждане считают обеспечение существования страны (59 %), а также повышение международного авторитета РФ (49 %) [40]. Подобные данные получены и по результатам авторских исследований 2023–2024 гг. (табл. 2). Оценивая региональные приоритеты внешней политики РФ, следует отметить, что 40,2 % респондентов по данным исследования 2023 г. указали, что Россия является гарантом мира и стабильности на постсоветском пространстве [21].

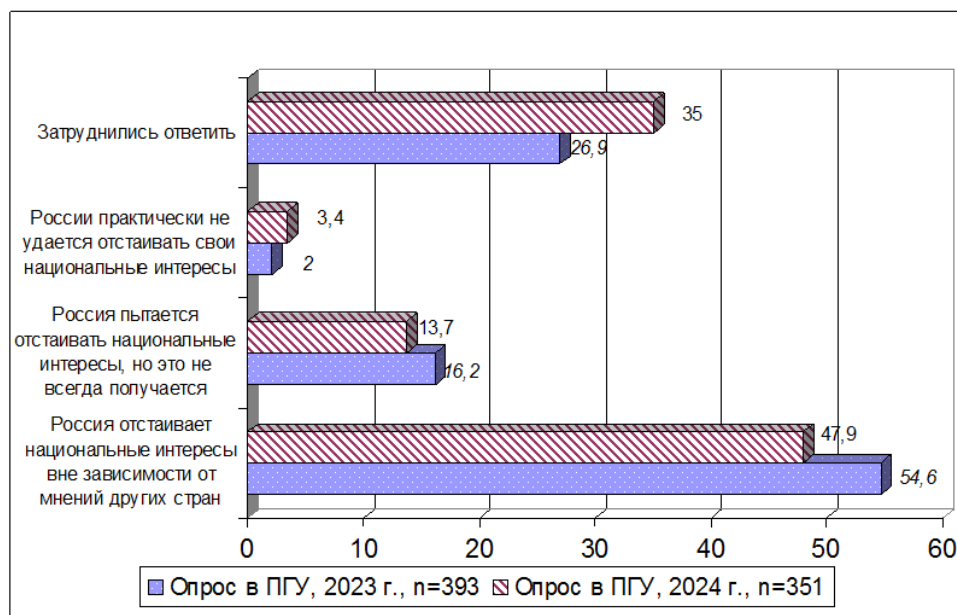


Рис. 5. Общая характеристика современной внешней политики РФ, самооценки студентов, в %

Fig. 5. General assessment of the current foreign policy of the Russian Federation: students' self-assessments, %

Таблица 2. Основные приоритеты российской внешней политики; самооценки студентов, в %, многовариантные ответы (составлено по: [21]; дополнено данными авторского исследования 2024 г.)

Table 2. Key priorities of Russian foreign policy: students' self-assessments, %, multiple responses (compiled from: [21]; supplemented with data from the authors' 2024 study)

Вариант ответов	Опрос 2023 г., n = 393	Опрос 2024 г., n = 351
Безопасное, мирное существование РФ	72,5	57,3
Восстановления авторитета РФ как мировой державы	43,5	28,2
Защита производителей РФ	32,1	17,9
Дружественные отношения с развитыми странами	39,7	29,9
Противодействие распространению терроризма и разрешение конфликтов в «горячих точках» мира	37,4	19,7
Сдерживание стран Запада, снижение влияния США	20,6	12,8
Расширение влияния России в мире	14,5	7,7
Затруднились ответить	17,6	33,4

Обсуждение

Анализ документов показал, что в 2023 г. в функциональные приоритеты «вернулось» «формирование нового мироустройства»; произошла трансформация иерархии региональных приоритетов, но основная роль не изменилась и принадлежит странам СНГ; обоснована потребность в восстановлении координирующей роли ООН; выделена триада угроз и вызовов: национальный интерес — стратегические цели — задачи.

По результатам авторских опросов и исследований общероссийских центров было выявлено следующее: около трети молодых россиян следят и скорее следят за происходящими международными событиями, а среди студентов их доля составляет около 40 %; россияне, как и представители студенческой молодежи, считают, что со стороны руководства страны в настоящее время внешней политике уделяется должное внимание; по мнению молодых людей, национальными интересами России во внешней политике являются защита суверенитета РФ, а также свобод и прав россиян; укрепление безопасности в международной сфере; россияне, как и студенты, считают главными приоритетами внешнеполитического курса страны ее безопасное существование, а также повышение международного статуса России. Следует отметить, что в среде студенческой молодежи присутствует большая доля лиц, затруднившихся ответить, а долевое соотношение ответов ниже, чем по общероссийской выборке. В этой связи следует подчеркнуть, что ценностные ориентации молодых людей достаточно лабильны и мозаичны. Они образуют особую социальную группу и не имеют такого большого жизненного опыта, как старшее поколение. Их вовлеченность в политические процессы и интерес к политике невысокие, что во многом объясняет то, что их достаточно большая доля затрудняется дать оценку различным направлениям проводимого внешнеполитического курса России.

Выводы

Исследование внешнеполитических интересов и приоритетов России в современных условиях является важным направлением изучения в силу необходимости полной реализации внешнеполитического потенциала страны с опорой на поддержку со стороны всего общества. Основная проблема исследования заключается в возникающем противоречии, связанном, с одной стороны, с необходимостью широкой общественной поддержки населением проводимой внешней политики РФ, с другой стороны, с недостаточной социологической диагностикой степени поддержки и принятия российских внешнеполитических приоритетов.

Проведенный анализ стратегических документов РФ, касающихся внешней политики, обеспечения безопасности и развития страны свидетельствует, что понятие «национальные интересы» является непреходящим приоритетом и заложено в фундаменте внешнеполитической деятельности страны. В 2023 г. КВП РФ с учетом национальных интересов установила главные внешнеполитические ориентиры, выдвинув триединую формулу: «национальный интерес — стратегические цели — задачи». В числе произошедших трансформаций в области функциональных приоритетов — отход от формулировки «справедливое и устойчивое мироустройство» к употребляемой ранее «новое мироустройство». В числе региональных приоритетов в рамках российской внешней политики основная роль отводится странам СНГ.

Проведенные исследования показали, что, по самооценкам студентов, основные национальные интересы РФ не изменяются и включают в себя защиту страны, ее суверенитета и территории, защиту прав россиян, а также формирование справедливого мирового порядка; основные приоритеты внешней политики РФ состоят в ее безопасном существовании и становлении России в качестве мировой державы. Все это коррелирует с основными направлениями современной внешней политики РФ. Большая часть россиян едины со своей страной и полностью разделяют проводимый внешнеполитический курс России.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Authors' contributions

All authors contributed equally to the preparation of the manuscript.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. Щербачевич, Е. С. Формирование внешнеполитического курса Перу в 1945–1990 гг. / Е. С. Щербачевич. – <https://doi.org/10.24412/0869-8120-2023-7-153-157>. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 7. – С. 153–157.
2. Новикова, О. И. К вопросу о внешнеполитическом курсе Франции в 1920–1930-е годы (часть 2) / О. И. Новикова, А. И. Некрасов. – <https://doi.org/10.46320/2073-4506-2023-4-179-90-92>. – Текст : непосредственный // Евразийский юридический журнал. – 2023. – № 4 (179). – С. 90–92.
3. Иващенко, А. С. Эволюция внешнеполитических концепций Китая (1949 г. — начало XXI в.) / А. С. Иващенко. – <https://doi.org/10.53598/2410-3691-2023-3-324-15-22>. – Текст : непосредственный // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2023. – № 3 (324). – С. 15–22.
4. Глухов, И. Д. Эволюция внешнеполитического курса Ирана в Латинской Америке в контексте трансформации системы международных отношений / И. Д. Глухов. – <https://doi.org/10.31249/j.2949-2408.2023.03.05>. – Текст : непосредственный // Ближний и Постсоветский Восток. – 2023. – № 3 (3). – С. 77–96.
5. Юрлов, Ф. Н. Индия — поиски внешнеполитического курса / Ф. Н. Юрлов. – <https://doi.org/10.31696/2618-7302-2023-4-204-212>. – Текст : непосредственный // Вестник Института востоковедения РАН. – 2023. – № 4 (26). – С. 204–212.
6. Тушков, А. А. Драйвера внутривосточного курса современного Китая как ключевые аспекты формирования регионального доминирования / А. А. Тушков, Т. Д. Максимова. – <https://doi.org/10.35775/PSI.2023.99-1.11-1.030>. – Текст : непосредственный // Вопросы политологии. – 2023. – Т. 13, № 11-1 (99). – С. 5930–5936.

7. Пашковский, П. И. Особенности внешнеполитического механизма Российской Федерации / П. И. Пашковский. – <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-3-340-346>. – Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2021. – Т. 21, № 3. – С. 340–346.
8. Тимофеев, И. Н. Понимающая социология внешней политики: «агентная» модель поведения государства на международной арене / И. Н. Тимофеев. – <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2017-17-2-265-278>. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. – 2017. – Т. 17, № 2. – С. 265–278.
9. Селезнёв, И. А. Концепт справедливого миропорядка новейших внешнеполитических документах России: социологический анализ / И. А. Селезнёв. – <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.9.9.037>. – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2023. – № 9. – С. 70–76.
10. Вдовиченко, Л. Н. Общественное мнение россиян о восточном направлении внешней политики России / Л. Н. Вдовиченко. – <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2025.5.1>. – Текст : непосредственный // Гуманитарий Юга России. – 2025. – № 14(5). – С. 17–27.
11. Внешнеполитические ориентации молодежи современной России : монография / Л. В. Рожкова, С. А. Влазнева, А. Ш. Дубина [и др.]; под ред. Л. В. Рожковой. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2024. 220 с. – Текст : непосредственный.
12. Внешнеполитические ориентации современной молодежи в условиях международной напряженности / Л. В. Рожкова, А. Ш. Дубина, О. В. Сальникова [и др.]. – <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.032.202404.793-815>. – Текст : непосредственный // Региология. – 2024. – Т. 32, № 4. – С. 793–815.
13. Рожкова, Л. В., Сальникова, О. В. Россия в системе современных международных отношений глазами молодежи : многополярность и международная безопасность / Л. В. Рожкова, О. В. Сальникова. – <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2024-3-1>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2024. – № 3. – С. 5–15.
14. Скляров, Н. А. Влияние групп интересов на внешнеполитический курс США при Д. Трампе: опыт когнитивного анализа / Н. А. Скляров. – <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2023-25-4-892-916>. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия : Политология. – 2023. – Т. 25, № 4. – С. 892–916.
15. Хлопов, О. А. Поляризация в США по вопросам внешней политики: краткий анализ дискурса / О. А. Хлопов. – Текст : электронный // Бизнес и общество. Электронный журнал. – 2022. – № 2(34). – URL: http://business-society.ru/2022/num-2-34/2_khlopov.pdf (дата обращения: 12.02.2024).
16. Gerber, A. S. Governing in a polarized age: elections, parties, and political representation in America / A. S. Gerber, E. Schickler. – New York: Cambridge University Press. – 2016. – Text : direct.
17. Smeltz, D. Are We Drowning at the Water's Edge? Foreign Policy Polarization among the US Public / D. Smeltz. – Text : direct // International Politics (Hague, Netherlands). – 2022. – Vol. 59, Issue 5. – P. 786.
18. Savin, I. Topics of the nationwide phone-ins with Vladimir Putin and their role for public support and Russian economy / I. Savin, N. Teplyakov. – <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103043>. – Text : direct // Information Processing and Management. – 2022. – Vol. 59. – С. 103043.
19. Rathbun, B. Towards a dual process model of foreign policy ideology / Rathbun, B. – <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.04.005>. – Text : direct // Current Opinion in Behavioral Sciences. – 2020. – Vol. 34. – P. 211–216.

20. Gravellea, T. B. Personality traits and foreign policy attitudes: A cross-national exploratory study / T. B. Gravellea, J. Reiflerb, T. J. Scottoc. – <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109607>. – Text : direct // Personality and Individual Differences. – 2020. – Vol. 153. – P.109607
21. Рожкова, Л. В. Внешнеполитический курс современной России в оценках студенческой молодежи / Л. В. Рожкова, А. Ш. Дубина. – <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2023-3-2>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2023. – № 3. – С. 20–40.
22. Павлюк, А. В. Концепции внешней политики, как источники административно-правового регулирования в области иностранных дел / А. В. Павлюк. – <https://doi.org/10.7256/24540595.2020.4.32701>. – Текст : непосредственный // Административное и муниципальное право. – 2020. – № 4. – С. 18–24.
23. Социологическая энциклопедия : в 2-х томах. Национальный общественно-научный фонд / руководитель науч. проекта Г. Ю. Семигин ; гл. ред. В. Н. Иванов. – Москва : Мысль, 2003. – Т. 1. – 694 с. – Текст : непосредственный
24. Кузнецов, Д. В. Концепции внешней политики РФ, 1993–2023 гг. / Д. В. Кузнецов. – Текст : электронный. – 2023. – 122 с. – URL: https://kuznetsov.ucoz.org/books/koncepcii_vneshnej_politiki_rf-1993-2023_gg.pdf (дата обращения 1.03.2024).
25. Истомин, И. А. Сравнительный анализ приоритетов Российской внешней политики и научно-образовательного сообщества специалистов по международным отношениям / И. А. Истомин. – <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2018-18-1-162-185>. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Международные отношения. – 2018. – № 18(1). – С. 162–185.
26. Концепция внешней политики Российской Федерации / Утверждена Указом Президента РФ 31.03.2023 № 229. – Текст : электронный // Министерство иностранных дел Российской Федерации : сайт. – URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/> (дата обращения: 12.02.2024).
27. Материалы к «правительственному часу» в Совете Федерации 13 декабря 2023 года. О реализации концепции внешней политики Российской Федерации. URL: <file:///D:/Load/ph23115.pdf> (дата обращения: 1.03.2024). – Текст : электронный
28. Лебедева, О. Концепция внешней политики России 2023: стратегия многополярного мира / О. Лебедева, А. Бобров. – Текст : электронный. – 2023. – 2 мая // РСМД. – URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kontseptsiya-vneshney-politiki-rossii-2023-strategiya-mnogopolyarnogo-mira/> (дата обращения: 12.02.2024).
29. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г., № 400. – Текст : электронный. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 23.02.2024)
30. Коньков, А. Е. Правила для игры без правил: о концепции внешней политики России / А. Е. Коньков. – DOI: 10.31278/1810-6439-2023-21-3-54-67. – Текст : непосредственный // Россия в глобальной политике. – 2023. – Т. 21, № 3. – С. 54–67.
31. Оценки внешней политики страны. Опрос ФОМ. – Текст : электронный // ФОМ : сайт. – 2022. – 18 февраля. – URL: <https://fom.ru/Politika/14691> (дата обращения: 12.02.2024).
32. Быков, О. Н. Национальные интересы и внешняя политика / О. Н. Быков. – Москва : ИМЭМО РАН, 2010. – 284 с. – Текст : непосредственный.
33. Кокошин, А. А. О национальных интересах и национальной безопасности / А. А. Кокошин. – Москва : ФГБУН ИСПИ РАН, 2017. – 33 с.
34. Кортунув, С. В. Национальные интересы России в мире. Монография / С. В. Кортунув. – Москва : Издательство «Аспект-пресс», 2009. – 243 с. – Текст : непосредственный.
35. Внешнеполитический курс России: в борьбе за суверенитет. Опрос ВЦИОМ. – Текст : электронный // ВЦИОМ : сайт. – 2023. – 10 апреля. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vneshnepoliticheskii-kurs-rossii-v-borbe-za-suverenitet> (дата обращения: 5.03.2024).

36. Путин, В. Россия и меняющийся мир / В. Путин. – Текст : электронный // Московские новости : сайт. – 2012. – 27 августа. – URL: <https://www.mn.ru/politics/78738> (дата обращения: 15.03.2024).
37. Ибрагимов, А. Г. О. Внешнеполитические приоритеты РФ в начале XXI века / А. Г. О. Ибрагимов. – <https://doi.org/10.24411/2618-7426-2020-00002>. – Текст : непосредственный // Постсоветские исследования. – 2020. – № 3(1). – С. 19–25.
38. Тренин, Д. Внешняя политика России в ближайшие пять лет: цели, стимулы, ориентиры / Д. Тренин. – Текст : электронный // Россия в глобальной политике : сайт. – 2016. – 29 апреля. – URL: <https://globalaffairs.ru/articles/vneshnyaya-politika-rossii-v-blizhajshie-pyat-let-czeli-stimuly-orientiry/> (дата обращения: 14.03.2024).
39. Караганов, С. А. Политика России в отношении Мирового большинства / С. А. Караганов, А. М. Крамаренко, Д. В. Тренин. – Текст : электронный. – 2023. – 48 с. URL: https://globalaffairs.ru/wp-content/uploads/2023/12/doklad_politika-rossii-v-otnoshenii-mirovogo-bolshinstva.pdf (дата обращения: 15.03.2024).
40. Приоритеты во внешней политике // Левада-центр : 2017. – 17 августа. – URL: <https://www.levada.ru/2017/08/17/prioritety-vo-vneshnej-politike/> (дата обращения: 15.03.2024). – Текст : электронный.

References

1. Shcherbachevich, E. S. (2023). The shaping of the Peruvian foreign policy in 1945–1990. Social and humanitarian knowledge, (7), pp. 153-157. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/0869-8120-2023-7-153-157>
2. Novikova, O. I., & Nekrasov, A. I. (2023). On the question of France's foreign policy course in the 1920S and 1930S (Part 2). Eurasian Law Journal, 4(179), pp. 90-92. (In Russ.). <https://doi.org/10.46320/2073-4506-2023-4-179-90-92>
3. Ivashchenko, A. S. (2023). Evolution of China's foreign policy concepts (1949 – the beginning of the XXI century). The Bulletin of the Adyghe State University, the series Region Studies: Philosophy, History, Sociology, Jurisprudence, Political Sciences and Culturology, 3(324), pp. 15-22. (In Russ.). <https://doi.org/10.53598/2410-3691-2023-3-324-15-22>
4. Glukhov, I. D. (2023). Evolution of Iran's foreign policy in Latin America within transformation of international relations. Middle & Post-soviet East, 3(3), pp. 77-96. (In Russ.). <https://doi.org/10.31249/j.2949-2408.2023.03.05>
5. Yurlov, F. N. (2023). India — search for a foreign policy course. Journal of the Institute of Oriental Studies RAS, 4(26), pp.204-212. (In Russ.). <https://doi.org/10.31696/2618-7302-2023-4-204-212>
6. Tushkov, A. A., & Maximova, T. D. (2023). Drivers of the domestic political course of modern China as key aspects of the formation of regional dominance. Voprosy politologii, 13, (11-1(99)), pp. 5930-5936. (In Russ.). <https://doi.org/10.35775/PSI.2023.99-1.11-1.030>
7. Pashkovsky, P. I. (2021). Features of the foreign policy mechanism of the Russian Federation. Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 21(3), pp. 340-346. (In Russ.). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-3-340-346>
8. Timofeev, I. N. (2017). Interpretive sociology of foreign policy: "agent" model of state behavior on the international arena. Vestnik RUDN. International relations, 17(2), pp. 265-278. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2017-17-2-265-278>
9. Seleznev, I. A. (2023). The concept of the fair world order in the latest Russian foreign policy documents: sociological analysis. Humanities, social-economic and social sciences, (9), pp. 70-76. (In Russ.). <https://doi.org/10.23672/SAE.2023.9.9.037>
10. Vdovichenko, L. N. (2025). Eastern direction of Russia's foreign policy in Russians' public opinion. Humanities of the south of Russia, 14(5), pp. 17-27. (In Russ.). <https://doi.org/10.18522/2227-8656.2025.5.1>

11. Rozhkova, L. V., Vlazneva, S. A. & Dubina, A. S. (2024). Foreign policy orientations of the youth of modern Russia. Penza, Publishing House of PSU Publ., 220 p. (In Russ.).
12. Rozhkova, L. V., Dubina, A. Sh., Salnikova, O. V., Korzh, N. V., & Karimova, L. F. (2024). Modern youth foreign policy orientations in the context of international tension. Russian journal of regional studies, 32(4), pp. 793-815. (In Russ.). <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.032.202404.793-815>
13. Rozhkova, L. V., & Sal'nikova, O. V. (2024). Russia in the system of modern international relations through the eyes of young people: multipolarity and international security. University proceedings. Volga region. Social sciences, (3), pp. 5-15. (In Russ.). <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2024-3-1>
14. Sklyarov, N. A. (2023). The influence of interest groups on U.S. foreign policy under D. Trump: An experience of cognitive analysis. RUDN Journal of Political Science, 25(4), 892-916. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2023-25-4-892-916>
15. Khlopov, O. A. (2022). Polarization in the United States on Foreign Policy Issues: A Brief Analysis of the Discourse. Business and Society. Electronic Journal, 2(34). (In Russ.). Available at: http://busines-society.ru/2022/num-2-34/2_khlopov.pdf
16. Gerber, A. S., & Schickler, E. (2016). Governing in a polarized age: Elections, parties, and political representation in America. Cambridge University Press. (In English).
17. Smeltz, D. (2022). Are we drowning at the water's edge? Foreign policy polarization among the US Public. International Politics (Hague, Netherlands), 59(5), p.786. (In English).
18. Savin, I., & Teplyakov, N. (2022). Topics of the nationwide phone-ins with Vladimir Putin and their role for public support and Russian economy. Information Processing & Management, 59(5), p.103043. (In English). <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103043>
19. Rathbun, B. (2020). Towards a dual process model of foreign policy ideology. Current Opinion in Behavioral Sciences, (34), pp. 211-216. (In English). <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.04.005>
20. Gravellea, T. B., Reiflerb, J., Scottoc, T. J. (2020). Personality traits and foreign policy attitudes: A cross-national exploratory study // Personality and Individual Differences, (153), p.109607 (In English). <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109607>
21. Rozhkova, L. V., & Dubina, A. Sh. (2023). The foreign policy course of modern Russia in the assessments of students, University proceedings. Volga region. Social sciences, (3), pp. 20-40. (In Russ.). <https://doi.org/10.21685/2072-3016-2023-3-2>
22. Pavlyuk, A.V. (2020). Concepts of foreign policy as sources for administrative legal regulation in the area of foreign affairs. Administrative and municipal law, (4), pp.18-24. (In Russ.). <https://doi.org/10.7256/24540595.2020.4.32701>
23. Sociological Encyclopedia: In 2 Volumes. National Social and Scientific Foundation. (2003). Head of the Scientific Project G. Yu. Semigin ; Chief Editor V. N. Ivanov. Moscow, Mysl Publ., (1), 694 p. (In Russ.).
24. Kuznetsov, D. V. (2023). Foreign Policy Concepts of the Russian Federation, 1993–2023. (In Russ.). Available at: https://kuznetsov.ucoz.org/books/koncepcii_vneshnej_politiki_rf-1993-2023_gg..pdf
25. Istomin, I. A. (2018). Comparative analysis of the Russian foreign policy priorities and research interests of the national academic community Vestnik RUDN. International relations, 18(1), pp. 162-165. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-0660-2018-18-1-162-185>
26. Kontseptsiya vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii (2023). (In Russ.). Available at: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/>
27. Materialy k «pravitel'svennomu chasu» v Sovete Federacii 13 dekabrya 2023 goda. O realizacii koncepcii vneshnej politiki Rossijskoj Federacii. (In Russ.). Available at: <file:///D:/Load/ph23115.pdf>

28. Lebedeva, O., & Bobrov, A. (2023). Russia's Foreign Policy Concept 2023: A Strategy for a Multipolar World. RIAC. (In Russ.). Available at: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/kontseptsiya-vneshney-politiki-rossii-2023-strategiya-mnogopolyarnogo-mira/>
29. On the National Security Strategy of the Russian Federation: Decree of the President of the Russian Federation dated July 2, 2021, No. 400. (In Russ.). Available at: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046>
30. Konkov, A.Ye. (2023). Rules for a Game Without Rules: On Russia's Foreign Policy Concept. *Rossia v global'noj politike*, 21(3(121)), pp. 54-67. (In Russ.). <https://doi.org/10.31278/1810-6439-2023-21-3-54-67>
31. Assessments of the country's foreign policy. FOM survey. (2022). (In Russ.). Available at: <https://fom.ru/Politika/14691>
32. Bykov, O. N. (2010). National Interests and Foreign Policy. Moscow, IMEMO RAS Publ., 284 p. (In Russ.).
33. Kokoshin, A. A. (2017). On National Interests and National Security. Moscow, FGBUN ISPI RAS Publ., 33 p. (In Russ.).
34. Kortunov, S. V. (2009). Russia's National Interests in the World. Moscow, Aspect-press Publ., 243 p. (In Russ.).
35. Vneshnepoliticheskij kurs Rossii: v bor'be za suverenitet. Opros VCIOM. (2023). (In Russ.). Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vneshnepoliticheskii-kurs-rossii-v-borbe-za-suverenitet>
36. Putin, V. (2012). Rossiya i menyayushchijsya mir. (In Russ.). Available at: <https://www.mn.ru/politics/78738>
37. Ibrahimov, A. G. (2020). Foreign policy priorities of the Russian Federation at the beginning of the XXI century. *Post-Soviet Studies*, 3(1), pp.19-25. (In Russ.).
38. Training, D. (2016). Russia's Foreign Policy in the Next Five Years: Goals, Incentives, and Guidelines. *Russia in Global Affairs*. (In Russ.). Available at: <https://globalaffairs.ru/articles/vneshnyaya-politika-rossii-v-blizhajshie-pyat-let-czeli-stimuly-orientiry/>
39. Karaganov, S. A., Kramarenko A. M., & Trenin D. V. (2023). Russia's Policy Towards the Global Majority. (In Russ.). Available at: https://globalaffairs.ru/wp-content/uploads/2023/12/doklad_politika-rossii-v-otnoshenii-mirovogo-bolshinstva.pdf
40. Priorities in Foreign Policy. (2017). Levada Center. (In Russ.). Available at: <https://www.levada.ru/2017/08/17/prioritety-vo-vneshnej-politike/>

Информация об авторах / Information about the authors

Рожкова Лилия Валерьевна, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой социологии, экономической теории и международных процессов, Пензенский государственный университет, г. Пенза, mamaeva_lv@mail.ru,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7058-4871>
Researcher ID: M-2830-2016
Scopus ID: 56940529500
Author ID/ SPIN-код: 2970-3117

Liliya V. Rozhkova, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociological Sciences, Economic Theory and International Processes, Penza State University, mamaeva_lv@mail.ru,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7058-4871>
Researcher ID: M-2830-2016
Scopus ID: 56940529500
Author ID/ SPIN-код: 2970-3117

Белоножко Марина Львовна, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, belonozhkoml@tyuiu.ru, ORCID: [https:// orcid.org/0000-0001-5517-3740](https://orcid.org/0000-0001-5517-3740)

Сальникова Ольга Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, экономической теории и международных процессов, Пензенский государственный университет, г. Пенза, sova_newm@mail.ru, ORCID: [https://orcid.org/ 0000-0002-6559-4909](https://orcid.org/0000-0002-6559-4909) Researcher ID: ABI-1397-2020 Scopus ID: 57208153404 Author ID/ SPIN-код: 3325-0465

Marina L. Belonozhko, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, belonozhkoml@tyuiu.ru, ORCID: [https:// orcid.org/0000-0001-5517-3740](https://orcid.org/0000-0001-5517-3740)

Olga V. Salnikova, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Sociology, Economic Theory and International Processes, Penza State University, sova_newm@mail.ru, ORCID: [https://orcid.org/ 0000-0002-6559-4909](https://orcid.org/0000-0002-6559-4909) Researcher ID: ABI-1397-2020 Scopus ID: 57208153404 Author ID/ SPIN-код: 3325-0465

Поступила в редакцию / Received 01.03.2026

Поступила после рецензирования / Revised 06.04.2026

Принята к публикации / Accepted 27.04.2026

Научная статья / Original research article

УДК 316.35

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-56-71>

EDN: KGPMWP



Кинематограф глазами зумеров: особенности национального восприятия

О. М. Рой

Институт философии и права УрО РАН, Екатеринбург, Российская Федерация

roi_omsk@mail.ru

Аннотация. Кинематограф занимает особое место в жизни человека. Наблюдая за жизнью других людей, сопереживая им и знакомясь с условиями труда и быта чужих сообществ, человек формирует отношение к окружающему миру, к своей стране, ее традициям и идеалам. Особенно значим этот вид искусства для поколения Z (поколения зумеров), чье вступление в зрелость пришлось на вынужденное время изоляции в период ковида и санкционной политики западных стран. Для большинства представителей этого поколения кинематограф является окном в мир и источником формирования ценностных установок. Проведенное автором в конце 2025 г. социологическое исследование, охватившее 474 респондента (427 человек — в рамках массового опроса и около 47 — путем интервью), позволило определить факторы потребительских предпочтений поколения зумеров к кинематографу, влияние этих ориентаций на осознание национальной принадлежности и оценить качество государственной политики в области кино — пожалуй, самого популярного среди молодежи вида искусств. Важным результатом опроса стала констатация устойчивого положительного отношения молодых людей к своим национальным корням при нейтральной и объективной оценке качества ассортимента кинематографической продукции. Исследование дает основание предположить, что государственная политика в сфере повышения национальной идентичности современной российской молодежи должна осуществляться с учетом глубокого изучения ценностных ориентаций, формирующихся вне сферы традиционных каналов государственного влияния, демонстрируемых молодыми людьми при содействии цифровых платформ.

Ключевые слова: кинематограф, кинематографический продукт, молодежь, национальное восприятие, национальная идентичность, поколение Z, зумеры

Финансирование: Исследование выполнено за счет гранта Минобрнауки России в форме субсидий из федерального бюджета на проведение крупных научных проектов по приоритетным направлениям научно-технологического развития (соглашение от 12 июля 2024 г. № 075-15-2024-639).

Для цитирования: Рой, О. М. Кинематограф глазами зумеров: особенности национального восприятия / О. М. Рой. — <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-56-71> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 56–71. — EDN: KGPMWP

Cinema through the eyes of zoomers: national perception features

Oleg M. Roy

Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Yekaterinburg, Russian Federation

roi_omsk@mail.ru

Abstract. Cinema occupies a special place in a person's life. By observing the other people's lives, empathizing with them, and learning about the working and living conditions of different communities, a person forms an attitude toward surrounding world, his country, its traditions, and its ideals. This art form is really valuable to Generation Z (Zoomers), whose transition into adulthood coincided with the forced period of pandemic isolation and the sanctions policy of Western countries. Most representatives of Generation Z see cinema as a window to the world and a source of value formation.

In late 2025, the author of this article conducted the sociological study, included 474 respondents (427 participants in a mass survey and about 47 interviewees) and allowed to identify the factors of Generation Z's consumer cinematic preference, the influence of these orientations on the awareness of national identity, and to assessed the quality of state policy in the field of cinema which perhaps is the most popular art form among young people. One of the important results of the conducted survey is the observation of a stable positive attitude among young people towards their national roots while maintaining a neutral and objective assessment of the quality of the film production. The study suggests that state policy in the sphere of increasing the national identity of contemporary Russian youth needs to take account of a deep study of value orientations that form outside traditional channels of state influence demonstrated by young people with the support of digital platforms.

Keywords: cinema, cinematic product, youth, national perception, national identity, generation Z, zoomers

Funding: The study was carried out at the expense of a grant from the Ministry of Education and Science of the Russian Federation in the form of subsidies from the federal budget for conducting major scientific projects in priority areas of scientific and technological development (agreement dated July 12, 2024 No. 075-15-2024-639).

For citation: Roy, O. M. (2026). Cinema through the eyes of zoomers: national perception features. Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, (2), pp. 56-71. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-56-71>

Введение

Национальное самосознание — важнейший элемент сложившейся нации, формирующее устойчивые представления о содержании протекающих в обществе процессов, отношении к произошедшим в истории событиям, ценностным приоритетам культур других государств и пр. Одним из проявлений национального самосознания выступает национальное восприятие — исторически развивающаяся способность граждан одной национальной общности схожим образом представлять образ социальных явлений. Формирование этого образа осуществляется в процессе восприятия гражданами непрерывно поступающей информации, характер обработки которой зависит от особенностей воспитания человека, накопленного им жизненного опыта. Национальное восприятие тесно связано с национальной идентичностью, оно формируется под влиянием основных детерминант, определяющих положение человека в границах его местоположения, языка, культуры, национальных традиций.

Национальная идентичность граждан — важнейшее условие устойчивости государства и его способности объединять вокруг себя различные социальные группы и общественные движения, развивать лежащие в его основе традиционные ценности и культуру как составные части его духовно-нравственного потенциала. Национальная идентичность способствует консолидации общества, приверженности его членов к соблюдению национальных интересов и общественным идеалам. На формирование национальной идентичности влияют разнообразные факторы — от материального обеспечения до социокультурных предпочтений. Национальная идентичность позволяет трансформировать глубокое групповое и территориальное разнообразие общества в гражданский союз.

Особое значение среди множества факторов отводится духовно-нравственным аспектам, чья роль актуализируется в условиях постиндустриального общества и растущих в его сферах тенденциях глобализации. Одно из ведущих мест в формировании национальных идеалов и ценностных ориентиров отводится кинематографу, которому

присущи наиболее значимые для вида искусства черты — массовость, доступность и масштабность охвата. Кинематографом можно назвать вид изобразительного искусства, произведения которого создаются при помощи движущихся изображений [1]. Открытие способа демонстрации движущихся изображений с аудио-музыкальным сопровождением стало образцом эффективного психофизиологического воздействия на человека, источником удовлетворения его духовных потребностей. Через кинематограф государство получило возможность транслировать обществу важнейшие для формирования национальной идентичности его граждан ценности: патриотизм, любовь к родине, культурные традиции и пр. Секрет эмоционального воздействия кинематографа на человека состоял в его полифоничности, где переплетены зрительные образы, цвет, звук, технические эффекты и пр. Кинематограф дает зрителю возможность сопереживать экранным героям, поднимать себе настроение, выражать отношение к происходящим на экране событиям и пр.

Особый интерес вызывает то, как кинематографическую продукцию воспринимает молодежь, для которой просмотр художественных фильмов является одной из форм социализации, возможностью самостоятельно сформировать свое отношение к событиям и героям фильма. Через просмотр отечественной кинематографической продукции молодой человек ассимилирует заложенную в кинематографический язык социальную информацию, используемую им в повседневной жизни. Кинематограф также предоставляет возможность молодому человеку заглянуть в мир другой страны, другой культуры, понять психологию людей, проживающих в социальных условиях, отличных от его.

Цель статьи — определение ценностных ориентаций в восприятии кинематографической продукции, выделение факторов ее привлекательности и оценке со стороны молодежи.

В качестве объекта научного интереса к исследуемой проблематике выступает возрастная когорта молодых людей, относимых к так называемому поколению Z (поколению зумеров), родившемуся между 1998 и 2010 гг. и характеризующемуся высокой увлеченностью гаджетами и формированием личности в условиях ковидных ограничений и нарастающей геополитической напряженности [2]. Выбор данной возрастной когорты обусловлен также особенностями ее социализации, происходящей в условиях ограничений, связанных с враждебной к России политикой западных стран и возросшими усилиями западных элит по отмене российского влияния на европейское общество. Эти условия способствовали формированию границы с поколением миллениалов (так называемое поколение Y), даты рождения которого в большинстве международных исследований сосредоточены в границах между 1981 по 1998 гг., а характер его социализации формировался в условиях более мобильного обмена с западными странами и открытости границ.

Предметом исследования выступают критерии привлекательности кинематографического продукта и условия его восприятия.

Постановка проблемы

Ключевым фактором ценностного влияния на психологию человека, находящегося в стадии формирования, как раз и выступает кинематограф, способный транслировать

огромный массив информации, серьезно влияющий на психологию и ценностные ориентации формирующейся личности. Поэтому возникают вопросы: насколько сильно разрыв с западными странами повлиял на восприятие сложившихся на изломе веков социальных установок, связанных с более тесным взаимодействием с западной культурой? По каким каналам осуществляется воздействие кинематографической продукции на российскую молодежь, которая только начинает самостоятельную жизнь? Какие фильмы в большей степени привлекают молодое поколение? Что оказывает влияние на этот выбор? Что отталкивает молодого человека от образцов отечественного кинематографа, а что — привлекает?

Основная часть

Влияние кинематографа на развитие общества всегда находилось в центре внимания отечественных и зарубежных исследователей, отмечающих постоянно изменяющийся характер такого влияния, его разнообразные формы [3, 4]. Технические условия представления движущихся изображений требовали от создателей кинематографической продукции различных подходов, постепенно обогащающих производственный потенциал отрасли, формирующих различные модели социокультурного представления сюжетных линий и характеров героев.

Кинематографический продукт привлекает внимание зрителя исполнением ряда формальных и неформальных функций. Формальными являются функции, которые задаются самим производителем кинематографического продукта, испытывающим влияние субъектов, определяющих возможность доведения продукта до зрительской аудитории. Носителями формальных функций выступают режиссеры, продюсеры, фонды, художественные советы и пр. К перечню формальных функций следует отнести просветительскую, идеологическую и интеллектуальную. Просветительская функция представлена в способности кинематографического продукта транслировать зрительской аудитории знания и популяризировать сложноструктурированную информацию. Просветительская функция позволяет производителям кинематографического продукта расширять сложившиеся в обществе представления о времени, стране или событиях прошлого. Идеологическая функция транслируется через патриотический дискурс путем освещения событий, имеющих важное значение для судеб страны и высокую степень выражения национального самосознания. Идеологическая функция призвана сформировать в человеке чувство гордости за страну, ее народ и лучших его представителей. Объектом представления служат фрагменты политической и социальной истории страны, спортивные события. Патриотическое кино нацелено на воспроизводство лучших образцов исторической памяти, актуализацию значения произошедших в прошлом событий. Особое место среди формализованных функций отводится интеллектуальной, которая рассматривается через сопоставление с памятниками мирового кинематографа. Интеллектуальная функция выражается через кинематографические продукты, получившие наивысшие оценки со стороны профессионалов и ставшие элементом художественной культуры страны, где этот продукт был произведен.

Неформальные функции кинематографического продукта актуализируются самим зрителем, его ожиданиями, психологическими установками и пр. Подчас сами производители кинематографического продукта не знают, как их произведение будет воспринято зрительской аудиторией. Среди характерных неформальных функций можно назвать имитационную, терапевтическую и развлекательную. Имитационная функция проявляет-

ся в непроизвольном отождествлении зрителя с отдельными персонажами фильма, в воспроизведении в себе их настроения, отношения к жизни, к другим людям. Секрет успешности фильмов, где превалирует эта функция, состоит в том, что для многих зрителей экранный герой является близким по духу, настроению и пр. Терапевтическая функция складывается как желание зрителя сознательно или бессознательно разгрузить свое сознание, отвлечься от текущих проблем, испытать чувство, квалифицированное древними мыслителями как катарсис. Один и тот же фильм может по-разному влиять на зрителей: один испытывает раздражение, другой — восторг. Развлекательная функция проявляется в восприятии сюжетов, имеющих слабое отношение к реальности, представленных в преувеличенном неожиданном свете. Важная роль в реализации этой функции отводится смеху, необычным и карикатурным образам героев, где на первое место выходят чувственные аспекты эмоционального восприятия.

Популярность кинематографа обусловлена его способностью синтезировать аудиовизуальные и содержательные свойства кинематографического продукта, воспроизводить сюжеты из обыденной жизни, вызывать эмоциональное отношение к событиям на экране. Каждый фильм несет в себе отпечаток культуры страны, в которой он произведен, становясь составной частью ее национального самосознания [5]. Восприятие кинематографического продукта является многоуровневым: прохождение каждого уровня связано с повышением уровня художественной культуры зрителя, его погруженности в историю кинематографа, пониманием сложившихся стилей и национальных традиций. Если на первом этапе человека увлекает сюжет, аудиовизуальные и технические эффекты, то на последующих — режиссерский стиль, игра актеров, оригинальность замысла и пр. На популярность кинематографического продукта также влияют доступность просмотра, обеспеченность техническими условиями для скачивания и (или) просмотра избранного кинофильма.

На определенном этапе развития национального кинематографа его непосредственные участники приходят к осознанию того, что кинематограф служит важнейшим инструментом представления национального характера, национальной идентичности, позволяющих наглядно продемонстрировать черты присущего нации характера, ее этнонациональных стереотипов и пр. [6, 7]. Такое изображение не только обеспечивает самобытность произведенного кинематографического продукта, но и формирует границы духовной общности людей, проживающих на территории государства, говорящих на одном языке и приверженных общим духовным ценностям.

В кинематографе объединяются различные виды духовной культуры, воплощаясь в самобытный эстетический продукт. Здесь сосуществуют литература, музыка, графика, технический дизайн и прочие направления творческой деятельности человека. Имея свои корни в театре, кинематограф доводит изобразительные способности древнейшего искусства до его максимальной доступности и наглядности. Соединяя сюжетную линию, музыкальное сопровождение и игру актеров в целостное представление, кинематографический продукт становится материальным элементом культуры общества, способным к воспроизводству и репликации. Изобразительные и технические средства кинематографии, в отличие от театральных постановок, обладают более сильным воздействием на зрителя, превращаясь в инструмент продвижения национального характера и культуры общества. Кинематограф способен отобразить этнические стереотипы общества, осветить затемненные пространства исторической памяти, продвигать среди других народов собственные ценности и идеалы.

Ведущую роль в развитии кинематографа всегда играло государство, которое определяло политику по выбору тематики кинематографической продукции, финансированию производящих эту продукцию продюсерских центров. Через влияние на кинематограф государство транслировало свою установку на патриотизм граждан, любовь к родине, историю страны, моральные ценности и пр. Открывшаяся возможность смотреть зарубежные фильмы позволила зрителю соотносить отечественные и зарубежные образцы поведения героев, общественные идеалы.

С течением времени кинематограф превращается в инструмент «мягкой силы» отдельных государств, которые своей кинематографической продукцией стали вовлекать в сферу своего влияния граждан других государств, ослаблять их приверженность национальным символам и приоритетам [8].

События, связанные с началом СВО, существенно повлияли на позиции и тематику кинематографа в России. Резкое сокращение фильмов западных производителей на российских экранах, нарастающие различия в восприятии Россией и западными странами традиционных ценностей существенно изменили состав кинематографической продукции, демонстрируемой в кинотеатрах страны. Произошло заметное смещение в пользу расширения отечественной кинопродукции, усиление патриотических мотивов в содержании поддерживаемых государством художественных картин, невыдача прокатных удостоверений фильмам, несоответствующим требованиям российского законодательства.

Вступление в цифровую эпоху также оказало колоссальное влияние на развитие кинематографа [9, 10]. Его продукты стали более доступными, а права производителей менее защищенными, что вызвало к жизни ряд экономических и правовых проблем. Овладевая способностью ориентироваться в выборе предпочитаемого кинематографического продукта, молодое поколение стало проявлять осознанную реакцию на государственную кинематографическую политику, оценивая своим выбором усилия государства по формированию санкционированного властью мировоззрения. Реальными последствиями такой реакции, с одной стороны, стал рост патриотизма и популярности отечественных образцов кинематографической культуры, с другой — уход значительной части молодежной аудитории от официальных каналов информации и увлечение не попадающей в страну по официальным каналам зарубежной кинематографической продукцией. Таким образом, кинематограф как наиболее популярный вид массового искусства становится одним из факторов поляризации общества, в особенности в молодежном сегменте, — и это не может не вызывать тревогу и требует действий государства по корректировке его кинематографической политики.

Наиболее важным направлением такой политики должно стать развитие отечественного кинематографа, ориентированного на лучшие образцы мировой художественной культуры и основанного на истории и традициях национальной культуры. В этих условиях важно понять — что привлекает молодых людей в просмотре зарубежных фильмов и отталкивает от позитивного отношения к отечественному кинематографу? На основе каких фильмов возможна консолидация интересов современной российской молодежи и повышение внимания к российскому кино?

По результатам сбора в первой половине 2025 г. лидерами российского проката стали фильмы, как раз и ориентированные на молодежную аудиторию. Явный лидер этого рейтин-

га — «Волшебник Изумрудного города. Дорога из желтого кирпича»¹. Кроме того, в топ вошли «Финист. Первый богатырь» и «Пророк. История Александра Пушкина». Представленные фильмы относятся к жанрам сказки, исторического и биографического кино. Ощущается тренд на усталость от реальности и погружение в необычный, вымышленный мир. Этот тренд сохраняет сложившуюся за последние 10 лет тенденцию повышения привлекательности демонстрирующихся в российских кинотеатрах фильмов с похожей тематикой. Это можно объяснить и тем, что чаще всего, по данным Фонда кино, фильмы в российских кинотеатрах в 2023 г. смотрели подростки 12–17 лет, что составляет 35 % от общей численности зрителей. Пост-подростковая аудитория — зрители в возрасте 18–24 лет — составила 31,5 % от всех зрителей кинотеатров в России².

Отечественных ученых всегда привлекали кинематографические предпочтения молодежи, через которые выявлялись ее ценностные пристрастия и особенности зрительного восприятия [11–13]. Однако вопрос о том, насколько в восприятии молодого поколения проявляются фактор национального самосознания и устойчивые потребительские стереотипы, не получил достаточной научной актуализации, в то время как интерес к особенностям национального восприятия кинематографа среди зарубежных исследователей всегда был значительным. Проблема рассматривалась в контексте сохранения и передачи в фильмографии национальной памяти [14], особенностей поведения героев [15] и пр.

Базовыми параметрами национального восприятия кинематографического продукта в различных исследованиях являлись: отношение к национальной принадлежности кинематографического продукта; его жанровая и стилевая предпочтительность; актуализация характерного героя кинопроизведения; выбор исторического периода, заслуживающего внимание зрителя и пр.

Методология исследования

С целью определения роли кинематографа в формировании национальной идентичности возрастной когорты российских зумеров было проведено комплексное исследование, включающее массовый опрос и глубинное интервью. Массовый опрос был выполнен с использованием анкеты, сформированной в Google Forms и размещенной на нескольких десятках страниц молодых людей в социальных сетях. Тематика опроса требовала активного привлечения студенческой молодежи, более способной к рефлексии по исследуемой теме. Общий объем опрошенных в рамках массового опроса составил 427 человек. Почти 69 % опрошенных находились в диапазоне от 18 до 20 лет. 76 % были студентами вузов, расположенных преимущественно в Сибири (Омск, Тюмень и Новосибирск). Опрос проводился в октябре — ноябре 2025 г. В основу выборки была положена квотная несвязанная выборка с учетом гендерного и возрастного признаков, в соответствии с которыми были опрошены 96 % молодых людей, находящихся в возрастном диапазоне между 18 и 26 годами. Гендерная структура опрошенных включала 59 % девушек и 41 % мужчин, что примерно соответствует их представительству в рос-

¹ «Волшебник Изумрудного города» стал самым кассовым фильмом проката РФ 2025 года // <https://tass.ru/kultura/26011055> (дата обращения 26.03.2026 г.)

² Чаще всего фильмы в российских кинотеатрах в 2023 году смотрели подростки 12–17 лет // <https://tass.ru/obschestvo/20116047> (дата обращения 26.03.2026)

сийских вузах. Национальный признак в выборку не закладывался по причине рассмотрения более крупного формата национального восприятия — нации, формируемой главным образом на основе общности проживания и языка. В рамках другого метода исследования силами самих студентов дополнительно проведено 47 глубинных интервью, целью которых было выявление внутренней мотивации и скрытых барьеров респондента, что позволило получить более детальную информацию по вопросам исследования.

Результаты и обсуждение

Исследование позволило выявить ценностные ориентации одной из наиболее значимых возрастных когорт в отношении популярного вида массовой культуры современного общества. Через выбор потребительского предпочтения кинематографического продукта, его происхождения и рассматриваемой в его содержании проблематики человек актуализирует свое отношение к обществу, в котором он живет, проблемам, которые его волнуют. В рамках исследования было выделено 4 фактора, наиболее сильно влияющих на выбор потребительского предпочтения. Первым фактором, через который осуществляется первоначальный выбор, является жанровая привлекательность. Большинство опрошенных признало, что именно жанровая характеристика фильма (комедия, триллер, фэнтези и пр.) оказывает первостепенное воздействие на их выбор. Вторым по значимости был выделен фактор эстетической удовлетворенности, характерная особенность которого заключается в отношении к кинематографическому продукту с точки зрения субъективного качества, в которое респондент вкладывает свои потребительские приоритеты. Основные критерии эстетической удовлетворенности: характер потребности в восприятии продукта, мотив, сюжетные коллизии, особенности психологического восприятия и пр. Третьим по значимости фактором следует признать стилевое своеобразие, когда кинематографический продукт выбирается главным образом по имени его создателей — режиссеров, актеров, композиторов и пр. Актуализация фактора предполагает наличие кинематографического опыта респондента, понимания авторского почерка творцов кинематографического продукта, а также способности респондента оценивать их вклад в создание произведения. Четвертым фактором было обозначено так называемое чувство почвы, выражающее влияние места проживания респондента и его гражданского статуса на потребительские приоритеты, в то время как национальная принадлежность респондента (этническая идентичность) в рамках исследования во внимание не принималась. Чувство почвы проявляется в стремлении респондента видеть через кинематографический продукт его способность поднимать текущие общественные проблемы, оценивать их в более широком международном контексте. Зависимость четвертого фактора от трех предыдущих объяснялась нейтральным отношением респондентов к национальной принадлежности кинематографического продукта, отсутствием жесткой приверженности к предпочтениям отечественного кинематографа при высокой актуализации рассматриваемых в нем проблем.

По результатам опроса были разделены приоритеты значений по выделенным факторам (табл. 1).

Таблица 1. Результаты опроса по отдельным факторам потребительского предпочтения кинематографического продукта (составлена по результатам опроса)

Table 1. Survey results on individual factors of consumer preference for a cinematic product (compiled based on survey results)

Фактор	Значение	Процент 0,0 / Количество упоминаний 0
Жанровая привлекательность	Комедия	45,2
	Детектив	42,9
	Триллер	34,4
	Ужасы	28,1
	Драма	23,2
Эстетическая удовлетворенность	Развлечение и отдых	67,9
	Обретение недостающих эмоций	38,4
	Получение новых знаний, жизненного опыта	36,5
	Использование свободного времени	26,2
	Получение заряда бодрости	6,3
Стилевое своеобразие	Режиссеры	
	Кристофер Нолан	59
	Квентин Тарантино	47
	Гай Ричи	25
	Стивен Спилберг	19
	Мартин Скорсезе	16
	Актеры	
	Джонни Депп	33
	Леонардо Ди Каприо	26
	Брэд Питт	25
	Райан Гослинг	19
	Том Харди	18
Чувство почвы	Американское кино	57,6
	Российское кино	43,8
	Европейское кино	41,0
	Не имеет никакого значения	29,5
	Фильмы азиатских стран	15,2

В то время как жанровая привлекательность выступает ведущим фактором привлекательности кино для молодежной аудитории, ее видовыми доминантами являются комедия и детектив. Тем не менее в списке предпочитаемых кинопродуктов представлены почти все основные жанры. Лидером предпочтений стали зарубежные фильмы — «Бойцовский клуб» Д. Финчера, «Интерстеллар» К. Нолана, французская комедия «1+1» и американская драма «Зеленая миля». Вместе с тем опрос не выявил тесной связи зрительских предпочтений со знанием стиля режиссеров, создавших эти фильмы. Опрошенные преимущественно высоко оценивали многие фильмы, не зная фамилий их режиссеров, полагаясь прежде всего на их рекламу и участие в них знаменитых актеров.

Из таблицы видно, что развлекательная функция кинематографа для исследуемой когорты является доминирующей. По результатам интервью было отмечено, что особенно эта функция значима для девушек, тогда как мужская аудитория преимущественно ссылалась на рациональную сторону, проявляющуюся в наличии актуальных тем и получении новой информации.

Исследование показало, что кинематограф занимает одно из ведущих положений в мировоззрении поколения отечественных зумеров, наряду с музыкой. При этом просмотр кинематографических произведений в подавляющем большинстве случаев производится в интернете путем скачивания или онлайн на бесплатных платформах. Интерес проявляется в равной степени как к зарубежной, так и отечественной продукции. Больше четверти респондентов признали, что для них не имеет значения страна-производитель кинематографической продукции. Опрос также выявил значительный авторитет американского кино, высокая оценка которого, однако, не является поводом принижения отечественных традиций в кинематографе. Российский кинематограф занял уверенное второе место, заинтересовав опрошенных близким менталитетом, языком и традициями. Результаты демонстрируют преобладание комбинированных ответов над мононациональными предпочтениями. Наиболее популярной оказалась комбинация «Российское кино, Американское кино, Европейское кино» (14,4 %). В то же время в интервью респонденты часто признавали, что зарубежные фильмы вызывают у них больший интерес по причине их более высокого технического обеспечения и оригинальности сюжетов.

Отечественный кинематограф не вызывает отторжения, но и оценивается сравнительно невысоко. Российские фильмы опрошенные чаще всего смотрят в кинотеатрах, частота посещений которых выполняется на нерегулярной основе. Основной интерес в отечественном кинематографе вызывает советский период и 1990-е гг. Многие опрошенные особо подчеркивали качество съемок в фильмах о Великой Отечественной войны, в том числе и произведенных советскими кинематографистами. Но в перечне любимых фильмов о войне фактически не были представлены. Среди наиболее популярных отечественных кинолент были названы — «Брат», «Брат-2» и «Движение вверх». Обращает на себя внимание явная недооценка признанных в мире памятников советского кинематографа — исследуемая когорта чаще всего не знает и не понимает их реальной ценности. Исключение составили классические советские кинокомедии — «Иван Васильевич меняет профессию», «Джентльмены удачи», «Бриллиантовая рука».

Выбор предпочитаемых кинематографических работ осуществляется главным образом не по особенностям режиссерского стиля или отзывам кинокритиков, а по жанровой принадлежности и сюжету.

Исследование подтвердило выводы, сделанные в рамках уже проведенных по другим видам искусств опросов и указывающие на отсутствие у исследуемой возрастной когорты явной ориентации на западную продукцию [16]. Современный зритель пред-

ставляет собой «гибридного потребителя», который либо вообще не придает значения национальному происхождению контента, либо сознательно комбинирует продукцию разных кинематографических традиций. Представленные в западных фильмах сюжеты вызывают у него устойчивое любопытство, тогда как отечественные темы привлекают заметно большее внимание. Европейское кино отдельно выбрали только 2,2 %, а азиатское — 1,4 % респондентов.

Окном в мир для представителей этого поколения является интернет, через который они получают основную часть информации, делятся переживаниями и высказывают желания.

Отношение к отечественному кинематографу неоднозначно. В интервью было зафиксировано несколько интересных комментариев по поводу качества отечественных кинокартин.

«Мне кажется, что любое российское кино про какой-то период либо слишком вычурное, либо неправдивое» (мужчина, 25 лет, аспирант НГУ, математик).

«Правду жизни (в отечественных фильмах) я бы оценил в минус, так как она у каждого своя, поэтому когда тебе ее навязывают через картину, а фильмы часто пытаются именно это и сделать, а не предложить подискутировать о ней — я к этому отношусь не очень» (мужчина, 22 года, политолог).

«Раньше, честно, нравилось все. Наши отечественные фильмы были очень классные, а вот где-то с 2023 года пошло что-то непонятное: актеров начали снимать часто неизвестных и неопытных, молодых совсем, почти наших ровесников, которые играют не очень умело. Песни, текст, музыка в фильмах тоже не нравится. Например, "Последний богатырь": первая часть вообще крутая, а последняя... вообще ни о чем. А если брать сериалы, например, "Слово пацана" — снято очень классно. Поэтому многие сейчас переходят на сериалы и перестают смотреть фильмы» (девушка, 20 лет, студентка ОмГУ).

На вопрос о том, какие качества в большей степени формируются современным кинематографом, наибольшее представительство получили ответы: чувство юмора (56,7 %), доброта (38,4 %), честность (38,4 %) и оптимизм (37,0 %). Негативные качества — хитрость (32,0 %), пессимизм (9,5 %) и жестокость (18,5 %) набрали заметно меньшее количество голосов.

Характерны полученные в ходе интервью высказывания:

«Нравится то, насколько оптимистично у нас преподносятся многие фильмы, насколько хороший там юмор, как передается мировоззренческая составляющая нашей культуры и житейская мудрость. Также хотелось бы отметить советское кино: там все настолько душевно и тонко, что ты смотришь и чувствуешь всю глубину того, что происходит. Не нравится, что в современном кино идет сильный уклон в европеизацию. Классно, что используются какие-то эффекты, что-то молодежное внедряется, но иногда прям перебор» (девушка, 21 год, студентка ОмГУ).

«Кино должно точно поднимать серьезные социальные проблемы, потому что сейчас их как будто не замечают» (девушка, 19 лет, студентка ОмГПУ).

Конструируя свойства наиболее предпочитаемого кинематографического продукта, респонденты обращали внимание на то, что последний должен отображать жизнь такой, какая она есть, без прикрас и идеологических наслоений.

«Не должно быть абсолютного зла и абсолютного добра, там должен быть хорошо продуманный сюжет» (мужчина, 23 года, аспирант, айти-специалист).

«Мне больше всего нравится предугадывать сюжетные повороты, то есть я представляю себя в этот момент сценаристом, вижу, какие чеховские ружья развесил автор, и понимаю, к чему приведет тот или иной сюжетный поворот. И когда я действительно угадываю, я радуюсь, потому что я как будто смог поставить себя на место режиссера и предсказать, какой будет сюжетный поворот. Но и если я не смог угадать, я тоже радуюсь, потому что режиссер сумел меня удивить, предсказать, как я подумаю, и сделать иначе. Еще один аспект — поднятие философских вопросов и тем, чаще всего это вопросы гуманизма, ценности человеческой жизни, соотношения патриотизма и законности, разница в поведении гражданских и военных.

Патриотизм и чувство национальной гордости — плюс в том, что к этому стремятся и это демонстрируют; минус в том, как это делают, потому что это очень тонкая работа по передаче образов, а когда тебе это просто напрямую преподносят — выходит не очень. Проблема в том, что при всем моем желании, чтобы фильмы прививали чувство патриотизма и национальной гордости, нельзя просто сказать, кто хороший, а кто плохой, и объяснять дословно "почему так". Кино хорошо тем, что оно работает на образах, которые ты сам анализируешь и сам принимаешь решение, какую сторону занимать» (мужчина, 22 года, политолог).

Составной частью художественной ценности фильма также выступает личность представленных в нем героев, по профессиональной принадлежности и образу жизни которых можно выделить базовые ценности, формируемые современным кинематографом. Так, на вопрос, каких типовых героев современного отечественного кинематографа вы могли бы назвать, больше половины опрошенных назвали полицейского, бандита и олигарха. Заслуживает также внимания и высокий процент выборов персонажа «патриот своей страны», отношение к которому со стороны респондентов можно оценить как благожелательное.

«Архетип Иванушки-дурачка — то есть максимально простой герой, который может действовать глупо не из-за того, что он такой и есть, а потому что он просто наивный. Второе — это отрицательный герой, который просто любит делать зло. Третий — патриот, который исповедует отечественные традиционные ценности, что очень хорошо, так как через художественные образы проще передать тот набор ценностей, которые хочется сформировать в подрастающем поколении» (мужчина, 22 года, студент).

Выводы и рекомендации

Таким образом, опрос позволил выявить ярко выраженную предрасположенность представителей поколения Z к хорошему качественному кино безотносительно к тому, кто произвел кинематографический продукт и какой жанр этот продукт представляет. Несмотря на предпочтения американского кино, большинство опрошенных высказали приверженность традиционным ценностям и общественным идеалам, передаваемым через лучшие образцы отечественной художественной культуры. Свой выбор они делали свободно, без какого-либо внешнего давления, полагаясь на свое воспитание и уже сформированное ранее мировоззрение. Однако опрошенные совершенно недвусмысленно дали понять, что они очень ценят свободу выбора, которая позволяет им принимать самостоятельные решения. В своем праве на свободный выбор они обретают национальную идентичность и проявляют лояльность государству и его базовым институтам. Возможность такого выбора подтверждается их способностью свободного выхода в интернет, где они чувствуют себя уверенно и самодостаточно.

Кинематограф занимает важное место в формировании мировоззрения человека — он не только позволяет скрасить досуг или снять напряженность, а является «окном в мир», через которое человек получает жизненный опыт и осознает свое место в мире, идентифицируя себя как представителя определенной национальной общности. В условиях открытого информационного общества осуществляется свободный выбор в способах удовлетворения духовных потребностей человека, и для государства важно, чтобы этот выбор соответствовал его национальным интересам и обеспечивал приверженность национальным идеалам. Результаты опроса свидетельствуют, что для этого необходимо максимально полно адаптировать ассортимент и качество отечественной кинематографической продукции ценностным запросам аудитории. Такая адаптация может выстраиваться в соответствии с действием основных факторов потребительского выбора — жанровой привлекательности, эстетической удовлетворенности, стилевого своеобразия и чувства почвы. Опрос подтвердил важную роль кинематографа в формировании национального самосознания молодежи, указав на некоторые недостатки в проведении государственной кинематографической политики, целесообразность расширения жанрового разнообразия отечественной кинопродукции и повышение ее эстетической привлекательности.

Заключение

Сегодня кинематограф остается одним из самых популярных видов массовой культуры. Его значение еще более возрастает на фоне образовавшихся в середине 2020-х гг. барьеров между странами, участившихся международных конфликтов. Вопрос о том, как вступающая во взрослую жизнь часть национального сообщества воспринимает кино, становится маркером социально-психологического состояния общества в его наиболее активном и чутком к изменениям сегменте. Исследование позволило определить ярко выраженную потребность российских зумеров в правдивом и качественном кинемато-

графе, основанном на лучших традициях мировой и отечественной культуры, представленном в широком многообразии жанров и стилей, ярких образах национальных героев. Изучение кинематографических предпочтений молодых людей дает возможность понять их духовный мир, выявить их ценностные ориентации и сформировать соответствующие их ожиданиям меры по повышению национального самосознания.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The author declares no conflicts of interest.

Список источников

1. Malkiewicz, K. Cinematography / K. Malkiewicz, M. D. Mullen. – Text : direct. Simon and Schuster, 2009.
2. Колчин, Д. Ю. Жизненная философия поколения Z. / Д. Ю. Колчин. – <https://doi.org/10.30853/mns20250020>. – Текст : непосредственный // Манускрипт. – 2025. – № 18(1). – С. 130–135.
3. Зябликов, А. В. Формирование советской идентичности средствами отечественного кинематографа в 1920-50-е гг. : к постановке проблемы / А. В. Зябликов. – <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-3-52-62>. – Текст : непосредственный // Вестник Костромского государственного университета. – 2022. – № 28(3). – С. 52–62.
4. Salny, R. The Model of Cultural Identity Represented in the Soviet Cinematography of the 1920s. / R. Salny, A. Katrich. – <https://doi.org/10.13187/me.2023.4.561>. – Text : direct // Медиаобразование. – 2023. – № 4. – С. 561–573.
5. Павлюченко, Д. С. Образ киногероя в современных российских фильмах в контексте национальной идентичности России (на примере фильмов «Легенда № 17», «Экипаж» и «Движение вверх») / Д. С. Павлюченко. – Текст : непосредственный // Социология. – 2025. – № 9. – С. 23–29.
6. Резникова, К. В. Значение кинематографа для формирования общероссийской национальной идентичности / К. В. Резникова. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 3. – С. 416.
7. Туманов, А. И. Отечественный кинематограф и его значение в формировании национальной идентичности / А. И. Туманов. – <https://doi.org/10.19181/nko.2021.27.3.4>. – Текст : непосредственный // Наука. Культура. Общество. – 2021. – № 27(3). – С. 35–49.
8. Куликова, Д. Н. Кино как инструмент мягкой силы государства на примере кинематографа Испании и США / Д. Н. Куликова. – <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-459-475>. – Текст : непосредственный // Идеи и идеалы. – 2023. – № 15(2). – С. 459–475.
9. Суслов, И. В. Цифровизация и деидеологизация: эволюция политической социализации зумеров / И. В. Суслов, З. З. Кныжова https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_2_108. – Текст : непосредственный // Научный журнал «Дискурс-Пи». – 2025. – № 22(2). – С. 108–125.
10. Обухова, Н. И. Человеческий капитал цифровой эпохи: особенности формирования габитуса поколения зумеров / Н. И. Обухова, Ш. Н. Гатиятулин, С. В. Толкачева. – <https://doi.org/10.34670/AR.2025.25.62.096>. – Текст : непосредственный // Экономика : вчера, сегодня, завтра. – 2025. – № 15(6–1). – С. 956–967.
11. Алексеенок, А. А. Социологический анализ влияния кинематографа на духовную жизнь современной молодежи. / А. А. Алексеенок, К. В. Наливайко, А. А. Поляков. – <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2023-3-126-139>. – Текст : непосредственный // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2023. – № 3. – С. 126–139.

12. Босов, Д. В. Отечественный мейнстрим-кинематограф и студенческая молодежь / Д. В. Босов. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2015. – № 2-2(62). – С. 7–11.
13. Афанасьева, Н. А. Кинофильм на занятии в иностранной аудитории: к национальной специфике восприятия / Н. А. Афанасьева. – Текст : непосредственный // Русская литература в иностранной аудитории : сборник научных статей. Выпуск 6. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2017. – С. 266–272.
14. Giusto, S. La Fabbrica dei Sogni: Italian cinematography, collective memory and national identity / S. Giusto. – Text : direct // Visual Anthropology. – 2011. – Vol. 24, Issue 4. – P. 287–305.
15. Terek, L. Portrayal of youth violence in domestic cinematography over the past five decades. – Text : direct // Sociologija. – 2025. – Vol. 67. Issue 1. – P. 133–155.
16. Рой, О. М. Влияние музыкальных предпочтений на социальную идентичность российской молодежи / О. М. Рой. – <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2025-10-4-534-543>. – Текст : непосредственный // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2025. – № 10(38). – С. 534–543.

References

1. Malkiewicz, K., & Mullen, M. D. (2009). Cinematography. Simon and Schuster, 2009. (In English).
2. Kolchin, D. Yu. (2025). Life Philosophy of Generation Z. Manuscript, 18(1), pp. 130-135. (In Russ.). <https://doi.org/10.30853/mns20250020>
3. Zyablikov, A. V. (2022). Formation of Soviet identity through domestic cinema in the 1920s-1950s: on the problem statement. Herald of Kostroma State University, 28(3), 52-62. (In Russ.). <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-3-52-62>
4. Salny, R., & Katrich, A. (2023). The model of cultural identity represented in the Soviet cinematography of the 1920s. Media Education, (4), pp. 561-573. (In English). <https://doi.org/10.13187/me.2023.4.561>
5. Pavlyuchenko, D. S. (2025). The image of the film hero in modern Russian films in the context of Russia's national identity (based on the films "Legend No. 17," "Crew," and "Going Vertical"). Sociology, (9), pp. 23-29. (In Russ.).
6. Reznikova, K. V. (2013). Importance of Cinematography for the Formation of All-Russian National Identity. Modern Problems of Science and Education, (3), p. 416. (In Russ.).
7. Tumanov, A. I. (2021). Domestic cinema and its importance in shaping national identity. Science. Culture. Society, 27(3), pp. 35-49. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2021.27.3.4>
8. Kulikova, D. N. (2023). Cinema as a tool of a state's soft power on the example of the cinematography of Spain and the USA. Ideas and Ideals, 15(2), pp. 459-475. (In Russ.). <https://doi.org/10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-459-475>
9. Suslov, I. V., & Knyzhova, Z. Z. (2025). Digitalization and deideologization: the evolution of zoomers' political socialization. Scientific journal "Discourse-Pi", 22(2), pp. 108-125. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/18179568_2025_22_2_108
10. Obukhova, N. I., Gatiyatulin Sh. N., & Tolkacheva S. V. (2025). Human Capital of the Digital Age: Features of the Formation of the Habitus of the Zoomer Generation. Economy: Yesterday, Today, Tomorrow, 15(6-1), pp. 956-967. (In Russ.). <https://doi.org/10.34670/AR.2025.25.62.096>
11. Alekseenok, A. A., Nalivaiko, K. V., & Polyakov, A. A. (2023). Sociological analysis of the influence of cinema on the spiritual life of modern youth. Herald of Tula State University. Humanities, (3), pp. 126-139. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2023-3-126-139>
12. Bosov, D. V. (2015). Mainstream cinema and student youth. Herald of Kemerovo State University, 2-2(62), pp. 7-11. (In Russ.).

13. Afanasyeva, N. A. (2017). A Feature Film in a Foreign Language Class: On the National Specificity of Perception. Russian Literature in a Foreign Audience: Collection of Scientific Articles, (6). Saint Petersburg. Herzen State Pedagogical University of Russia, pp. 266-272. (In Russ.).
14. Giusto, S. (2011). La Fabbrica dei Sogni: Italian cinematography, collective memory and national identity. Visual Anthropology, 24(4), pp. 287-305. (In English).
15. Terek, L. (2025) Portrayal of youth violence in domestic cinematography over the past five decades. Sociologija, 67 (1), pp. 133-155. (In English).
16. Roy, O. M. (2025). The Influence of Musical Preferences on the Social Identity of Russian Youth. Herald of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological, and Economic Sciences, 10(38), pp. 534-543. (In Russ.). <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2025-10-4-534-543>

Информация об авторе / Information about author

Рой Олег Михайлович, доктор социологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института философии и права УрО РАН, г. Екатеринбург, roi_omsrk@mail.ru
ORCID:<https://orcid.org/0000-0003-1885-7865>
ResearcherID: S-3643-2016
SPIN-код: 2404-7079

Oleg M. Roy, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Leading Researcher at the Institute of Philosophy and Law, Ural Branch of the RAS, Yekaterinburg, roi_omsrk@mail.ru
ORCID:<https://orcid.org/0000-0003-1885-7865>
ResearcherID: S-3643-2016
SPIN-код: 2404-7079

Поступила в редакцию / Received 16.03.2026

Поступила после рецензирования / Revised 01.04.2026

Принята к публикации / Accepted 23.04.2026

Научная статья / Original research article

УДК 316.6 + 316.74

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-72-82>

EDN: MTXCBV



Межпоколенческая трансмиссия религиозных ценностей в современной российской семье

Ю. П. Савицкая*, Л. Н. Белоножко, С. В. Толмачева

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

*savitskajap@tyuiu.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу межпоколенческой передачи религиозных ценностей в современной российской семье. Актуальность темы обусловлена противоречием между декларируемой молодежью религиозной идентичностью и низким уровнем реальной воцерковленности, а также особым положением старшего поколения как носителя религиозной традиции, пережившего длительный период государственного атеизма. Опираясь на теоретические положения К. Мангейма и результаты эмпирических исследований (Д. А. Тихомирова, В. И. Пищик и собственные материалы), авторы обосновывают гипотезу о «разорванной трансмиссии». Согласно этой гипотезе в условиях секуляризованного советского прошлого передача религиозных ценностей осуществляется не напрямую от родителей (поколение «отцов»), а через поколение бабушек и дедушек («деды» → «внуки»). На основе сравнительного анализа поколенческих характеристик и эмпирических данных выявлено, что отсутствие прямой преемственности между родителями и детьми приводит к таким феноменам, как формализация религиозности, синкретизм верований и внеконфессиональная духовность. Делается вывод о необходимости учета специфики «разорванной трансмиссии» в практике семейного воспитания, школьном образовании и социальном служении.

Ключевые слова: межпоколенческая трансмиссия, религиозные ценности, семья, поколенческий разрыв, религиозная социализация, традиционные ценности, молодежь

Для цитирования: Савицкая, Ю. П. Межпоколенческая трансмиссия религиозных ценностей в современной российской семье / Ю. П. Савицкая, Л. Н. Белоножко, С. В. Толмачева. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-72-82> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2026. – № 2. – С. 72–82. – EDN: MTXCBV

Intergenerational transmission of religious values in the modern Russian family

Yulia P. Savitskaya*, Lidiia N. Belonozhko, Svetlana V. Tolmacheva

Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

*savitskajap@tyuiu.ru

Abstract. This article analyzes how religious values pass from one generation to another in contemporary Russian families. This topic is relevant because there is contradiction between a religious identity declared by youth, and low level of real churchness. At the same time, the older generation holds a special role as a carrier of religious tradition, since it lived through a long period of state atheism. Relying on the theoretical propositions of K. Mannheim and on empirical studies by D. A. Tikhomirova, V. I. Pishchik, the authors ground the hypothesis of a “broken transmission”. According to this hypothesis, the secular Soviet past changed the order of transfer of religious values, and now they are transferred not directly from parents (the “fathers” generation), but through grandparents (from “grandparents” to “grandchildren”). Using comparative analysis of generational characteristics and empirical data, the authors found that the lack of direct continuity between parents and children leads to several outcomes: formalized religiosity, syncretic beliefs, and non-confessional spirituality.

The article concludes that specific aspects of this “broken transmission” must be considered in family upbringing, school education, and social service.

Key words: intergenerational transmission, religious values, family, generational gap, religious socialization, traditional values, youth

For citation: Savitskaya Yu. P., Belonozhko L. N., Tolmacheva S. V. (2026). Intergenerational transmission of religious values in the modern Russian family. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 72-82. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-72-82>

Введение

Проблема сохранения и передачи традиционных духовно-нравственных ценностей приобрела в России характер национального приоритета, что зафиксировано в Указе Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [1]. В этом контексте семья традиционно рассматривается как первичный и основополагающий институт социализации, ответственный за трансляцию культурного кода и религиозных оснований морали от старших поколений к младшим.

Однако социологические исследования фиксируют парадоксальную ситуацию. С одной стороны, наблюдается рост самоидентификации россиян как верующих, особенно среди молодежи [2]. С другой стороны, исследователи отмечают поверхностный, формальный характер этой религиозности, разрыв между декларируемой конфессиональной принадлежностью и реальным религиозным поведением [3, 4]. Возникает вопрос, почему институт семьи, призванный обеспечивать незыблемость традиции, транслирует религиозные ценности в столь ослабленном, амбивалентном виде?

В контексте обозначенного вопроса интерес представляет анализ механизмов межпоколенческой трансмиссии религиозных ценностей в современной российской семье и обоснование гипотезы о ее «разорванном» характере, при котором передача веры осуществляется по модели «бабушки и дедушки → внуки», минуя поколение родителей.

Теоретико-методологическая основа

В работе авторы опираются на фундаментальные положения социологии поколений, разработанные К. Мангеймом [5]. Его концепция «социального местоположения» поколения, формирующаяся под влиянием ключевых исторических событий, позволила рассматривать религиозные ценности не как статичную данность, а как динамическую категорию, преломляющуюся через уникальный опыт разных возрастных когорт. Принципиально важным для нашего анализа стал тезис К. Мангейма о невозможности радикальной самостоятельной трансформации базовых ценностей молодым поколением без опоры на опыт старших, что задавало вектор поиска «разрывов» и «каналов» связи между ними.

В качестве основных методов исследования выступили:

1. Сравнительно-исторический анализ, позволивший реконструировать условия религиозной социализации трех поколений россиян («дедов», «отцов», «внуков») в контексте социально-политических изменений исследуемого периода.

2. Систематизация и вторичный анализ данных социологических опросов и психолого-педагогических исследований, посвященных проблемам семьи, религиозности и межпоколенческого взаимодействия:

- данные массовых опросов (ВЦИОМ, ФОМ), охватывающие период 1990–2020 гг., на основании которых были зафиксированы макросоциальные сдвиги в уровне декларируемой религиозности и религиозного поведения поколений «отцов» и «внуков»;

- результаты региональных и локальных эмпирических исследований, в частности использованы данные Д. А. Тихомирова (Москва, 2016, выборка 605 респондентов), позволившие установить корреляцию между религиозностью студентов и наличием в семье верующих родственников (особенно женщин), а также В. И. Пищук и А. О. Лобачевой (Ростов-на-Дону, 2022, 290 респондентов), выявившие незрелые, синкретические формы религиозности поколений Y и Z.

- авторские эмпирические исследования (Тюмень, 2019–2022, 774 респондента), послужившие основой для выводов о формальном характере религиозности молодежи, низком уровне реальной воцерковленности и мировоззренческом синкретизме.

Необходимо отметить, что статья базируется преимущественно на вторичном анализе данных, что не позволяет унифицировать методики сбора первичной информации и сопоставить результаты с абсолютной точностью. Авторская работа фиксирует, скорее, общие тенденции, оставляя вне исследовательского поля детальный анализ внутриконфессиональных различий и особенностей трансмиссии в нерелигиозных или атеистических семьях.

Однако такой подход позволяет выявить приоритетные трансформации религиозного сознания и отделить устойчивые, воспроизводящиеся паттерны от ситуативных, конъюнктурных колебаний молодежной культуры.

Обсуждение

Согласно социологии поколений К. Мангейма каждое поколение формируется под влиянием уникального исторического и социального опыта, что определяет его «социальное местоположение» и коллективные представления. Ученый подчеркивает, что базовые духовно-нравственные ценности не могут быть радикально трансформированы молодым поколением самостоятельно; их изменение возможно только под влиянием и в сотрудничестве со старшими поколениями [5].

Применительно к религиозной социализации это означает, что ребенок усваивает религиозные ценности прежде всего через подражание значимым для него взрослым.

Зарубежные исследования подтверждают исключительную роль семьи в этом процессе. М. Аргайл и Б. Бейт-Халлами считают религиозные установки родителей одним из важнейших факторов формирования религиозности детей [6]. Данные исследований В. Старка (1963) показали, что до 85 % молодых людей сохраняют вероисповедание своих родителей [7].

Однако классические модели предполагают наличие прямой линии преемственности: религиозные родители — религиозные дети. В российском же контексте эта линейность была нарушена.

Ключевым фактором, деформировавшим прямую трансмиссию, стал длительный период государственного атеизма в СССР. Поколение, которое сегодня является родителями современных студентов (условное поколение X, 1965–1982 гг. р. по типологии В. И. Пищик), социализировалось в условиях, когда публичная религиозность была невозможна, а атеистическое воспитание было нормой. [8] Их родители — поколение бабушек и дедушек — часто были носителями «скрытой», домашней, неинституционализированной религиозности, которая не могла быть открыто передана детям, но сохранилась как культурная память и личное переживание.

Т. А. Фолиева и Т. В. Складорова обращают внимание на феномен, проявляющийся в том, что первостепенная роль в религиозном воспитании в советское и постсоветское время принадлежала именно бабушкам. Они выступали связующей нитью между церковью и домом, передавая веру внукам, минуя «безрелигиозных» родителей [9, 10]. Как отмечается в публикациях, именно бабушки преподавали уроки веры многим людям среднего возраста, и эти воспоминания детства помогли им найти дорогу к храму уже во взрослом возрасте [11].

Таким образом, формируется гипотетическая модель «разорванной трансмиссии»: «деды» (носители традиции, пережившие гонения или скрытую религиозность) → «внуки» (поколение, ищущее смыслы в постсоветский период), в то время как промежуточное поколение «отцов» (X) остается в значительной степени секуляризованным или колеблющимся.

Для наглядного представления различий в условиях и характере религиозной социализации трех поколений россиян обратимся к сравнительной таблице 1.

Данные, представленные в таблице 1, демонстрируют принципиальные различия в поколенческом опыте. Поколение «дедов», несмотря на гонения, сохранило «внутреннюю веру» и стало стихийным передатчиком традиции. Поколение «отцов», выросшее в условиях системного атеизма, выступило «блокирующим каналом». Поколение «внуков», оказавшись в ситуации религиозной свободы, получило веру не от родителей, а от бабушек и дедушек либо из медиа, что и предопределило фрагментарный характер их религиозности.

Таблица 1. Сравнительный анализ религиозной социализации поколений в России*
Table 1. Comparative analysis of religious socialization of generations in Russia*

Критерий сравнения	Поколение «дедов» (1930–1950 г.р.)	Поколение «отцов» (1965–1985 г.р.)	Поколение «внуков» (1995–2010 г.р.)
Условия социализации	Довоенный/военный период, частичное сохранение дореволюционных традиций, «хрущевские» гонения на церковь	Позднесоветский период, системное атеистическое воспитание, «застой», перестройка	Постсоветский период, религиозный плюрализм, «рыночная» экономика, цифровизация
Тип религиозности	Традиционная, «домашняя», часто скрытая	Атеистическая или агностическая, формальная приверженность обрядам	Декларативная, внеконфессиональная, синкретичная, «духовность без религии»
Институциональная включенность	Низкая внешняя (из-за запретов), но высокая внутренняя	Минимальная, ритуализированная (венчание, отпевание)	Поверхностная, «праздничная» (Пасха, Рождество как культурные события)
Носитель традиции	Бабушки и дедушки (стихийные катехизаторы)	Родители, школа, комсомол (носители атеизма)	СМИ, интернет, социальные сети, блогеры
Роль в трансмиссии	Передачик (источник традиции)	Блокировщик канала	Приемщик (фрагментарный реципиент)

*Составлена автором на основе теоретических положений К. Мангейма [6] и типологии В. И. Пищик [10]

Результаты исследований

Анализ доступных эмпирических данных позволяет найти количественные подтверждения этой гипотезы.

1. Данные о роли семьи. Исследование Д. А. Тихомирова (2016, Москва, выборка 605 респондентов) показало, что 69 % студентов имеют в семье верующих родственников. При этом для религиозных студентов этот показатель достигает 80 %, а для неверующих — лишь 57 %. Важно, что в православных семьях носителем веры чаще всего выступает женщина (мама, бабушка) [12].

2. Разрыв поколений. Исследование В. И. Пищик и А. О. Лобачевой (2022, Ростов-на-Дону, выборка 290 респондентов) выявило противоречие между объектами веры и религиозностью у поколений Y и Z. Представители «информационного» поколения (Y) полагают, что духовность и вера очень важны, но при этом не придерживаются никакой конкретной религиозной веры, считая себя просто «духовными». Авторы заключают, что религиозность в обеих группах слабая и имеет незрелые формы [8]. Это может быть следствием именно того, что прямая, институциональная передача веры от родителей не состоялась, а «бабушкина» вера была воспринята фрагментарно, как часть семейного фольклора, а не как строгая система догматов и практик.

3. Формализация и синкретизм. Авторские исследования (Тюмень, 2019–2022, выборка 384 и 390 респондентов) фиксируют высокий уровень формально верующих (до 54 % на 1-м курсе) и низкий уровень реально религиозного участия (регулярно посещают культовые сооружения лишь 20 % православных, практически никто не исповедуется). Молодежь демонстрирует синкретизм, сочетая веру в Бога с верой в «высший космический разум» [4]. Это также может быть следствием отсутствия жесткой, дисциплинирующей трансмиссии от родителей, которые могли бы научить конкретным практикам и сформировать привычку к церковной жизни. Полученная от бабушек «вера вообще» легко смешивается с другими мировоззренческими элементами современной культуры.

Для более детального количественного сопоставления установок поколений «отцов» и «внуков» обратимся к данным массовых опросов (табл. 2).

Таблица 2. Сравнительный анализ религиозных установок поколений «отцов» и «внуков» (по данным эмпирических исследований)

Table 2. Comparative analysis of religious attitudes of the "fathers" and "grandchildren" generations (based on empirical research data)

Критерий сравнения	Поколение «отцов» (данные опросов 1990–2000 гг.)	Поколение «внуков» (данные исследований 2016–2022 гг.)
Доля идентифицирующих себя как верующие	43–47 % (данные ВЦИОМ, 1990-е гг.) [16]	56–65 % (Тихомиров, 2016; Савицкая, 2020) [14, 4]
Доля посещающих храм/мечеть регулярно (не реже 1 раза в месяц)	6–8 % (данные ФОМ, 2000-е гг.) [17]	11–20 % (Тихомиров, 2016) [14]
Соблюдение постов и обрядов	Скорее как дань традиции, эпизодически [18]	Формально, как элемент культурной идентичности [4]
Доля поддерживающих добрачные отношения	Около 40–45 % (консервативная позиция сильнее) [19]	70–75 % (Тихомиров, 2016) [14]
Отношение к преподаванию религии в школе	Настороженное, но с уважением к традициям [20]	61 % против (Тихомиров, 2016) [14]
Форма религиозности	Культурно-обрядовая, советский «атеизм с налетом традиции» [3]	Синкретическая, «духовность без обязательств» [4, 10]

Данные, представленные в таблице 2, показывают ряд важных противоречий. Первое связано с тем, что поколение «внуков» значительно чаще относит себя к верующим (56–65 % против 43–47 % у «отцов»), что, казалось бы, свидетельствует о религиозном возрождении. Однако доля регулярно практикующих обряды остается крайне низкой (11–20 %). Это подтверждает, что религиозная идентичность для молодежи ста-

ла формой культурной самоидентификации, а не следствием глубокой личной веры. Второе противоречие указывает на то, что, называя себя верующими, «внуки» демонстрируют гораздо более либеральные установки (70–75 % поддерживают добрые отношения), что резко противоречит позиции церкви. Это прямое следствие «разорванной трансмиссии»: от бабушек была воспринята общая идея «Бог есть», но не усвоена дисциплинарная система религиозных запретов. Третье противоречие касается того, что именно молодежь (61 %) выступает против преподавания основ религии в школе. Не имея системного религиозного воспитания в семье, они воспринимают религию как сугубо приватное («бабушкино») дело, не предназначенное для публичного обсуждения.

Таким образом, в условиях «разорванной трансмиссии» бабушки и дедушки выполняют уникальные функции, которые не могут быть в полной мере воспроизведены ни родителями, ни образовательными институтами.

Во-первых, они являются носителями «живой памяти» и семейного предания. Как отмечает Л. И. Калюжная, бабушки хранят воспоминания, создают семейный уют и передают традиции [11]. В советское время именно они могли рассказывать внукам о праздниках, которые не отмечались официально, о крещении, о родственниках-священниках.

Во-вторых, они выступают примерами молитвы и терпения. Многие бабушки, наученные жизнью, обладают глубоким опытом молитвы за своих детей и внуков, даже если внешне это не всегда заметно. Этот опыт, передаваемый не столько через наставления, сколько через совместное проживание, становится мощным фундаментом духовности [11].

В-третьих, они часто более мудры и терпеливы в воспитании, так как «нянчат уже второе поколение детей и учитывают ошибки, допущенные в молодости» [17]. Это позволяет им выстраивать с внуками более доверительные отношения, в которых возможен разговор о вере без назидательности и давления, что особенно ценно для подростков.

Рассмотренная выше модель «разорванной трансмиссии» (бабушки → внуки) была характерна для постсоветского периода, когда доступ к религиозной традиции осуществлялся через семейную память старшего поколения. Однако в последнее десятилетие сформировался принципиально новый агент социализации — цифровая среда (социальные сети, мессенджеры, религиозные блоги, YouTube-каналы, онлайн-сообщества). Для поколения «внуков» (Z и Alpha) медиа нередко становятся более авторитетным источником информации о религии, чем семья [16]. Это обстоятельство требует корректировки предложенной модели и учета двух разноплановых тенденций.

С одной стороны, цифровая среда может замещать бабушек в роли транслятора религиозных знаний. Исследования показывают, что молодые люди, интересующиеся религией, все чаще обращаются к тематическим каналам в Telegram, подкастам священников и блогеров-миссионеров, а также к виртуальным сообществам верующих [17, 18]. В таких случаях фигура «цифрового наставника» вытесняет традиционную роль бабушки как хранительницы веры. Это особенно характерно для городской, высо-

коинтегрированной в интернет молодежи, у которой физическое расстояние от старших родственников или утрата живого общения с ними компенсируется онлайн-контентом.

С другой стороны, цифровая среда может усиливать роль бабушек, предоставляя им новые каналы для передачи традиции. Современные бабушки активно осваивают мессенджеры, рассылают внукам ссылки на православные молитвы, проповеди и жития святых.

Однако следует отметить и риски. Молодой человек может подписаться одновременно и на православного священника, и на буддийского монаха и эзотерического блогера, формируя эклектическую картину мира, где нет иерархии авторитетов. В отличие от бабушек, чей авторитет подкреплен личными отношениями и историей семьи, цифровые источники действуют фрагментировано и часто противоречиво. Это усиливает выявленный нами ранее синкретизм и формальную религиозность.

Таким образом, влияние цифровой среды на межпоколенческую трансмиссию является амбивалентным. С одной стороны, она может ослаблять уникальную роль бабушек, предлагая альтернативных, более доступных носителей религиозного знания. С другой стороны, она позволяет бабушкам оставаться значимыми фигурами в религиозной социализации внуков даже при отсутствии частого очного общения. В любом случае, учет цифрового фактора необходим для активного понимания современной религиозности молодежи, и предложенная модель «разорванной трансмиссии» должна быть дополнена признанием двойной опосредованности: теперь передача религиозных ценностей идет не только от бабушек, но и через цифровые каналы, которые могут как усиливать, так и замещать семейную традицию.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Authors' contributions

All authors contributed equally to the preparation of the manuscript.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей : указ Президента Российской Федерации от 9 ноября 2022 г. № 809. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/000120221109_0019. – Текст : электронный.
2. Мчедлова, М. М. Религия в проектах современности: между алармизмом, политической целесообразностью и утопией / М. М. Мчедлова. – <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.02.05>. – Текст : непосредственный // Полис. Политические исследования. – 2024. – № 2. – С. 50–64.

3. Синелина, Ю. Ю. Религиозность в современной России: тенденции и проблемы / Ю. Ю. Синелина. – Текст : непосредственный // Отечественные записки. – 2013. – № 1(52). – С. 243–255.
4. Савицкая, Ю. П. Роль религиозных ценностей в формировании ценностных ориентаций студенческой молодежи : специальность 5.4.6 «Социология культуры»: диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Савицкая Юлия Петровна. – Тюменский индустриальный университет. – Тюмень, 2023. – 226 с. – Текст : непосредственный
5. Мангейм, К. Проблема поколений / К. Мангейм. – Текст : непосредственный // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 2 (30). – С. 7–47.
6. Argyle, M. Religious behavior / M. Argyle. – London : Routledge, 1975. – 220 p. – Text : direct.
7. Stark, R. Sociology of religion / R. Stark. Wadsworth publishing company, 1994. – 416 p. – Text : direct.
8. Пищик, В. И. Особенности религиозности и веры представителей «Информационного» и «Нового» поколений / В. И. Пищик, А. О. Лобачева. – <https://doi.org/10.17759/SPS.2022130105>. – Текст : непосредственный // Социальная психология и общество. – 2022. – Т. 13, № 1. – С. 70–86.
9. Фолиева, Т. А. Религиозная социализация: понятие и проблемы / Т. А. Фолиева. – Текст : непосредственный // Известия Иркутского государственного университета. Серия : политология. Религиоведение. – 2012. – № 2-1. – С. 205–212.
10. Скларова, Т. В. Религиозная социализация: проблемы и направления исследований / Т. В. Скларова. – Текст : непосредственный // Вестник православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 4: Педагогика. Психология. – 2009. – № 4 (15). – С. 7–17.
11. Калюжная, Л. И. Бабушка, а почему? Или Разговоры с внуками: педагогические заметки / Л. И. Калюжная. – Москва : Издательство Сретенского монастыря, 2015. – 131 с. – Текст : непосредственный.
12. Тихомиров, Д. А. Религиозная социализация студенческой молодежи мегаполиса / Д. А. Тихомиров. – Текст : непосредственный // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 4. – С. 177–191.
13. Религия в нашей жизни: аналитический обзор. – Текст : электронный // ВЦИОМ : официальный сайт. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/religiya-v-nashej-zhizni> (дата обращения: 24.03.2025).
14. Религиозная идентичность и воцерковленность: отчет по данным опроса. – Текст : электронный // ФОМ : официальный сайт. – URL: https://bd.fom.ru/report/cat/cult/rel_rel/rel_/d081623/printable/ (дата обращения: 24.03.2025).
15. Голов, А. А. Религиозность, а также что люди обретают в религии: пресс-выпуск. – Текст : электронный // Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр): официальный сайт. URL: <https://www.levada.ru/2008/03/10/a-a-golov-religioznost-a-takzhe-chto-lyudi-obretayut-v-religii/> (дата обращения: 24.03.2025).
16. Кашпур, В. В. Опыт сравнительного анализа измерения религиозности человека с использованием методов анализа цифровых следов и онлайн-опроса / В. В. Кашпур, И. А. Ракин. – <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2024-8-3-314-323>. – Текст : непосредственный // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2024. – Т. 8, № 3. – С. 314–323.
17. Орлов, М. О. Средства массовой информации религиозных институтов как фактор социализации молодежи в цифровой среде / М. О. Орлов. – Текст : непосредственный // Современное культурно-образовательное пространство гуманитарных и социальных наук : материалы VIII Международной научной конференции / под общей ред. Ю. Ю. Андреевой, И. Э. Рахимбаевой. – 2020. – С. 814–822.

18. Орлов, М. О. Религиозная идентичность в цифровой среде: социокультурный и психофизиологические подходы. / М. О. Орлов, К. Ю. Петрова. – Текст : непосредственный // Вестник развития науки и образования. – 2018. – № 4. – С. 34–42.

References

1. On Approval of the Fundamentals of State Policy on Preservation and Strengthening Traditional Russian Spiritual and Moral Values : Decree of the President of the Russian Federation No. 809 dated November 9. (In Russ.). Available at: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/000120221109_0019
2. Mchedlova, M. M. (2024). Religion in modern projects: between alarmism, political expediency and utopia. – Polis. Political Studies, (2), pp. 50-64. (In Russ.). <https://doi.org/10.17976/jpps/2024.02.05>
3. Sinelina, Yu. (2013). Religiosity in today's Russia. Otechestvennye zapiski: the journal of russian thought, 1(52), pp. 243-255. (In Russ.).
4. Savitskaya, Yu. P. (2023). The Role of Religious Values in the Formation of Value Orientations among Student Youth. Diss. for the Degree of cand. of Sociological Sciences. Tyumen Industrial University. Tyumen, 226 p. (In Russ.).
5. Mannheim, K. (1998). The Problem of Generation. New Literary Review, 2 (30), pp. 7-47. (In Russ.).
6. Argyle, M. (1975). Religious behavior. London : Routledge, 220 p. (In English).
7. Stark, R. (1994). Sociology of religion. Wadsworth publishing company, 416 p. (In English).
8. Pishchik, V. I. & Lobacheva, A. O. (2022). Features of religiosity and faith of representatives of the "Information" and "New" generations. Social psychology and society, 13(1), pp.70-86. (In Russ.). <https://doi.org/10.17759/SPS.2022130105>
9. Folieva, T. A. (2012). Religious socialization: concepts and problems. The bulletin of Irkutsk state university. Series: political science and religion studies, (2-1), pp.205-212. (In Russ.).
10. Sklyarova, T. V. (2009). Religious Socialization: Problems and Research Directions. St. Tikhon's University Review. Pedagogy. Psychology, 4(15), pp.7-17. (In Russ.).
11. Kalyuzhnaya, L. I. (2015). Grandmother, Why? Or Conversations with Grandchildren: Pedagogical Notes. Moscow, Sretensky Monastery Publishing House Publ. (In Russ.).
12. Tikhomirov, D. A. (2016). Religious Socialization of Student Youth in a Megalopolis. Bulletin of Economics, Law, and Sociology, (4), pp. 177-191. (In Russ.).
13. Religion in Our Lives: An Analytical Review. VTsIOM. (In Russ.). Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/religiya-v-nashej-zhizni>
14. Religious Identity and Church Membership: A Report Based on Survey Data. FOM. (In Russ.). Available at: https://bd.fom.ru/report/cat/cult/rel_rel/d081623/printable/
15. Golov, A. A. Religiousness, as well as what people find in religion: press release. Yuri Levada Analytical Center (Levada Center). (In Russ.). Available at: <https://www.levada.ru/2008/03/10/a-a-golov-religioznost-a-takzhe-chto-lyudi-obretayut-v-religii/>
16. Kashpur, V. V., & Rakin, I. A. (2024). Experience in comparative analysis of measuring human religiosity using digital footprint analysis and online surveys. Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations, 8(3), pp. 314-323. (In Russ.). <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2024-8-3-314-323>
17. Orlov, M. O. (2020). Mass Media of Religious Institutions as a Factor of Socialization of Young People in the Digital Environment. Modern Cultural and Educational Space of the Humanities and Social Sciences : Materials of the VIII International Scientific Conference / ed. by Yu. Yu. Andreeva, I. E. Rakhimbayeva, pp. 814-822. (In Russ.).

18. Orlov, M. O., Petrova, K. Yu. (2018). Religious identity in the digital environment: sociocultural and psychophysiological approaches. Bulletin of science and education development, (4), pp. 34-42.

Информация об авторах / Information about the authors

Савицкая Юлия Петровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, savitskajap@tyuiu.ru, ORCID: [https:// orcid.org/0000-0002-0126-1320](https://orcid.org/0000-0002-0126-1320)

Белоножко Лидия Николаевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, belonozhkoln@tyuiu.ru

Толмачева Светлана Владимировна, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, tolmatchevasv@tyuiu.ru, ORCID: [https:// orcid.org/0000-0002-7808-0050](https://orcid.org/0000-0002-7808-0050)

Yulia P. Savitskaya, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, savitskajap@tyuiu.ru

Lidiia N. Belonozhko, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, belonozhkoln@tyuiu.ru

Svetlana V. Tolmacheva, Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, tolmatchevasv@tyuiu.ru, ORCID: [https:// orcid.org/0000-0002-7808-0050](https://orcid.org/0000-0002-7808-0050)

Поступила в редакцию / Received 01.04.2026

Поступила после рецензирования / Revised 22.04.2026

Принята к публикации / Accepted 05.05.2026

Научная статья / Original research article

УДК 323.2; 316.4

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-83-102>

EDN: NFPCWK



Ценностные доминанты в публично-властных отношениях

А. Л. Скифская*, П. П. Шишаков, А. В. Калинина, С. А. Шестаков

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

**skifskajaal@tyuiu.ru*

Аннотация. В условиях политических изменений объективной реальностью становится трансформация публичного пространства (цифровизация, повышение доступности информации, рост политической активности, запрос на участие), где анализ ценностных оснований власти приобретает ключевое значение для понимания векторов развития публично-властных отношений. Система публично-властных отношений функционирует на основе иерархии конкурирующих ценностных доминант. Конфигурация этой иерархии определяет специфику политического режима и характер взаимодействия с обществом, обнажая и усугубляя внутренние противоречия или способствуя социально-экономическому развитию. Цель исследования — анализ теоретических аспектов трансформации политических ценностей и актуализация ценностных доминант в публично-властных отношениях на региональном уровне. Для достижения задач этой работы было проведено социологическое исследование с применением Google Forms (январь — март 2026 г.). Его целью стало выявление мнения граждан о ценностных доминантах сегодняшней власти и противоречиях в базовых ценностях в публично-властных отношениях. В качестве гипотезы было выдвинуто предположение, что даже среди населения существуют противоречия в понимании политических ценностей и приоритетов, что сказывается на конфигурации публично-властных отношений. Результаты исследования носят пилотный характер, однако могут служить основой для мониторинга изменений в требованиях к системе власти со стороны регионального сообщества.

Ключевые слова: публичная власть, публично-властные отношения, ценности, ценностные доминанты, конфликт ценностей, политические интересы, политический конфликт

Для цитирования: Ценностные доминанты в публично-властных отношениях /А. Л. Скифская, П. П. Шишаков, А. В. Калинина, С. А. Шестаков. — <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-83-102> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 83–102. — EDN: NFPCWK

Value dominants in public-power relations

Anna L. Skifskaya*, Pavel P. Shishakov, Anna V. Kalinina, Sergey A. Shestakov

Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

**skifskajaal@tyuiu.ru*

Abstract. In the context of political change, the transformation of public space has become an objective reality. This transformation is marked by digitalization, greater access to information, growing political activity, and increasing public demand for participation. Under these conditions, the analysis of the value foundations of power becomes essential for understanding the development of public power relations. The system of public power

relations functions on the basis of a hierarchy of competing value dominants. The configuration of this hierarchy determines the characteristics of the political regime and the nature of state-society interaction. It exposes and intensifies internal contradictions or contribute to socio-economic development. This study aims to analyze the theoretical aspects of political value transformation and to identify the current value dominants in public power relations at the regional level. To achieve these objectives, the authors of this article conducted a sociological survey applying Google Forms between January and March 2026. The aim of this social research was to find out the opinions of citizens about the value dominants of contemporary government and the contradictions embedded in the basic values of public power relations. The hypothesis is assumption that contradictions in the understanding of political values and priorities exist even among citizens themselves, and that these contradictions influence the configuration of public power relations. The results of the study have a pilot character. However, they can serve as a basis for monitoring changes in regional community expectations toward the system of public authority.

Keywords: public power relations, values, value dominants, conflict of values, political interests, political conflict, public power

For citation: Skifskaya, A. L., Shishakov, P. P., Kalinina, A. V., & Shestakov, S. A. (2026). Value dominants in public-power relations. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 83-102. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-83-102>

Введение

В политической науке наблюдается устойчивый аксиологический поворот, связанный с осознанием сугубо институциональных и процедурных подходов к анализу публично-властных отношений. Как справедливо отмечается, ценности перестают рассматриваться как надстройка над материальными интересами и признаются самостоятельным структурообразующим фактором политических систем. Несмотря на значительный интерес, эмпирические исследования не отвечают на базовые вопросы. Большая часть работ изучает общероссийские тренды, базовые ценности без актуализации и учета современных тенденций: повышение доступности и расширение источников информации, прозрачности деятельности представителей органов власти, дифференциация населения по приоритетам и балансам политических ценностей в публично-властных отношениях.

Задачи статьи — на основе результатов исследования теоретических разработок, политического дискурса и социологического исследования определить, остаются ли базовые ценности актуальными; выявить наличие в восприятии регионального сообщества противоречий в ценностных доминантах, определяющих характер публично-властных отношений в политическом пространстве.

Литературный обзор

В практике политического управления отношений в системе «власть — общество» достаточное внимание уделено исследованиям социетального общества (социума), где общество выступает объектом пристального внимания — изменятся ли настроения, ценности, протестный потенциал, уровень доверия. При этом логика, ценности, мотивация и механизмы самой системы публично-властных отношений в основном изучаются через призмы формальных институтов.

Нормативно-философский ракурс в учениях Платона, Аристотеля [1] рассматривает власть и публичные отношения через призму должного идеала, справедливости, которые задают ценностные ориентиры. Договорной подход связан с именами Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо [1, 2] и утверждает источником власти рациональный договор между людьми для выживания и защиты естественных прав. Ценность — легитимность власти на основе согласия управляемых.

Институционально-правовой ракурс исследования оперирует рядом методологических подходов: неоинституциональным, аксиологическим и теорией социального капитала. Представитель неоинституционального подхода в политической науке Д. Норт предлагает рассматривать институты как ключевой фактор, определяющий долгосрочное развитие общества; институты как «правила игры» и «ограничительные рамки», созданные человеком, структурирующие политическое, экономическое и социальное взаимодействие [3].

Аксиологический подход в работах М. Вебера и Т. Парсонса [1] позволяет анализировать ценности не как статичный набор лозунгов, а как динамичную основу социального порядка, легитимации власти и коллективного действия. Направленность М. Вебера — ценностно-рациональное действие, в контексте публично-властных отношений чиновник может рационально выполнять служебные обязанности, что будет являться целерациональностью, с другой стороны его подход к гражданам может быть интерпретирован ценностью служения или социального превосходства.

Т. Парсонс интерпретирует ценности как конституирующую, интегрирующую и стабилизирующую систему, называя ее кибернетической иерархией: система ценностей — высший уровень (демократия, культура, традиционные ценности); нормы, законы и кодексы; коллективы, организации и институты (администрация, городская дума); роли, позиции участников этой системы (чиновники, депутаты); личность, индивид, а также его мотивы и ресурсы. Постструктуралистический подход М. Фуко трактует власть как отношения и технологии, настаивая на том, что: «Власть равно знание» [4].

Среди российских ученых политические ценности исследовали: Г. М. Андреева в рамках теории социальной психологии через призму коллективистской психологии [5]; В. А. Ядов, предложивший диспозиционную теорию регуляции социального поведения личности в политике [6]; В. А. Артёмов и В. И. Патрушев, рассматривавшие ценности в общественной жизни [7]; Г. Г. Дилигенский, проведший глубокий анализ социально-политической психологии и политических ценностей [8]. Исследованием на общегосударственном уровне занималась Российская академия наук, в частности ее представители: В. В. Петухов, проводивший регулярный мониторинг динамики политический ценностей, анализ запроса на «справедливость и «стабильность»; М. К. Горшков, изучавший методологические вопросы в сфере политических исследований [9]. Сибирская академия наук (Томская политическая школа А. И. Щербинин, Н. Г. Щербинина) проводила исследования в сфере общественно-политической жизни общества в восточных регионах [10, 11].

Последние исследователи, такие как А. Ю. Невмержицкий, А. С. Ахременко, задействуют инструментальный ракурс — используют цифровые методы анализа политических ценностей [13, 14] и обосновывают возможность и необходимость применения Big Data, анализ социальных сетей для изучения политических настроений и роли цифровой среды в трансформации политических ценностей.

Материалы и методы

Для исследования политических доминант в публично-властных отношениях был применен комплексный подход, включающий исследование различных аспектов формирования и трансформации публичных ценностей в контексте региональной власти и регионального сообщества. Методологическая стратегия опиралась на теоретико-концептуальный анализ понимания ценностных доминант в политической и социологической науке (нормативный, структурно-функциональный анализ и т. д.); анализ механизмов влияния на характер публично-властных взаимодействий и легитимности политического режима. В октябре — ноябре 2025 г. для выявления мнения носителей информации (жителей Тюменской области) и представлений о политических и социальных ценностях было проведено электронное анкетирование с использованием Google Forms, направленное на выявление уровня доверия к региональным институтам власти, представлений граждан об идеальных и реально реализуемых ценностях и приоритетах власти, субъективности восприятия баланса ключевых ценностей со стороны населения.

Результаты и обсуждение

Итак, в наиболее общем понимании публично-властные отношения — это комплекс формальных и неформальных взаимодействий между носителями власти (государственные институты, элиты) и публикой (граждане, группы, общество) по поводу принятия и исполнения общественно значимых решений [14]. Публично-властные отношения, их политическая легитимность и ценностные доминанты формируют каркас любой политической системы. Их связь носит системный, взаимообуславливающий и динамический характер единой логической цепочки (рис. 1).



Рис. 1. Трехуровневая модель воспроизводства и функционирования власти

Fig. 1. Three-level model of the reproduction and functioning of power

Эти взаимодействия могут носить разный характер и исследуются под разным углом и с различных точек зрения. Институционализм и неoinституционализм оперируют понятием формально-рациональных отношений в рамках легальных институтов — это отношения управления и подчинения, урегулированные правовыми нормами и бюрократическими процедурами. Власть реализуется через безличные, предсказуемые правила. Плюрализм (Р. Даль) характеризует публично-властные отношения как отношения конкуренции и торга между группами интересов, государство лишь нейтральный арбитр на рынке идей и влияния. Элитизм и неомарксизм ставят акцент на том, что публично властные отношения: «Это отношения господства и подчинения, воспроизводящее неравенство. Власть сконцентрирована, отношения ассиметричны и репрессивны» [10]. Теория Governance (Р. Роудс) рассматривает связку «власть — общество» через сетевые взаимодействия «государство — рынок — гражданское общество». Власть рассредоточена в сетях, отношения основаны на переговорах и ресурсной зависимости [9].

Основой признания власти, ее моральной оправданности и добровольного согласия, признания обществом права власти на управление выступает легитимность власти. Легитимность — не статичное свойство, а динамичный процесс постоянного доказывания и общественного признания состоятельности системы публично-властных отношений. Легитимность как признание права власти служит фундаментальным ресурсом, позволяющим власти функционировать без прямого насилия, проявляясь на трех взаимосвязанных уровнях:

- прагматическом или инструментальном, где власть признается, пока она обеспечивает безопасность, а именно общественный порядок, экономическую стабильность и личное благополучие. Ряд ученых называют такую легитимность условной;
- морально-нормативном, где признание основано на соответствии власти глубинной системе ценностей общества: идеология, традиции, вера, законность, справедливость распределения благ;
- экзистенциальном — наивысшем уровне легитимности, образованном на слиянии личной и коллективно идентичности с миссией власти: «Власть — это часть нас, выражение нашей судьбы и воли» [1].

Итак, 3 уровня легитимности власти, от ритуала до экзистенциального, имеют свои механизмы воспроизводства и поддержки. Они формируют сложную инфраструктуру, которую необходимо постоянно поддерживать через политические, социальные, административные стратегии: от права выбора, через ценности до дисциплинарного аппарата.

Инфраструктура объединяет 4 стратегии:

- ритуально-символические, включающие выборы, инаугурацию, парады, государственные праздники и превращающие абстрактную власть в событие для коллективного переживания;
- дискурсивные, контролирующие язык и рамки допустимого мышления и выражения о системе власти;
- административно-распределительные каналы, включающие систему социальной поддержки в виде пособий, государственных услуг, льгот, грантов [12]. Здесь легитимность «обменивается» на материальные блага и демонстрируется забота;
- дисциплинарный аппарат, формирующий четкие границы дозволенного и наказание за нарушение. Как правило, легитимность через страх работает, но требует огромных затрат и снижает доверие и степень легитимности.

Степень доверия, легитимность власти могут снижаться, говоря языком журналистов, до нулевой отметки. Такой кризис обуславливается рядом факторов, где одним из ключевых является разрыв между реальными действиями (практиками) системы власти и декларируемыми ею ценностями, глобально — между ценностями власти и общества. Чем сильнее разрыв, тем более шаткая позиция системы власти.

Разрывы и различия между публичной властью и обществом в базе своей лежат в понимании ценностей:

- являются ли ценности и легитимность объективными сущностями или это результат дискуссии / борьбы;
- основаны ли публично-властные отношения на общности интересов с обществом или все-таки на подавлении;
- что первично в формировании ценностей — институты, формирующие их и создающие правила «игры», или общество, имеющее свои группы интересов и меняющее эти институты.

Выбор определенного подхода не является нейтральным. Это всегда гибридизация подходов: публичная власть одновременно и институциональна, и дискурсивна, ее легитимность держится одновременно на эффективности, ценностях общества и силах идеологического и дисциплинарного аппарата.

Казалось бы, современный мир — мир прагматизма (выгоды, эффективности, алгоритмов, data science), однако главной на политическом поле становится битва за ценности [13]. Почему сейчас, в эпоху цифровизации и глобализации? Технологии обнажили ценностные выборы, они не нейтральны: система распознавания лиц упирается в выбор между ценностью безопасности и ценностью приватности и личного пространства; социальные сети ранжируют контент, исходя из ценностных установок заказчика; технологии усиливают ценностные конфликты с целью «разделяй и власт-

вуй». Базовое понимание эффективности как источника легитимности исчерпало себя: рост ВВП не всегда положительно сказывается на благополучии, углубляющая долговая яма сильной страны не есть снижение легитимности ее власти. Пандемия поставила вопрос о балансе здоровья общества и личных свобод (обязательность прививок, ношения масок, ограничения передвижения). Климатический кризис обозначает выбор между ценностями будущих поколений и сегодняшним сверхпотреблением. Мировые вызовы: выбор между суверенитетом и глобализацией, между традиционными ценностями (собственным путем развития) и глобальными. Ответы всегда будут ценностно-политическими.

На рисунке 1 ценности в публично-властных отношениях выступают «несущими конструкциями», разрыв между ценностями власти и общества делает пирамиду власти неустойчивой, нивелируя в том числе механизмы силового контроля. Такое утверждение фиксирует ключевой сдвиг в понимании публично-властных отношений, произошедший в конце XX — начале XXI вв. [11]. Внутренняя политика в эпоху технологий перестала быть сферой исключительно дисциплинарного аппарата или экономического интереса. Определение доминирующих ценностей — это определение будущего облика общества и публичной власти (концепция символического насилия П. Бурдьё [1]) через определение «нормального», «истинного», «справедливого».

Итак, ценности всегда были специфическим объектом анализа в разных науках, в наиболее общем виде обозначающие, во-первых, положительную или отрицательную значимость объекта, явления, действительности, без учета качественных характеристик (предметные ценности); во-вторых, нормативную (оценочную) сторону явлений общественного сознания (субъектные ценности) [16]. Попытки классификации неоднократно предпринимались и их содержание не вызывало у авторов сомнений: Истина, Добро, Красота; иногда Свобода, Справедливость (Аристотель, Фома Аквинский, Г. Риккерт, Н. Гартман [1]). Современные авторы склонны выделять несколько альтернативных или параллельных ценностных иерархий. Интересны взгляды исследователей, отрицающих построение жесткой иерархии ценностей и предлагающих предпочтение одних требований другим в зависимости от ситуации и внешних условий [17]. Типологии ценностей имеют разные основания, и мы не будем на них останавливаться, сосредоточившись на высших ценностях (доминантах) в социальной и политической сфере.

В наиболее общем понимании финальные ценности или ценностные доминанты представляют собой системообразующие, иерархические высшие ценности, которые определяют цели, «оправдывают средства» [8]. В сферы публично-властных отношений они задают актуальные направления деятельности, критерии оценки, уровень лояльности к публичной власти со стороны общества (табл.1).

Таблица 1. Подходы к категории «ценностные доминанты»

Table 1. Approaches to the category of "value dominants"

Направление / теория / школа, объединенные идеями	Суть подхода / определения	Ключевые акценты
Нормативная философия Классический либерализм	Общественный договор, основанный на естественных универсальных ценностях: свобода, справедливость, равенство. Доминанты заданы моральным законом	Абсолютность и универсальность. Ценности как внеисторический идеал, к которому должна стремиться власть
Структурный функционализм	Ценности как интегративный механизм социальной системы. Доминанты — разделяемые представления о желаемом, обеспечивающие стабильность и предсказуемость властных взаимодействий.	Консенсус и стабильность. Ценности функциональны, они снижают социальное напряжение и легитимируют существующий порядок
Неомарксизм Критическая теория	Доминанты — исторические ценности элиты, приставленные как «общезначимые» и естественные через идеологический аппарат	Конфликт и господство. Ценности навязаны, маскируют реальные отношения господства
Конструктивизм Дискурс-анализ	Доминанты — временно закрепленные ценности в политическом дискурсе, которые структурируют политической поле (суверенитет, безопасность)	Процессуальность и борьба. Ценности не отражают реальность, а конструируют ее, они — предмет политической борьбы и отстаивания
Теория модернизации Транзитология	Доминанты динамичны, меняются от материалистических к постматериалистическим ценностям (самовыражение, участие, качество жизни) по мере роста благосостояния	Эволюция и смена парадигм. Доминанты поколенчески и экономически обусловлены

Возвращаясь к рисунку 1, отметим, что ценностные доминанты лежат в основе публично-властных отношений и формируют практики политической деятельности, выступают источником критериев для построения отношений с обществом и внутри самой системы [18]:

- во-первых, ценностные доминанты задают правила — если доминирующей ценностью является «суверенитет и стабильность», то публично-властные отношения будут строиться по вертикали иерархической модели с акцентом на контроль, централизацию и ограничение публичной конкуренции;
- во-вторых, они определяют язык и повестку, ценности «прозрачность и отчетность» стимулируют общественную деятельность в виде слушаний, расследований, доступа к историческому наследию, консерватизм в высказываниях;
- в-третьих, они легитимируют конкретные виды политики, например, ценность «социальной справедливости» оправдывает патернализм, ценность «индивидуальной свободы» и эффективность снижают необходимость государственного вмешательства

тельства; «технократическая эффективность» формирует менеджерскую модель публично-властных отношений: власть как сервис, граждане как клиенты, принятие решений основано на экспертном мнении и экспертных данных.

Как сказано ранее, ценностные доминанты формирует практика, однако данный процесс динамичен, обратная связь — ключевой момент этой динамики [19]. Так, устойчивая легитимность закрепляет ценностные доминанты, делая их основой жизни, а кризис легитимности транслирует ценностный конфликт, запускает пересмотр доминант: общество или его часть оспаривает прежние ценности и предлагает альтернативные. Интегративная схема взаимосвязи / производства / трансформации публично-властных отношений, ценностных доминант и легитимности представлена на рисунке 2.

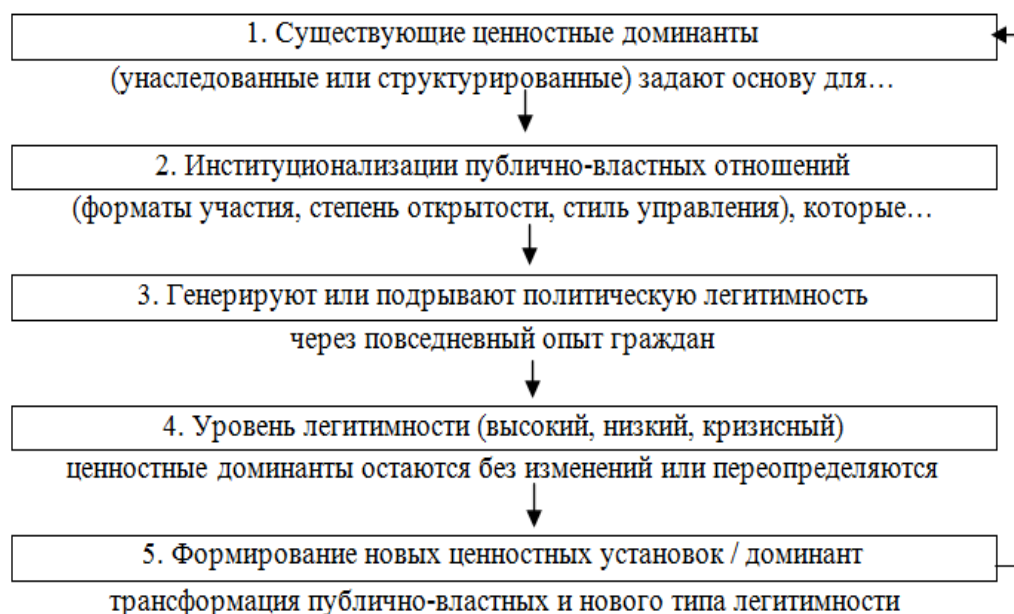


Рис. 2. Схема взаимосвязи легитимности власти, институционализации публично-властных отношений и ценностных доминант

Fig. 2. Scheme of the relationship between the legitimacy of power, the institutionalization of public-power relations, and value dominants

Анализ позволяет структурировать базовые ценностные доминанты по трем основным кластерам, которые находятся во взаимодействии:

- легитимность и доверие — базовая ценность публично-властных отношений: власть стремится к признанию со стороны общества своей законности; источники легитимности могут быть разными: традиции, демократические процедуры;
- суверенитет и порядок (стабильность) — гарантии безопасности, предсказуемости и контроля над территорией;
- справедливость, включающая распределительную справедливость, где государство справедливо распределяет блага, услуги, возможности среди своих граждан, пра-

вовую, подразумевающую равенство перед законом, судом, снижение степени бюрократичности процедур, и социальную, предполагающую выравнивание неравенства среди граждан;

- эффективность и рациональность заключаются в ценности достижения целей с минимальными затратами ресурсов, возможно, на основе экспертных данных, компетентных заключений.

Теория модернизации констатирует факт динамичности, изменчивости ценностей. Ряд авторов утверждает, что бурное развитие технологий, информационной среды середины XX — начала XXI вв. актуализировали такие ценностные доминанты, как [20]:

- прозрачность (транспарентность) и подотчетность власти перед обществом за свои решения и расходы;
- участие и инклюзивность, переход от модели «управление народом» к модели «соуправление с народом»: ценности общественных обсуждений, публичных слушаний, доступность информации к обсуждению, инициативы, краудсорсинг;
- цифровизация и инновации — развитие цифровых платформ для взаимодействия;
- права и свободы личности, включающие индивидуальные права на частную жизнь, свободу, выражение мнения, самореализацию.

Конечно, без конфликта ценностей как базовых, так и актуализированных не избежать. Система публично-властных отношений — это арена борьбы между ценностными доминантами в равное время и при разных обстоятельствах, именно это раскрывает конфликтную, динамичную природу политического [21].

Остановимся на четырех базовых ценностных противоречиях «власть — общество» и одной актуализированной, именно они являются источниками политических кризисов и / или трансформаций:

1. Конфликт между «экспертным знанием» и «общественным мнением». Суть конфликта в том, должны ли решения приниматься быстро, профессионально и централизованно, или же они должны проходить через процедуры общественного согласования, учета и конкуренции мнений? Власть выбирает эффективность: закрытые совещания, экспертные мнения, сжатые сроки. Общество требует участия: слушания, референдумы, право вето.

2. Конфликт между национальными / государственными интересами и глобальными / универсальными ценностями. Суть конфликта: «Имеют ли международное сообщество или наднациональные институты право оценивать действия суверенного государства, если это нарушает общечеловеческие ценности (права, экология, демократия?» [22]. Власть апеллирует к суверенитету как к абсолютной ценности (наши традиции, наш путь, невмешательство во внутренние дела). Часть общества апеллирует к универсальным ценностям (права человека, верховенство международного законодательства).

3. Конфликт между социальной справедливостью и индивидуальным успехом, где сущность выражается в том, должно ли государство гарантировать всем достойный минимум и выравнивать неравенство или должно создавать условия для конкуренции, где каждый добивается успеха.

4. Конфликт между порядком и свободой — пожалуй, извечный выбор и дилемма, классическая проблема политической философии. Что важнее: предсказуемость, безопасность отсутствие потрясений или право на автономию, самовыражение, право на ошибку, критику? Власть склонна к ценностям порядка, управления, ограничению свобод ради безопасности и самосохранения. Часть общества, достаточно активная, видит в этом ограничения, наступление на личные интересы, подавление.

Актуализированные ценности связаны с развитием технологий и цифровизации, и на сегодняшний день в этом заключается новейшее и острейшее противоречие. Цифровые технологии дают беспрецедентные возможности для контроля, сбора данных, прогнозов поведения и манипуляций с информацией. Они же сталкиваются с абсолютной доминантой в перечне ценностей, таких как неприкосновенность частной жизни и автономия личности.

5. Конфликт между цифровизацией (контроль / прогноз / манипуляция) и правами человека (приватность / автономия). Власть видит в цифровизации инструмент эффективности и безопасности: «умный город», распознавание лиц (в том числе преступников), обработка массивов данных, в том числе о гражданах и их действиях. В свою очередь, граждане видят угрозы частной жизни, приватности, риски использования данных в мошеннических схемах, «слив данных», продажу личной информации с целью получения дохода.

С целью выявления ценностей политического характера, актуализированных для разных возрастных групп, в качестве эмпирического исследования среди категорий населения был проведен социологический опрос. Исследование носило пилотажный характер, участвовали жители Тюменской области в возрасте от 18 до 60 лет; категория от 18 до 30 лет самая многочисленная — 45 % (54 человека) опрошенных, так как именно их представления о ценностях и политических доминантах являют собой «окно в будущее». Согласно межпоколенческой теории ценностного сдвига базовые ценности формируются именно с 20 до 25 лет под влиянием внешней среды, а политическая социализация — это результат работы всех институтов, формирующих лояльность гражданина. Исследование ценностей у населения более старшего поколения вызывает аналитический интерес, поскольку они пережили разные политические эпохи и им есть с чем сравнивать, они формируют политический порядок и являются источником понимания ценностей для молодого поколения.

Для сбора эмпирических данных применялся метод анкетирования; объем выборки составил 103 респондента; тип выборки — стратифицированная случайная. Предметом исследования стало представление респондентов о политических ценностях и приоритетах в публично-властных отношениях «власть — общество». Опрос проводился в октябре — ноябре 2025 г. посредством Google Forms. В качестве гипотезы было

выдвинуто предположение, что даже среди населения существуют противоречия в понимании политических ценностей и приоритетов, что сказывается на конфигурации публично-властных отношений. Кроме того, разные возрастные группы имеют разные представления о политических ценностях самого общества и системы властных отношений, а также различаются запросы и требования респондентов к системе власти с учетом возрастных характеристик.

Выборочная совокупность пилотного исследования составила 103 человека, из них 73 — женщины, 30 — мужчины. Распределение по возрастным группам укрупненное: 18–25 лет — 46 чел. (44,6 %), 26–40 лет — 35 чел. (33,9 %), 40–56 лет — 22 чел. (21,3 %). По уровню образования респонденты имеют следующие характеристики: среднее профессиональное образование — 18 чел., неоконченное высшее (обучающиеся на момент опроса) — 31 чел., высшее — 49 чел., кадры высшей квалификации — 5 чел. Среди опрошенных 71 чел. или 68,9 % проживают в Тюмени, 27,1 % в городах Тюменской области, поселках городского типа, на село и деревню приходится 4 чел. или 3,8 %.

Вопросы в анкете были разделены на три блока:

А. Общее отношение к власти и взаимодействию с ней.

Б. Ценностные приоритеты: какими должны быть у власти при взаимодействии с ней населения.

В. Восприятие населением текущих взаимоотношений: что преобладает сейчас?

В каждом блоке предлагалось несколько вопросов. Результаты и мнения респондентов по блоку А. Первый и самый важный вопрос о доверии (А1): «В какой мере Вы лично доверяете следующим институтам власти?» предлагалось отметить по каждой строке (табл. 2).

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос о доверии к институтам власти в регионе (чел., доля в процентах)

Table 2. Distribution of responses to the question on trust in regional government institutions (persons, percentage)

Институт власти / Степень доверия	Полностью доверяю	Скорее доверяю	Скорее не доверяю	Не доверяю	Затрудняюсь ответить
Губернатор Тюменской области	36 (34,9%)*	39 (37,8)	14 (13,5%)	8 (7,7%)	6 (5,8%)
Правительство Тюменской области	19 (18,4%)	52 (50,4%)	23 (22,3%)	5 (4,8%)	4 (3,8%)
Законодательное собрание области	21 (20,3%)	49 (47,5%)	20 (19,4%)	8 (7,7%)	5 (4,8%)
Администрация города Тюмени	31 (30,1%)	46 (44,6%)	13 (12,6%)	8 (7,7%)	5 (4,8%)
Суды и правоохрани- тельные органы	32 (31,1%)	48 (46,6%)	7 (6,7%)	12 (11,6%)	4 (3,8%)

* Проценты (%) рассчитаны по строке.

В большей степени респонденты доверяют законодательным органам Тюменской области, Администрации города Тюмени и правоохранительным органам. Полностью доверяют губернатору 36 чел., или 34,9 %, скорее доверяют — 37,8 %, итого 72,2%.

Далее было интересно узнать, как часто взаимодействуют респонденты с органами власти, им был приложен вопрос (A2): «Как часто Вы лично сталкиваетесь или взаимодействуете с региональными или местными органами власти (включая получение услуг, обращение, участие в мероприятиях)?» (рис. 3).

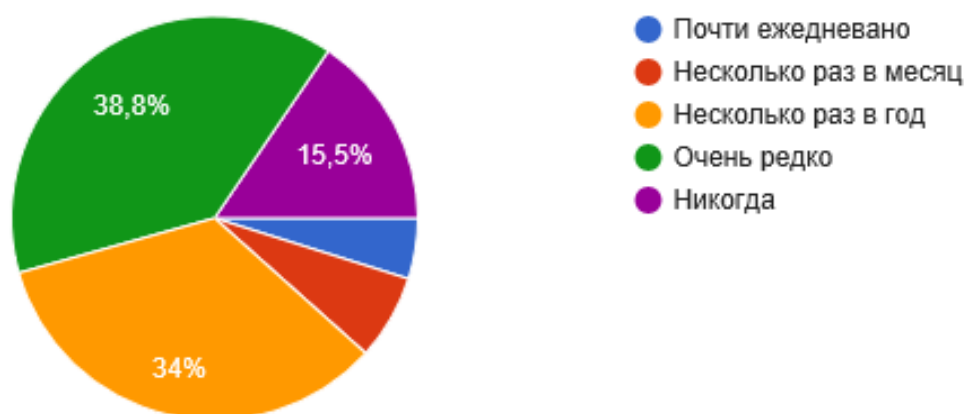


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «Как часто Вы лично сталкиваетесь или взаимодействуете с региональными или местными органами власти»

Fig. 3. Distribution of responses to the question: "How often do you personally encounter or interact with regional or local authorities?"

Взаимодействие по большей части редкое: 34 % взаимодействуют несколько раз в год, несколько раз в месяц 7,9 %, почти ежедневно 4,9 %. Только 15,5 % никогда не сталкивались и не взаимодействовали с властью.

Для тех, кто взаимодействовал с властью, предлагалось оценить результаты взаимодействия (A3): 23 человека (22,3 %) ответили, что «Проблема была решена быстро и эффективно»; 33 (32 %) опрошенных ответили, что «Проблема была решена, но с задержками и сложностями», 13 респондентов (12,6 %) «Столкнулись с безразличием и формализмом».

В первом вопросе блока Б (Б1): «Как Вы считаете, какая главная задача у региональных и местных властей по отношению к гражданам?» респондентам можно было выбрать 2 ответа из 7 вариантов: гарантировать стабильность и порядок; обеспечивать экономический рост и развитие региона; гарантировать социальную справедливость и защиту уязвимых групп; обеспечить прозрачность и подотчетность своих действий гражданами; защищать традиционные ценности и культуру региона; создавать условия для самореализации и личной свободы граждан; быть современной и технологичной, использовать инновации в управлении (рис. 4).

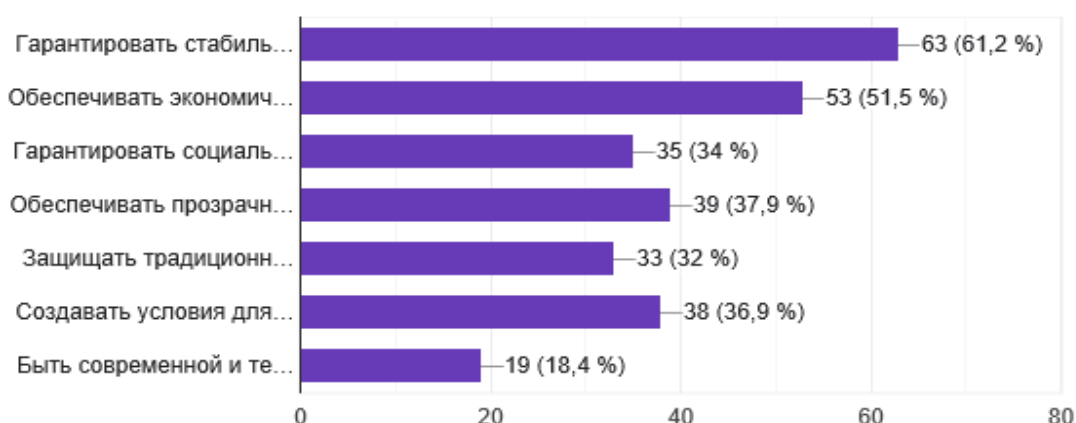


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, какая главная задача региональных и местных властей по отношению к гражданам?»

Fig. 4. Distribution of responses to the question: “In your opinion, what is the main responsibility of regional and local authorities toward citizens?”

Среди опрошенных 61,2 % желает, чтобы власть гарантировала стабильность и порядок, за технологичность выступило 18,4 %. Интересно, что за создание условий для самореализации и личной свободы выступили 38 опрошенных — и это молодежь от 18 до 25 лет.

В следующем вопросе (B2) предлагалось «Оцените, насколько важны для Вас следующие качества во взаимоотношениях “власть — граждане” по 5-балльной системе, где 1 — совершенно не важно, 5 — чрезвычайно важно».

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: «Оцените, насколько важны для Вас следующие качества во взаимоотношениях «власть — граждане»

Table 3. Distribution of responses to the question: “Please assess how important the following qualities are for you in “government–citizen relations”

Качество	Балльная оценка (от 1 до 5)				
	1 — совершенно не важно, 5 — чрезвычайно важно				
	1	2	3	4	5
Честность и отсутствие коррупции	10 (9,7 %)*	10 (9,7 %)	16 (15,5 %)	11 (10,6 %)	56 (54,3 %)
Открытость к диалогу и учет мнения граждан	6 (5,8)	5 (4,8)	25 (24,2)	15 (14,5)	52 (50,4)
Справедливость и равный доступ к услугам	6 (5,8 %)	12 (11,6 %)	18 (17,4 %)	11 (10,6 %)	56 (54,3 %)
Компетентность и эффективность в решениях	5 (4,8 %)	10 (9,7 %)	15 (14,5 %)	19 (18,4 %)	54 (52,4 %)
Уважение к историческим и культурным традициям	7 (6,7 %)	10 (9,7 %)	26 (25,2 %)	17 (16,5 %)	43 (41,7 %)
Инновационность, использование цифровых технологий	7 (6,7 %)	12 (11,6 %)	23 (22,3 %)	19 (18,4 %)	42 (40,7 %)
Предсказуемость и соблюдение собственных правил	10 (9,7 %)	7 (6,7 %)	21 (20,4 %)	14 (13,5 %)	51 (49,5 %)

* 100 % по строке

Оказались чрезвычайно важными все предлагаемые качества во взаимоотношениях власти и граждан, в наименьшей степени — инновационность и использование цифровых технологий, в наибольшей — честность и отсутствие коррупции, а также справедливый и равный доступ к услугам.

Выбранные качества подтверждаются мнениями респондентов на следующий вопрос-утверждение (Б3): «С каким из двух утверждений Вы в большей степени согласны?»:

- Вариант А: Главное, чтобы власть обеспечивала порядок и стабильность, даже если иногда это требует ограничений публичных дискуссий и/или контроля за информацией и коммуникациями. Так ответили 53 чел. (51,4 %).

- Вариант Б: Главное, чтобы власть обеспечивала плюрализм мнений, свободу критики, даже если это иногда ведет к бóльшей публичной конфликтности и нестабильности — 48,5 %. Можно говорить о том, что мнения разделились. Среди отметивших вариант Б насчитывается 43 чел. от 18 до 25 лет.

Вопрос блока В: «По Вашим ощущениям, какие ценности и принципы в наибольшей степени определяют сегодня действия власти?» (В1). На выбор респондентам предлагалось не более 3 ответов из 7.

В итоге ощущения опрошенных следующие:

- 62,1 % — ценностью для власти являются «Стабильность и сохранение существующего порядка»;
- 54,3 % — ценностью для власти является «Демонстрация лояльности к федеральному центру»;
- для 42 чел. — «Диалог с разными группами общества»;
- в наименьшей степени, по мнению 33 % опрошенных, действия властей определяются «Решением конкретных хозяйственно-экономических задач».

Последний вопрос о балансе ценностей (В2) звучал так: «Как бы Вы оценили баланс между следующими ценностями в работе региональной власти?». Ответ на шкале ближе к тому полюсу, который, на взгляд респондента, проявляется сильнее.

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы оценили баланс между следующими ценностями в работе региональной власти?»

Table 4. Distribution of responses to the question: "How would you assess the balance between the following values in the work of the regional government?"

Скорее вариант А		Скорее вариант Б	
А. Закрытость, секретность	50 (48,5 %)	53 (51,4%)	Б. Прозрачность, открытость
А. Реактивность (реакция на проблемы)	25 (24,2 %)	78 (75,8%)	Б. Стратегическое планирование
А. Централизация, управление «сверху»	60 (55,3 %)	43 (57%)	Б. Учет региональной / местной специфики
А. Формальное соблюдение процедур	49 (47,5 %)	51 (49,5%)	Б. Реальное решение проблем

И опять же, выводы подтверждают предыдущие результаты. Мнения о балансе ценностей власти разделились: 48,5 % говорят о закрытости власти, однако 51,4 % характеризуют ее как прозрачную и открытую; большим плюсом власти является наличие стратегического планирования, однако респонденты отмечают управление «сверху» и отсутствие учета региональной и местной специфики; для 49,5 % респондентов ценностью власти является решение проблем, остальные отмечают как ценность власти лишь соблюдение формальных процедур.

Выводы

Интерес к теме был обусловлен трансформацией публичного пространства в условиях современных политических изменений: расширение информационной доступности, рост политической активности, усиление запроса на гражданское участие, прозрачность через цифровизацию. В связи с этим анализ ценностных оснований приобретает ключевое значение в понимании вектора эволюции публично-властных отношений. Система публично-властных отношений выстраивается на основе иерархии конкурирующих ценностных доминант. Такая конфигурация определяет политический режим, характер взаимодействия власти и общества, изменение запросов со стороны населения. Приоритет ценностных доминант власти над ценностями общества может обострять внутренние противоречия и вести к политическим конфликтам.

Важна своевременная актуализация социальных и политических ценностей, отвечающих современным запросам. Для выявления мнения населения Тюменской области об актуальных социальных ценностях жителей и представлениях о политических ценностях властей на региональном и местном уровне было проведено пилотное исследование, которое показало, что даже среди опрошенных нет единого мнения по поводу того, какие политические ценности должны быть приоритетными в публично-властных отношениях и стать в итоге политическими доминантами. Чрезвычайно важными для населения остаются честность и отсутствие коррупции, справедливое распределение ресурсов, компетентность и эффективность решений. Эмпирические данные свидетельствуют о поляризации общественного мнения: мнения респондентов о сбалансированности ценностных ориентаций в деятельности органов власти разделились пополам, что демонстрирует отсутствие доминирующей позиции в региональном дискурсе.

Важно отметить, что в условиях цифровой прозрачности повышается доступность к реальным мотивам и ценностям системы власти; все, что было невидимо за бюрократическими процедурами и закрытостью принятия решений, делается доступным для общества. Кроме того, альтернативные источники информации становятся инструментами верификации. Монополия власти на интерпретацию информации была ключевым условием поддержания легитимности, цифровая эпоха разрушает эту монополию, предлагая реальную иерархию ценностных доминант публично-властных отношений.

Именно технологичность управления, с одной стороны, делает процессы рациональными, прямыми, адресными и быстрыми, с другой — может обнажать глубинные разрывы между декларативными ценностями власти и реальной мотиваций публичной деятельности.

Вклад авторов

Скифская А. Л.: проведение эмпирического исследования; написание статьи.

Шишаков П. П.: теоретический анализ данных.

Калинина А. В.: формулирование идеи, цели и задач исследования; разработка методологии.

Шестаков С. А.: научное редактирование статьи.

Authors' contributions

Anna L. Skifskaya: empirical study, writing.

Pavel P. Shishakov: theoretical data analysis.

Anna V. Kalinina: formulation of idea, aim and objectives of the study; methodology.

Sergey A. Shestakov: scientific editing.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. История политических учений: учебник для вузов / под редакцией А. К. Голикова, Б. А. Исаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — Текст : непосредственный.
2. Гоббс, Т. Левиафан / Т. Гоббс. — Москва : Мысль, 2001. — 478 с. — Текст : непосредственный.
3. Норт, Д. Вклад неоинституционализма в понимание проблем переходной экономики. / Д. Норт. — Текст : электронный. — URL: https://royallib.com/book/nort_duglas/vklad_neoinstitutsionalizma_v_ponimanie_problem_perehodnoy_ekonomiki.html (дата обращения: 21.02.2026).
4. Фуко, М. Интеллектуалы и власть (Избранные политические статьи, выступления и интервью) / М. Фуко. — Текст : электронный. — URL: https://royallib.com/book/fuko_mishel/intellektuali_i_vlast_izbrannie_politicheskie_statii_vystupleniya_i_intervyu.html (дата обращения: 25.02.2026).
5. Андреева, Г. М. Социальное познание и социальные проблемы / Г. М. Андреева. — Текст : непосредственный // Национальный психологический журнал. — 2013. — № 1 (9). — С. 39–49.
6. Ядов, В. А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности : диспозиционная концепция / В. А. Ядов. — 2-е расширенное изд. — Москва : ЦСПиМ, 2013. — 376 с. — Текст : непосредственный.
7. Амбарова, П. А. Социальное время в контексте современного социологического знания / П. А. Амбарова. — Текст : непосредственный // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. — 2015. — № 2 (35). — С. 13–24.
8. Дилигенский, Г. Г. Социально-политическая психология : учебное пособие / Г. Г. Дилигенский // Ин-т «Открытое о-во». — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Новая школа, 1996. — 351 с. — Текст : непосредственный.

9. Горшков, М. К. Российское общество как оно есть (опыт социологической диагностики) / М. К. Горшков. Москва: Новый хронограф, 2011. – 672 с. – Текст : непосредственный.
10. Щербинин, А. И. Политическое конструирование образа будущего. / А. И. Щербинин, Н. Г. Щербинина. – <https://doi.org/10.17223/1998863X/56/25>. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2020. – № 56. – С. 285–299.
11. Щербинина Н. Г. Определение медиареальности и коммуникации в контексте теории политического конструирования реальности / Н. Г. Щербинина. – <https://doi.org/10.17223/1998863X/50/19>. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 50. – С. 219–232.
12. Скифская, А. Л. Социальная среда организации. / А. Л. Скифская, А. С. Гюрджинян. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-4-102-120>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2025. – Т.18, № 4. – С. 102–105.
13. Невмержицкий, А. Ю. Изучение политических ценностей в цифровом пространстве: обзор российских и зарубежных исследований. / А. Ю. Невмержицкий, С. Ю. Белоконев. – Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия: Государственное и муниципальное управление. – 2023. – Том 10. – № 4. – С. 543–551.
14. Ахременко, А. С. Политический анализ и прогнозирование в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / А. С. Ахременко. – Москва : Издательство Юрайт, 2026. – 180 с. – Текст : непосредственный.
15. Шестов, Н. И. Риски формирования и возможности мониторинга приверженности российских молодых граждан традиционным ценностям российского общества / Н. И. Шестов. – <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-4-448-452>. – Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. – 2022. – Т. 22, № 4. – С. 448–452.
16. Ковалев, А. Н. Иерархия ценностей. / А. Н. Ковалев. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2011. – Т.7, № 11-3. – С. 125–128.
17. Розов, Н. С. Ценности в проблемном мире: философские основания и социальные приложения конструктивной аксиологии / Н. С. Розов. – Новосибирск : Изд-во Новосибирского ун-та, 1998. – 292 с. – Текст : непосредственный.
18. Сидоренко, И. Н. Альтернативные модели модернизации. / И. Н. Сидоренко. – Текст : непосредственный // Труды Белорусского государственного технологического университета. Серия 5. Политология, философия, история, филология. – 2009. – № 5. – С 28–30.
19. Невولين, Б. С. Особенности трансформации общекультурных и политических ценностей в России / Б. С. Невولين, В. Ф. Ницевич. – Текст : непосредственный. – <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2023-11-4-138-148> // Политический дискурс. – 2023. – Т. 11, № 4. – С. 138–148.
20. Демидов, А. И. Ценностная детерминация власти / А. И. Демидов. – Текст : непосредственный. // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2015. – № 6. – С. 208–215.
21. Храмцов, Ф. И. Детерминанты политической аргументации в обеспечении духовной безопасности общества / Ф. И. Храмцова, Т. В. Жмакина. – <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2023-3-1-164-169>. – Текст : непосредственный // Политология. – 2023. – № 3-1(78). – С. 164–169.
22. Туманов, А. Д. Доминанты современной политической культуры и трансформация политического управления. / А. Д. Туманов. – <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-128-138>. – Текст : непосредственный // Управленческое консультирование. – 2021. – № 8. – С. 128–138.

References

1. Golikov, A. K., & Isaev, B. A. (2026). The history of political doctrines. Moscow. Yurait Publishing House Publ., 383 p. (In Russ.).
2. Hobbes, T. (2001) Leviathan. Moscow, Mysl Publ., 736 p. (In Russ.).
3. North, D. (2022). The contribution of neo-institutionalism to understanding the problems of the transition economy. Available at: https://royallib.com/book/nort_duglas/vklad_neoinstitutsionalizma_v_ponimanie_problem_perehodnoy_ekonomiki.html (accessed: 02.21.2026). (In Russ.).
4. Foucault, M. (2026). Intellectuals and Power (Selected political articles, speeches and interviews)/ Available at: https://royallib.com/book/fuko_mishel/intellektuali_i_vlast_izbrannie_politicheskie_statii_vistupleniya_i_intervyu.html (accessed: 02/25/2026). (In Russ.).
5. Andreeva, G. M. (2013). Social cognition and social issues. National Psychological Journal, 1(9), pp. 39-49. (In Russ.).
6. Yadov, V. A. (2013). Self-Regulation and Prediction of Individual Social Behavior: A Dispositional Concept. Moscow: TsSPI Publ., 376 p. (In Russ.).
7. Ambarova, P. A. (2015). Social time in the context of the modern sociological knowledge. Surgut State Pedagogical University Bulletin, 2 (35), pp. 13-24. (Russ.).
8. Diligensky, G. G. (1996). Social and Political Psychology. Moscow, Novaya Shkola Publ., 351 p. (In Russ.).
9. Gorshkov, M. K. (2011). Russian society as it is (experience of sociological diagnostics). Moscow, New chronograph Publ., 672 p. (In Russ.).
10. Shcherbinin, A. I. & Shcherbinina, N. G. (2020). Political construction of the image of the future. Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science, (56), pp. 285–299. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/1998863X/56/25>
11. Shcherbinina, N. G. (2019). The Definition of media reality and communication in the context of the theory of political construction of reality. Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science, (50), pp. 219-232. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/1998863X/50/19>
12. Skifskaya, A. L., Gyurdzhinyan, A. S. (2025). The organization's social environment. Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, 18(4), pp. 102-120. (In Russ.) <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2025-4-102-120>
13. Nevmerzhiisky, A. Y. (2023). The study of political values in the digital space: a review of Russian and foreign studies. Bulletin of the RUDN University. Series: State and Municipal Administration, 10(4), pp. 543-551. (In Russ.).
14. Akhremenko, A. S. (2026). Political analysis and forecasting in 2 parts. Part 1 : textbook and workshop for universities. Moscow : Yurait Publishing House Publ., 180 p. (In Russ.).
15. Shestov, N. I. (2023). Risks of formation and opportunities for monitoring the commitment of Russian young citizens to the traditional values of Russian society. Izvestiya of Saratov University. Sociology. Politology, 22(4), pp. 448-452. (In Russ.). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2022-22-4-448-452>
16. Kovalev, A. N. (2011). Hierarchy of Values. Bulletin of the Voronezh State Technical University, 7(11-3), pp. 125-128. (In Russ.).
17. Rozov, N. S. (1998). Values in a problematic world: philosophical foundations and social applications of Constructive axiology Novosibirsk: Publishing House of Novosibirsk University Publ., 292 p. (In Russ.).
18. Sidorenko, I. N. (2009). Alternative models of modernization. Proceedings of the Belarussian State Technological University. Series 5. Political Science, Philosophy, History, and Philology, (4), pp. 28-30. (In Russ.).
19. Nevolin, B. S., & Nitsevich, V. F. (2023). Peculiarities of general cultural and political values transformation in Russia. Upravlenie / Management (Russia), 11 (4), pp. 138-148. (In Russ.). <https://doi.org/10.26425/2309-3633-2023-11-4-138-148>

20. Demidov, A. I. (2015). The valueable determination of the power. Bulletin of the Saratov State Law Academy, (6), pp. 208-215. (In Russ.).
21. Khramtsov, F. I. & Zhmakina, T. V. (2023). Determinants of political argumentation in ensuring the spiritual security of society. Political Science, 3-1(78), pp. 164-169. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2023-3-1-164-169>
22. Tumanov, A. D. (2021). The Dominants of Contemporary Political Culture and the Transformation of Political Governance. Administrative Consulting, (8), pp.128-138. (In Russ.). <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-128-138>

Информация об авторах / Information about the authors

Скифская Анна Леонидовна, кандидат социологических наук, доцент; доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2461-9030>

Шишаков Павел Павлович, аспирант, Тюменский индустриальный университет, Тюмень,

Калинина Анна Викторовна, кандидат исторических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, kalininaav@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6086-8387>

Шестаков Сергей Александрович, доктор политических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, shestakovprof@gmail.com

Anna L. Skifskaya, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, skifskajaal@tyuiu.ru

Pavel P. Shishakov, Graduate Student, Industrial University of Tyumen, nice.shishakov@mail.ru

Anna V. Kalinina, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, kalininaav@tyuiu.ru

Sergey A. Shestakov, Doctor of Political Sciences, Assistant Professor, Professor of the Department of Marketing and Municipal Government, Industrial University of Tyumen, e_deliu@vniigaz.gazprom.ru

Поступила в редакцию / Received 02.03.2026

Поступила после рецензирования / Revised 01.04.2026

Принята к публикации / Accepted 24.04.2026

Научная статья / Original research article

УДК 32

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-103-117>

EDN: NODGPO



Правые популисты и технократы в Европе и США: вопрос о мире и пути международной турбулентности

Р. Р. Тищенко

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Российская Федерация

1032211882@rudn.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу феномена правого популизма в Европе и Соединенных Штатах Америки, рассматриваемому через призму кризиса неолиберальной модели глобализации и трансформации современной системы международных отношений. Хронологические рамки работы охватывают период с 2014 по 29 ноября 2025 г. Исследование основано на конструктивистском подходе, предполагающем интерпретацию политических процессов как результат взаимодействия идей, дискурсов и акторов, формирующих новые политические идентичности и модели легитимации власти. Выявлено, что усиление правопопулистских движений представляет собой реакцию на истощение потенциала либерально-технократического консенсуса, сопровождаемого ростом социального неравенства, деградацией культурного плюрализма и эрозией либеральных институтов перцепции и обратной связи от правительств к сообществам. Особое внимание сфокусировано на взаимосвязи между внутренними факторами, такими как фрустрация среднего класса, усиление миграционных и ценностных конфликтов, ксенофобия, кризис безопасности, и внешними — сдвигами мировой иерархии политических сил, регионализацией, усилением геополитического соперничества. В центре анализа находится период после 2022 г., когда международная турбулентность значительно усилилась после начала специальной военной операции России по защите населения Донбасса; демилитаризации, денацификации и дипломатической нейтрализации Украины. Большое внимание уделено последствиям возвращения Д. Трампа на пост президента США, что спровоцировало перераспределение влияния между технократическими и правопопулистскими элитами, ускорив процесс легитимации популистов в политическом пространстве Европы и США. В статье обосновывается, что даже потенциальный приход правых популистов к устойчивой власти в США и Европе не может стать гарантом серьезного мирового переустройства. Сделан вывод, что дальнейшая эволюция правого популизма определит направления структурной перестройки мировой политической системы, задавая вектор политической турбулентности XXI в. и переосмысления границ демократического устройства.

Ключевые слова: правый популизм, Европа, Соединенные Штаты Америки, евроскептицизм, неолиберализм, политическая трансформация

Для цитирования: Тищенко, Р. Р. Правые популисты и технократы в Европе и США: вопрос о мире и пути международной турбулентности / Р. Р. Тищенко. — <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-103-117> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 103–117. — EDN: NODGPO

Right-wing populists and technocrats in Europe and the USA: the question of peace, political strategies and ways of international turbulence

Rostislav R. Tishchenko

Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation

1032211882@rudn.ru

© Р. Р. Тищенко, 2026

Abstract. This article analyzes the phenomenon of right-wing populism in Europe and the United States through the prism of the crisis of the neoliberal model of globalization and the transformation of the contemporary international system. The work covers the period from 2014 to November 29, 2025. This study draws from a constructivist approach, interpreting political processes as the result of interactions among ideas, discourses, and political actors that shape new political identities and models of political legitimacy. The article reveals that the rise of right-wing populist movements reflects a broader reaction to the declining effectiveness of the liberal-technocratic consensus. This consensus is accompanied with growing social inequality, weakening cultural pluralism, and the erosion of liberal institutions of liberal institutions of perception and communication between governments and communities. The study pays special attention to the relationship between domestic factors, such as middle-class frustration, migration and value conflicts, xenophobia, and security crises, and external factors, such as shifts in the global balance of political power, regionalization, and intensifying geopolitical rivalry. The analysis focuses on the period after 2022, when international turbulence increased significantly following the start of Russia's special military operation aimed at protecting the population of Donbas, as well as the demilitarization, denazification, and diplomatic neutralization of Ukraine. The article pays great attention to the consequences of Donald Trump's return to the presidency of the United States. This provoked diffusion of power between technocratic and right-wing populist elites and accelerated the political legitimization of populist movements in both Europe and the United States. The article substantiates that even if right-wing populists consolidate power in the United States and Europe, it cannot guarantee a fundamental transformation of the world order. The work concludes that the future evolution of right-wing populism will shape structural changes in the global political system and define the trajectory of political turbulence and debates over the boundaries of democracy in the twenty-first century.

Keywords: right-wing populism, Europe, United States of America, Euroscepticism, neoliberalism, political transformation

For citation: Tishchenko, R. R. (2026). Right-wing populists and technocrats in Europe and the USA: the question of peace, political strategies and ways of international turbulence. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 103-117. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-103-117>

Введение

Традиционные европейские элиты вступили в фазу прямого противостояния с Россией, желая защитить свои геополитические интересы, а также сделав ставку на объединительный электоральный эффект «сплочения вокруг» в условиях войны, как это было, например, с президентом Дж. Бушем-младшим¹. Однако затяжным, бездумным противостоянием с Россией, а сейчас и начавшейся конфронтацией с Д. Трампом они постепенно отталкивают от себя значительную часть электората, которая желает мира между Великобританией, державами Европейского союза (ЕС) и Россией, в то время как большое число правых популистов адаптировали свой дискурс в сторону декларации желания наладить диалог с нашей страной и закончить втягивание Европы в конфликт.

¹Рейтинг Буша незадолго до военного вторжения США в Ирак составлял 56 пунктов, в то время как после объявления начала военной операции рейтинг одобрения его деятельности достиг отметки в более чем 90 % — самой высокой за все время измерения президентских рейтингов (около шестидесяти лет).

Рост политического влияния правопопулистских сил, вытесняющих традиционную институциональную контрэлиту в развитых странах неолиберального лагеря, рискует пошатнуть современную систему международных отношений. Различные опросы показывают стремительный рост популярности правопопулистских партий даже в тех странах, где они традиционно занимали маргинальную политическую нишу. Например, в Португалии правопопулистская партия *Chega*, по последним опросам, начала претендовать на звание самой популярной партии парламента. Разрыв между ней и ведущей социал-демократической партией составил лишь 1%². Современный правый популизм, как правило, идет рука об руку с отказом от глобализации (отказ от глобализации не присущ только США как доминирующей в этом процессе державе) в сторону регионализации и отрицанием устоявшихся «прогрессивных» западных ценностей: нативизма, национализма, локализма. Отказ от «западных» ценностей в свою очередь увеличивает толерантность к нелиберальным и суверенным демократическим режимам по типу Венгрии и Турции, что способствует отходу от линейных западных подходов к международной политике. Политическая институционализация правопопулистских сил в развитых государствах неолиберального блока может привести к структурной ревизии глобализационного курса. Это событие может выразиться в усилении суверенистских установок, развитии политики реиндустриализации и трансформации торгово-финансовых потоков. В частности, вероятно частичное возвращение промышленных производств из стран Азиатского региона в Европу и Северную Америку, а также изменение конфигурации традиционных геополитических конфликтов как в сторону их обострения, так и деэскалации.

Рост электоральной поддержки правых популистов отражает кризис либерального консенсуса и углубление социально-экономических и культурных противоречий, вызванных глобализацией, миграционными потоками и технологическими изменениями [1]. Нарастающий интерес к этому феномену со стороны исследователей объясняется его непосредственным влиянием на демократические институты, систему международных отношений и саму идентичность западных сообществ как таковых.

Материалы и методы

Понятие популизма имеет долгую содержательную эволюцию. Свои истоки оно берет еще в исторической науке, когда американские академики начали исследовать феномен популистской партии в США. Примером подобных исследований служат классические труды Дж. Д. Хикса «Восстание популистов» 1931 г. и Р. Хофштадтера «Эпоха реформ» 1955 г.

Работа Хикса стала первой фундаментальной исторической монографией, которая сформировала общие представления о сущности и признаках популизма как отдельной политической стратегии. Рассматривая популизм в социально-экономической,

²Portugal. Europe elects. URL: <https://europeelects.eu/portugal/#parties> (accessed: 15.09.2025).

прагматической сущности, Хикс представил его как своеобразный ответ на кризис индустриального капитализма, где фрустрация масс консолидировала наиболее уязвимые аграрные слои США и вынудила их дать бой традиционным коррумпированным элитам. Коррупцию и неравенство между трудом и капиталом Хикс нарек главным возмутителем масс. Сами популисты при этом выступили за достаточно радикальное решение проблем коррупции, неравенства и плутократии путем установления народного контроля над правительством [2].

Хофштадтер переосмыслил и дополнил характеристику Хикса, интерпретировав популистский феномен скорее в психологическом и культурном измерении. Он решил пересмотреть подход Хикса и отринул оптику исследования популистов как «борцов за справедливость». Хофштадтер трактовал популизм как антимодернистскую реакцию части американского аграрного сектора США на индустриализацию, урбанизацию, рост корпоративного капитализма и «вторжение иммигрантов» [3]. Ему одному из первых удалось рассмотреть феномены ностальгии по «золотому веку», апелляцию к тревоге, страху в дискурсивном пространстве популистов, а также склонность популизма к ксенофобии.

В первые годы начала холодной войны популизм как понятие и предмет исследования из области исторического знания начал постепенно перетекать в социологическую науку. Так, еще за год до Р. Хофштадтера социолог Э. Шилз опубликовал статью «Популизм и верховенство права», где анализировал уже маккартизм как новый популистский феномен [4]. Одновременно исследования популизма начали шириться в Латинской Америке, где плебисцитарные авторитарные режимы имели схожие черты с признаками, указываемыми Р. Хофштадтером и Э. Шилзом. В конечном счете популизм как понятие и феномен начал приобретать определенную концептуальную рамку, его теоретическая разработка перетекла из социологии в область политических наук и анализ международных отношений. В конце XX в. исследования популизма начали появляться в исследовательском пространстве Европы.

Уже в 1990-е гг. Х.-Г. Бетц и П. Таггарт дали начало исследованию нового популизма в Европе, когда популизм начали рассматривать как антисистемную риторику, заключающуюся в том, что новые популистские партии стали противопоставлять себя политической системе и ее акторам, не исключая себя из нее [5, 6]. К началу 2000-х европейские аналитики проявили интерес к феномену правого популизма. Появилось множество работ об общих, специфических и географических особенностях проявления нового популизма с правой аксиологической платформой. Из наиболее известных стоит упомянуть попытки концептуализации правого популизма М. Фридена, Э. Лакло и К. Мюдде [7–9].

В российском научном поле популизм как концептуальная область исследования стал заметен в 2010-х гг. [10–12]. За 15 лет в отечественной науке началась активная рецепция западных достижений в области теоретического осмысления правого популизма в мире, перенятие инструментов анализа и прикладной аналитики по конкретным слу-

чаям его проявления. Особенно прогресс в области исследований популизма проявился в последние 5 лет. Отдельное место занимают работы, касающиеся роли США в воспроизводстве процессов, поддерживающих развитие правого популизма в мире [13–15].

Данная работы оперирует упрощенной дихотомией раздела разнообразного элитистского пространства Европы на две противопоставляемые друг другу группы: правых и популистов и технократов. Это сделано для удобства и большей лапидарности различных тем, затронутых автором здесь, чтобы не расписывать более детально все разнообразие рядов традиционного неолиберального истеблишмента.

Под правыми популистами понимаются политики, подходящие под критерии так называемого «правопопулистского минимума»³ [16].

В то же время под технократами понимаются преимущественно традиционные европейские элиты и политики, чья легитимизация основана преимущественно на способности управлять высокодифференцированными административно-экономическими системами посредством процедурно-рациональных практик обладания, а также институционализированном доступе к производству и интерпретации специализированного профессионального знания.

Целями данной статьи стали: анализ причин и перспектив современной вспышки правого популизма в Европе и США; прогнозирование последствий гипотетического скачка влияния правого популизма на формирование конфигурации современного мирового порядка; выявление связи роста правого популизма в США и Европе. Хронологическая рамка работы — с 2014 г. по 29 ноября 2025 г.

В ходе исследования был применен комплекс научно-аналитических методов, соотнесенных с задачами и сюжетной логикой работы. Контент-анализ использовался для изучения публичных выступлений, программных документов и медийных заявлений правопопулистских и технократических акторов в Европе и США, что позволило выявить ключевые дискурсивные сдвиги в интерпретации вопросов войны и мира, суверенитета и глобализации. Компаративный анализ обеспечил сопоставление политических стратегий и моделей легитимации данных акторов в различных национальных контекстах, выявив общие структурные закономерности и специфические траектории их адаптации к институциональным ограничениям. Акторный анализ был задействован для реконструкции конфигурации ключевых политических сил и перераспределения влияния между элитами и контрэлитами в условиях международной турбулентности.

³Правопопулистский минимум — это совокупность корневых аксиологических и праксиологических компонентов фрагментарной идеологии правого популизма, составляющих его фундамент. По авторской интерпретации аксиологическое ядро современных правопопулистских движений составляет: нативизм, ксенофобия, социальный консерватизм, национализм, республиканизм, культурный протекционизм, продюсеризм, суверенизм, стремление к общественной квазигомогенности; праксиологическое ядро современных правопопулистских движений составляет: дискурсивный антиэлитизм, конспирологизм, конструирование «политики страха» против «чужих», прямая апелляция к массам, политика сегментации масс, политика изоляции и демаркации против «чужих», националистическая стереотипизация, «просчитанная неоднозначность», борьба за конструирование титульной идентичности, борьба за снижение экономического неравенства.

Методологической рамкой исследования выступил конструктивистский подход теории международных отношений, исходящий из понимания политики как пространства производства смыслов, идентичностей и intersубъективных представлений. Его использование обусловлено тем, что динамика правого популизма определяется не только институциональными или материальными факторами, но прежде всего трансформацией дискурсов суверенитета, безопасности и ответственности, что позволяет зафиксировать, каким образом правопопулистские акторы переопределяют нормативные основания мирового порядка и формируют новые нарративы, влияющие на углубление кризиса неолиберализма.

Результаты и обсуждение

Начиная с 2014 г. правопопулистские партии в государствах Европейского союза демонстрируют устойчивый рост популярности и расширение парламентского представительства. Этот процесс во многом связан с кризисом развития интеграционного проекта ЕС и неудачами его институциональной коррекции. Проиграв в борьбе технократических элит с тенденциями евроскепсиса, традиционные политические элиты начали имплементировать часть дискурса правых популистов в собственные официальные политические нарративы, риторику и программные установки, что запустило процесс полноценной легитимизации дискурса правых популистов в странах неолиберальной демократии. В то же самое время правые популисты преимущественно начали снижать накал непереносимости и эксцентричности в своих программах для охвата большего сегмента избирателей. Таким образом, был запущен процесс по легитимизации правого популизма в политическом ландшафте Европы, окончательно завершённый после 2022 г.

Начало СВО сплотило неолиберальные европейские элиты, которые увидели возможность консолидации и стабилизации настроения широких масс населения Европы при помощи оформления образа внешнего вызова, ассоциируемого с Россией. «Эффект сплочения» теоретически должен был обеспечить традиционному истеблишменту политическую поддержку и одобрение населения, сместить внимание общества с проблем миграции и евроскептицизма на образ «российской угрозы», пропаганда милитаризма могла бы дать необходимые инструменты и административный ресурс для более активных политико-правовых рестрикций. Предполагаемая победа в конфликте рассматривалась как средство усиления регионального геополитического влияния и мобилизации поддержки институтов власти.

Технократические элиты недооценили мощь российской армии и экономики, а также не учли возможный объём поддержки России странами «незападного» мира. Вопреки ожиданиям неолиберальных элит, Российская Федерация смогла пережить все санкционные удары, сформировать устойчивую суверенную модель развития экономики, скооперироваться с «незападными» державами, в особенности с Китаем, Индией и государствами латиноамериканского региона, а также наладить работу военно-

промышленного комплекса (ВПК), сравнимую по качеству и объему мощи со всем ВПК Европы и США⁴. Неудача западных элит вкупе с усилением коррозии национальных идентичностей, электоральной дисфункцией, нарастанием неравенства, проблемами безопасности, политической поляризацией и усилением международного напряжения спровоцировала резкое повышение недовольства работой европейских (а также и американских) технократов⁵.

В то же самое время правые популисты вновь тонко прочувствовали направление народных чаяний и преимущественно заняли антивоенную или гибкую позицию по вопросу конфликта на территории Украины, критикуя одновременно и российские, и европейские элиты в разжигании конфликта. Так, лидер «Национального объединения» М. Ле Пен в 2022 г. заявила: «Нужно быть наивным, чтобы думать, что украинские победы могут положить конец войне. Я считаю, что этот конфликт должен быть прекращен, и я считаю, единственный выход — дипломатический, а не военный»⁶. Тогда же глава Австрийской партии свободы Х.-К. Штрахе на круглом столе «За мир и нейтралитет» в Вене сказал: «Тема Украины занимает нас всех. Для многих это стало крайне драматическим развитием... Мы хотим покончить с этой драмой. То, что волнует меня и тех людей, которые поддержали это и сделали это возможным, — это отсутствие явных европейских, громких инициатив о мире»⁷. При этом антивоенный дискурс в стане правых популистов достаточно устойчив. Например, лидер британских правопопулистов Н. Фарадж в 2024 г. выступил со словами: «Мы спровоцировали эту войну... российские власти были неправы, начиная военные действия, а ЕС был неправ, расширяясь на восток»⁸. В 2025 г. немецкая партия «Альтернатива для Германии» отказалась от включения в свою предвыборную программу пункта об осуждении России за проведение СВО и выступила за нормализацию отношений⁹, а кандидат в президенты Румынии К. Джорджеску обвинил американский блок в попытке развязывания Третьей мировой войны: «Господин Рютте, глава НАТО, попытался навязать свои правила и развязать Третью мировую войну в регионе Украины», «Политика Киева не способствует мирному процессу...»¹⁰.

В период с октября 2022 г. по ноябрь 2023 г. правые популистские силы закрепили свое институциональное присутствие и утвердились в качестве устойчивого элемента европейского политического ландшафта. Санитарный кордон европейских технокра-

⁴ В рамках их всесторонней поддержки украинских военных формирований.

⁵ Beyond left versus right, beyond elites versus populists. Brookings. URL: <https://www.brookings.edu/articles/beyond-left-versus-right-beyond-elites-versus-populists> (дата обращения: 17.12.2025).

⁶ Ле Пен назвала мысль о прекращении конфликта из-за продвижения ВСУ наивной. РИА новости. URL: <https://ria.ru/20221115/ukraina-1831567943.html> (дата обращения: 23.07.2025).

⁷ Участники круглого стола в Вене пожелали Путину выдержки. РИА новости. URL: <https://ria.ru/20221213/vena-1838225866.html> (дата обращения: 23.07.2025).

⁸ Идеолог Brexit заявил, что конфликт Москвы и Киева спровоцировал Запад. РБК. URL: <https://www.rbc.ru/politics/22/06/2024/667626869a794718ed7e42be> (дата обращения: 23.07.2025).

⁹ Что особенно сильно резонирует с активной провоенной позицией Мерца и Шольца.

¹⁰ Кандидат в президенты Румынии обвинил НАТО в попытках развязать мировую войну. Газета.ru URL: <https://www.gazeta.ru/politics/news/2025/01/16/24842828.shtml> (дата обращения: 23.07.2025).

тов оказался сломлен, когда две праворадикальные европейские партии, активно использующие правый популистский и нетрадиционный политический дискурс, смогли прийти к власти в двух влиятельных европейских державах (в рамках коалиционных правительств): «Братья Италии» в 2022 г. и Нидерландская «Партия свободы» Г. Вилдерса в 2023 г.¹¹ К 2025 г. Европа оказалась поделена между технократическими и правопопулистскими политическими элитами. В 12 странах ЕС правые популисты заняли второе или третье место по количеству имеющихся голосов или полученных мандатов на выборах: в Германии, Нидерландах, Франции, Румынии, Болгарии, Испании, Португалии, Швеции, Финляндии, Литве, Эстонии, Великобритании. В 4 странах правопопулисты заняли первое место: в Австрии, Польше, Венгрии, Италии. Кандидаты в президенты от правых популистов составляют огромную конкуренцию для традиционных политиков, а общая популярность и влияние продолжают устойчивый рост.

Вопрос конфликта на Украине и военных действий также внутренне расколол граждан Европы и США. Активная провоенная позиция 46-го президента США Дж. Байдена спровоцировала значительные антиамериканские настроения среди широких слоев населения, не поддерживающих продолжение военных действий¹². Большая часть граждан Европы посчитала, что США использует Европу: ее ресурсы, военные добровольческие объединения как разменную монету для борьбы с Россией^{13,14}. Это подняло вопросы о реальной независимости политики неолиберальных государств, в частности входящих в состав ЕС, усилило критику глобализации как проводника американской мягкой силы. Правые популисты хорошо используют антиамериканскую риторику и привлекают к себе внимание и поддержку суверенистов. Так, в резолюции Тюрингского отделения «Альтернативы для Германии» прозвучали следующие слова: «Европа — не Америка. Европа должна обрести европейское понимание своей задачи: необходимо противопоставить американской концепции мира европейскую, учитывающую все разрушения, которые пережил наш континент»¹⁵.

Появление новых центров силы по типу Китая, Саудовской Аравии и Бразилии, снижение роли США в мире, и, что самое главное, постепенное разрушение традици-

¹¹ Не так давно правительственная коалиция в Нидерландах во главе с Нидерландской партией свободы (НПС) распалась, были проведены перевыборы, в результате которых НПС потеряла треть мандатов и уступила первенство по количеству полученных голосов партии "Демократы 66". В результате формирования новой правительственной коалиции, НПС перешла в оппозицию, а власть в стране перешла к альянсу правоцентристских партий под руководством "Демократов 66"

¹² Wide partisan divisions remain in Americans' views of the war in Ukraine. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/11/25/wide-partisan-divisions-remain-in-americans-views-of-the-war-in-ukraine> (дата обращения 17.12.2025)

¹³ A Crisis in Confidence: European Public Opinion in the Trump Era. Global affairs. URL: <https://globalaffairs.org/commentary/blogs/crisis-confidence-european-public-opinion-trump-era> (дата обращения 17.12.2025)

¹⁴ Euroviews. EU leaders need to reconcile ambitions abroad with public opinion at home. Euro news. URL: <https://www.euronews.com/2023/06/16/eu-leaders-need-to-reconcile-ambitions-abroad-with-public-opinion-at-home> (дата обращения 17.12.2025)

¹⁵ АдГ выпустила резолюцию за мир и суверенитет Германии на русском языке. РИА новости URL: <https://ria.ru/20241214/germaniya-1989262686.html> (дата обращения: 24.07.2025).

онных американских рычагов давления делает возможным большее обособление европейского региона от США, что вызывает безусловную поддержку значительных частей населения континента. Парадоксально, но возвращение Д. Трампа в Овальный кабинет в 2025 г. способствовало развитию антиамериканской риторики уже среди технократических элит.

Д. Трамп, вероятно, наиболее активно из современных правопопулистов использовал антивоенную риторику в ходе своей предвыборной кампании, что определило его деятельность в первые 100 дней работы на посту президента. Трамп начал активнейшим образом стимулировать переговорные, миротворческие процессы в разных уголках земли. При этом одно из ключевых обещаний Трампа на выборах — мирно урегулировать конфликт на территории Украины и переложить расходы на обеспечение ее обороноспособности с плеч США на плечи европейских элит. На удивление, Трамп действительно решительно подошел к попыткам создания пространства для примирения России и Украины, что вызвало огромное раздражение со стороны технократии Европы и одобрение — со стороны большинства правопопулистских лидеров континента. Как пишет В. И. Батюк, возобновление российско-американского взаимодействия в феврале 2025 г. стало закономерным следствием отхода новой трамповской администрации от либерально-глобалистских идеологем и возвращения к Realpolitik [17].

Таким образом, президент США спровоцировал раскол между Штатами и ЕС (и Великобританией). Технократы в Европе поняли, что полная проамериканская ориентация в данном случае будет буквально стоять им министерских портфелей, ядерный провоенный электорат не простит им возможного оппортунизма. Из-за этого европейские элиты заняли позицию полного несогласия с политикой Трампа, усилили провоенный дискурс и решили взять в свои руки инициативу по углублению военного конфликта на территории Украины. Раскол по линии поддержки киевского режима способствовал индигенизации Европы, увеличению ее политической самостоятельности — именно этого требовал правопопулистский электорат.

Придя к власти, Трамп сразу ограничил выделяемый для Украины бюджет и военную помощь, а европейские элиты попытались восполнить это за счет наращивания своих национальных и региональных промышленных мощностей. Разумеется, для этого истеблишменту ЕС понадобилось увеличить степень вмешательства в политическую и экономическую сферу своих государств и сконцентрироваться на реиндустриализации, что опять же соответствовало требованиям правопопулистского электората. Раскол технократических элит с Трампом дал европейским элитам определенный простор для внедрения практик, горячо требуемых оппозиционным электоратом. Теперь лидеры ЕС могли пойти на определенный разрыв с США; развить процессы регионализации; усилить пропаганду европейских ценностей, в ответ на тарифные угрозы Трампа начать вводить свои протекционистские тарифы и реиндустриализационные меры. Сохранение поддержки украинского конфликта в данных условиях выполняет функцию электораль-

ной стабилизации и позволяет истеблишменту ЕС претендовать на частичную интеграцию правопопулистских электоральных сегментов.

Президент Франции Э. Макрон в стремлении обеспечить лидерство своей страны в рамках ЕС уже не первый год высказывается за идею создания единой армии Евросоюза: «Мы не защитим европейцев, если не решим иметь настоящую европейскую армию... Нам нужна Европа, которая лучше защищает себя в одиночку, не завися только от Соединенных Штатов, более суверенным образом... Мы должны защитить себя в отношении Китая, России и даже Соединенных Штатов Америки...»¹⁶. Хотя он заявлял, что «Возможно, общая армия должна быть нашей общей целью. Но наши политические системы сегодня очень разные. Будет ли консенсус сегодня? Я так не думаю»¹⁷, процессы по милитаризации Европы и усилению военной координации между странами запущены, что в долгосрочной перспективе может ударить по главному рычагу давления США на страны ЕС — американскому военному присутствию на континенте.

Перспектива консолидации правопопулистских лидеров Европы, по-прежнему огороженных от властных рычагов внутренними институциональными барьерами, с Д. Трампом, вновь обретшим пост президента и обладающим ресурсами США, может значительно ускорить развитие правого популизма в регионе. Потенциальное финансирование, медийная поддержка и даже институциональное давление на соперников правых популистов могут стать основой правопопулистской вспышки, которая пошатнет главенство технократов в Европе. Как отмечает И. Петров в статье «Три европейских партийных полюса и начало второго президентского срока Дональда Трампа», наиболее ярким событием первых месяцев нового срока Трампа на посту президента США стала именно демонстрация наличия солидарности между американским президентом и европейскими правыми популистами. Эта солидарность была ярко показана еще во время публичной поддержки партии «Альтернатива для Германии» главным инвестором его избирательной кампании И. Маском, а также в речи вице-президента Дж. Д. Вэнса на Мюнхенской конференции по безопасности, где он с критикой обрушился на страны ЕС, фактически обвинив их правительства в отказе следовать идеям правых популистов в политике, и признавать легитимность право-популистского взгляда на будущее ЕС [18]. Утверждения И. Петрова подтверждаются теми заявлениями, публичной и неформальной поддержкой, которую Д. Трамп продолжил еще более активно осуществлять в середине 2025 г. Так, он был одним из тех, кто публично поддержал М. Ле Пен после решения Парижского суда первой инстанции о 4 годах лишения свободы и дисквалифи-

¹⁶ Emmanuel Macron calls for creation of a 'true European army' to defend against Russia and the US. Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/emmanuel-macron-european-army-france-russia-us-military-defence-eu-a8619721.html> (дата обращения: 23.07.2025).

¹⁷ Консенсус по созданию общей армии ЕС невозможен, заявил Макрон. РИА новости. URL: <https://ria.ru/20250220/makron-2000655931.html> (дата обращения: 23.07.2025).

кации в избирательных правах на 5 лет¹⁸. В то же самое время он предлагал Н. Фараджу помощь политтехнологов из своего предвыборного штаба¹⁹, а с помощью своего бывшего советника И. Маска пытался наладить неформальное финансирование Reform UK²⁰.

Последние годы между Д. Трампом и В. Орбаном виден устойчивый тренд на выстраивание долгосрочных партнерских отношений. Орбан первым из лидеров европейских государств открыто приветствовал избрание Трампа и посетил Вашингтон после президентских выборов в 2016 г., а недавно поприветствовал возвращение Трампа к власти. В 2022 г. венгерский премьер-министр посетил Д. Трампа в Мар-а-Лаго, дал интервью Т. Карлсону, встретился с делегацией Фонда «Наследие» в Будапеште, выступил в Далласе на Конференции консервативных политических действий и позже провел первый аналогичный съезд в Венгрии. В. Орбану был важен отказ Вашингтона от давления на Венгрию в вопросах следования «европейским ценностям». Иностранные СМИ отмечают, что члены администрации Трампа рассматривают европейских нелиберальных политиков как потенциальных союзников в борьбе с текущей неолиберальной моделью международных отношений, продвигаемыми традиционными элитами ЕС²¹. Условный широкий альянс нелиберальных политических сил, желание формирования которого приписывают В. Орбану на Западе, в самом деле мог бы в конечном счете помочь преодолеть его относительную изоляцию в ЕС.

В документе, не так давно представленном новой администрацией Конгрессу США, Европа описывается как континент, находящийся в упадке, где существует риск «стирания цивилизации» из-за миграционной политики, упоминается цензура свободы слова и подавление политической оппозиции. По сообщениям СМИ, более подробный, неопубликованный проект документа был распространен до появления официальной публичной стратегии. Говорится, что в нем более детально рассказывается о планах, которые США готовят для Европы. В нем Италия, Австрия, Польша и Венгрия перечислены как страны, с которыми США следует «больше сотрудничать... с целью отдаления их» от ЕС. Впрочем, Белый дом опровергает существование какого-либо подобного проекта²².

¹⁸ «Охота на ведьм»: Трамп публично поддержал осужденную во Франции Марин Ле Пен // Форбс. URL: <https://www.forbes.ru/society/534298-ohota-na-ved-m-tramp-publicno-podderzal-osuzdennuu-vo-francii-marin-le-pen> (дата обращения: 23.07.2025).

¹⁹ СМИ узнали о намерении команды Трампа помочь Фараджу стать премьером Британии // Известия. URL: <https://iz.ru/1824780/2025-01-19/smi-uznali-o-namerenii-komandy-trampa-pomoch-faradzhu-stat-premerom-britanii> (дата обращения: 23.07.2025).

²⁰ Илон Маск примеряет на себя британскую корону // РИА новости. URL: <https://ria.ru/20250106/mask-1992605049.html> (дата обращения: 23.07.2025).

²¹ The European Radical Right in the Age of Trump 2.0 // Carnegie. URL: <https://carnegieendowment.org/research/2025/09/the-european-radical-right-in-the-age-of-trump-20?lang=en> (дата обращения: 18.12.2025).

²² Will Trump "pull" Italy, Austria, Poland, Hungary from EU? // DW. URL: <https://www.dw.com/en/will-trump-pull-italy-austria-poland-hungary-from-eu/a-75134777> (дата обращения: 18.12.2025).

Р. Лункин и С. Филатов в статье «Победа Трампа и перспективы идентизма в Европе» также считают, что Трамп стремится к формированию своей международной команды, которая бы способствовала распространению новой идентистской идеологии и организации нового сообщества нелиберальных стран. Они пишут, что идентисты в силу ориентации на национальные государства, упрочение традиций и суверенитета в разных сферах в меньшей степени склонны к международному распространению своей идеологии как универсальной догматически верной идеи и менее консолидированы. Их интернационализм существует в сравнительно более скромных масштабах, однако имеет устойчивый тренд к просачиванию и распространению [19]. Поддержка Трампа потенциально может обеспечить правопопулистское движение устойчивой международной инфраструктурой. Теоретически, благодаря своему безоговорочному авторитету среди членов потенциальной правопопулистской лиги Д. Трамп сможет сохранить лидирующий статус США среди стран бывшего неолиберального блока Европы и меняющегося мирового порядка; его потенциальные партнеры в Европе, например, В. Орбан, Н. Фарадж, Д. Мелони и пр. могут подтолкнуть европейские страны к реконструкции своих политических режимов и развитию политической культуры по нелиберальному пути, что позволит выйти правым популистам из политической изоляции.

Выводы

Проведенный анализ позволяет зафиксировать качественное смещение логики политического развития Европы и США, в рамках которого правый популизм перестает быть периферийным или исключительно реактивным феноменом и оформляется как структурный элемент трансформирующегося мирового порядка. Его рост не может быть редуцирован ни к электоральной флуктуации, ни к ситуативной мобилизации недовольства, он укоренен в углубляющемся кризисе западного неолиберализма.

После 2022 г. международная турбулентность выступила одним из ключевых катализаторов этого процесса, высветив пределы управляемости глобалистского проекта и уязвимость прежних иерархий. Конфликт на Украине стал не только военно-политическим, но и онтологическим рубежом, на котором произошло расхождение интерпретаций безопасности, суверенитета и ответственности. В этом контексте правопопулистские силы оказались способными эффективно артикулировать настроения масс и строить удачную риторику, построенную на апелляции к усталости и страхам широких слоев населения, открывая простор для нарративной легитимации своего дискурса, а впоследствии еще большей популяризации.

Возвращение Д. Трампа в Белый дом усилило данные тенденции, обнажив внутренний раскол западного сообщества и разрушив иллюзию монолитности трансатлантической солидарности. Парадоксальным образом именно конфликт между американским трампизмом и европейскими технократами усилил процессы индигенизации ев-

ропейских стран, пересмотра внешнеполитических зависимостей и большего осмысления национальных и региональных идентичностей.

Вместе с тем потенциал правопопулистского переустройства не следует абсолютизировать. Институциональная устойчивость, отсутствие единства среди правых популистов и сохранение транснациональных центров влияния существенно ограничивают возможность радикального разрыва с неолиберальной моделью. При наилучших сценариях для правых популистов речь скорее идет о постепенной переконфигурации политического пространства, в которой усиливаются элементы суверенизма, культурной самодостаточности, протекционизма и регионализации, но не происходит полный демонтаж прежнего порядка.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The author declares no conflicts of interest.

Список источников

1. Mudde, C. Populism: a very short introduction / C. Mudde, C. R. Kaltwasser // New York: Oxford University Press, 2017. – 131 p. – Text : direct.
2. Hicks, J. D. The Populist Revolt: A History of the Farmers' Alliance and the People's Party / J. D. Hicks // Minneapolis: University of Minnesota Press, 1931. – 487 p. – Text : direct.
3. Hofstadter, R. The Age of Reform / R. Hofstadter. – New York, Knopf, 1955. – 330 p. – Text : direct.
4. Shils, E. A. Populism and the Rule of Law / E. A. Shils. – In: University of Chicago Law School Conference on jurisprudence and Politics, Chicago, 1954. – pp. 99–107. – Text : direct.
5. Betz, H.-G. Radical Right-Wing Populism in Western Europe / H.-G. Betz. – Basingstoke: Macmillan, 1994. – 226 p. – Text : direct.
6. Taggart, P. A. The New Populism and the New Politics: New Protest Parties in Sweden in a Comparative Perspective / P. A. Taggart. – London: Palgrave Macmillan, 1996. – 223 p. – Text : direct.
7. Freeden, M. Conclusion: ideology — balances and projections / M. Freeden. – In: Reassessing political ideologies: the durability of dissent, 2001. – London; New York: Routledge, pp. 193–209. – Text : direct.
8. Mudde, C. Populist Zeitgeist / C. Mudde. – Text : direct // Government and Opposition. – 2004. – Vol. 39, Issue 4. – pp. 541–563.
9. Laclau, E. On Populist Reason / E. Laclau. – London: Verso, 2005. – 276 p. – Text : direct.
10. Вайнштейн, Г. И. Популизм в современной Европе: новые тенденции / Г. И. Вайнштейн. – Текст : непосредственный // Мировая экономика и международные отношения. – 2013. – № 12. – С. 24–33.
11. Магун, А. Протестное движение 2011–2012 годов в России: новый популизм среднего класса / А. Магун. – Текст : непосредственный // Статус. – 2014. – Т. 2, № 1. – С. 192–226.
12. Томин, Л. В. Идеология популизма в политическом процессе на Украине / Л. В. Томин. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарные знания. 2015. – № 12. – С. 153–166.

13. Шаклеина, Т. А. Дональда Трамп и «новый популизм» в Америке / Т. А. Шаклеина. – <https://doi.org/10.17976/jpps/2021.05.12>. – Текст : непосредственный // Полис. Политические исследования. – 2021. – № 5. – С. 176–183.
14. Соколыщик, Л. М. Трампизм как правопопулистский феномен: эффекты для внешней политики / Л. М. Соколыщик. – <https://doi.org/10.30884/iis/2024.04.01>. – Текст : непосредственный // История и современность. – 2024. – № 4. – С. 3–12.
15. Шевченко, Е. С. Внешняя политика США в отношении стран Европейского союза на современном этапе: политический диалог или системный кризис? / Е. С. Шевченко. – <https://doi.org/10.24412/2227-1538-2025-1-22-40>. – Текст : непосредственный // PolitBook. – 2025. – № 1. – С. 22–40.
16. Тищенко, Р. Р. «Правопопулистский минимум» общественно-политических движений 2020-х гг. / Р. Р. Тищенко. – Текст : непосредственный // Россия и мир в первой четверти XXI века: политические итоги и перспективы. – Москва, 2025. – С. 727–728.
17. Батюк, В. И. Вступая в 2025 г.: перспективы российско-американских отношений в оценках и прогнозах американских экспертов / В. И. Батюк. – <https://doi.org/10.48015/2076-7404-2025-17-2-87-112>. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия XXV. Международные отношения и мировая политика. – 2025. – Т. 17, № 2. – С. 87–112.
18. Петров, И. И. Три европейских партийных полюса и начало второго президентского срока Дональда Трампа / И. И. Петров. – <https://doi.org/10.31249/ape/2025.02.03>. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы Европы. – 2025. – № 2(126). – С. 43–65.
19. Лункин, Р. Н. Победа Трампа и перспективы идентизма в Европе / Р. Н. Лункин, С. Б. Филатов. – <https://doi.org/10.31857/S0201708325030088>. – Текст : непосредственный // Современная Европа. – 2025. – № 3(131). – С. 90–103.

References

1. Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populism: A very short introduction*. New York: Oxford University Press, 131 p. (In English).
2. Hicks, J. D. (1931). *The Populist Revolt: A History of the Farmers' Alliance and the People's Party*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 487 p. (In English).
3. Hofstadter, R. (1955). *The Age of Reform*. – New York, Knopf, 330 p. (In English).
4. Shils, E. A. (1954). *Populism and the Rule of Law*. In: University of Chicago Law School Conference on jurisprudence and Politics, Chicago, pp. 99-107. (In English).
5. Betz, H.-G. (1994). *Radical Right-Wing Populism in Western Europe*. Basingstoke: Macmillan, 226 p. (In English).
6. Taggart, P. A. (1996). *The New Populism and the New Politics: New Protest Parties in Sweden in a Comparative Perspective*. London: Palgrave Macmillan, 223 p. (In English).
7. Freeden, M. (2001). Conclusion: ideology – balances and projections. In: *Reassessing political ideologies: the durability of dissent*, London; New York: Routledge, pp. 193-209. (In English).
8. Mudde, C. (2004). *Populist Zeitgeist*. *Government and Opposition*, 39(4), pp. 541-563. (In English).
9. Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London: Verso, 276 p. (In English).
10. Weinstein, G. I. (2013). *Populism in modern Europe: new trends*. *World economy and international relations*, (12), pp. 24-33. (In Russ.).
11. Magun, A. (2014). *The protest movement of 2011-2012 in Russia: the New populism of the middle class*. *Stasis*, 2(1), pp. 192-226. (In Russ.).
12. Tomin, L. V. (2015). *Ideology of populism in the political process in Ukraine*. *Social and humanitarian knowledge*, (12), pp. 153-166. (In Russ.).
13. Shakleina, T. A. (2021). *Donald Trump and "New Populism" in America*. *Polis. Political Studies*. (5), pp. 176-183. (In Russ.). <https://doi.org/10.17976/jpps/2021.05.12>

14. Sokolshchik, L. M. (2024). Trumpism as a right-populist phenomenon: effects on foreign policy. *History and Modernity*, (4), pp. 3-12. (In Russ.). <https://doi.org/10.30884/iis/2024.04.01>
15. Shevchenko, E. S. (2025). US foreign policy towards the countries of the European Union at the present stage: political dialogue or systemic crisis? *PolitBook*, (1), pp. 22-40. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2227-1538-2025-1-22-40>
16. Tishchenko, R. R. (2025). The "Right-Populist Minimum" of Socio-Political Movements of the 2020s. In: *Russia and the World in the First Quarter of the 21st Century: Political Results and Prospects*. Moscow, pp. 727-728. (In Russ.).
17. Batyuk, V. I. (2025). Entering 2025: prospects for Russian-American relations in the assessments and forecasts of American experts. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya XXV. Mezhdunarodnye otnosheniia i mirovaia politika*, 17(2), pp. 87-112. (In Russ.). DOI: <https://doi.org/10.48015/2076-7404-2025-17-2-87-112>
18. Petrov, I. I. (2025). European tripolar space and the beginning of Donald Trump's second presidential term. *Actual Problems of Europe*, (2), pp. 43-65. (In Russ.). <https://doi.org/10.31249/ape/2025.02.03>
19. Lunkin, R. N., & Filatov, S. B. (2025). Trump's victory and the prospects of identity in Europe. *Modern Europe*, 3(131), pp. 90-103. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/S0201708325030088>

Информация об авторе / Information about the author

Тищенко Ростислав Романович, магистрант кафедры сравнительной политологии факультета гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, 1032211882@rudn.ru, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9075-3494>

Rostislav R. Tishchenko, Graduate Student of Department of Comparative Political Science, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, 1032211882@rudn.ru, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9075-3494>

Поступила в редакцию / Received 17.03.2026

Поступила после рецензирования / Revised 01.04.2026

Принята к публикации / Accepted 23.04.2026

Научная статья / Original research article

УДК 316.354:004.78

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-118-130>

EDN: NZPNIC



«Социальный навигатор» как инструмент преодоления институционального недоверия

О. В. Устинова*, Г. И. Герасимова

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

*ustinovaov@tyuiu.ru

Аннотация. В статье рассматривается проблема снижения эффективности государственной демографической политики, связанная с высокими транзакционными издержками получения мер поддержки и коммуникационным разрывом между официальным дискурсом власти и повседневным опытом семей. Цель статьи — теоретически обосновать и эмпирически верифицировать концепцию преодоления институционального недоверия в сфере управления репродуктивным поведением. Методологическую основу исследования составляет синтез концепций институционального доверия, транзакционных издержек и теории социальной коммуникации. Выявлены и проанализированы ключевые дисфункции институциональной коммуникации: бюрократическая сложность, символический характер поддержки и «замораживание» ресурсов. На основе эмпирических данных доказана прямая корреляция между уровнем институционального доверия/недоверия и репродуктивными планами населения. Разработана и обоснована модель «социального навигатора» — персонализированная цифровая платформа сопровождения семьи, минимизирующая транзакционные издержки и трансформирующая взаимодействие «государство — семья» из бюрократического в партнерское. Практическая значимость работы заключается в возможности использования модели «социального навигатора» органами государственной власти для проектирования цифровых сервисов поддержки семей, снижения административных барьеров и повышения уровня институционального доверия как ключевого фактора принятия репродуктивных решений.

Ключевые слова: институциональное доверие, социальный навигатор, транзакционные издержки, репродуктивное поведение, цифровизация управления, демографическая политика, бюрократические барьеры

Для цитирования: Устинова О. В. «Социальный навигатор» как инструмент преодоления институционального недоверия / О. В. Устинова, Г. И. Герасимова. — <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-118-130> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 118–130. — EDN: NZPNIC

"Social navigator" as a tool for overcoming institutional distrust

Oksana V. Ustinova*, Galina I. Gerasimova

Industrial University of Tyumen, Russian Federation

*ustinovaov@tyuiu.ru

Abstract. The article discusses the problem of decrease in efficiency of state demographic policy caused by high transaction costs in accessing social support measures and a communication gap between official government discourse and the everyday experiences of families. This work aims to theoretically justify and empirically verify the concept of overcoming institutional distrust in the management of reproductive behavior. The methodological basis of the study is synthesis of concepts of institutional trust, transaction costs, and social communication theory.

The article identifies and analyzes the key dysfunctions of institutional communication, including bureaucratic complexity, the symbolic nature of support measures, and the “freezing” of resources. Using empirical data, the researchers prove a direct correlation between the level of institutional trust or distrust and the reproductive intentions in the population. The authors developed and justified a model of a “social navigator” — a personalized digital platform designed to assist families, reduce transaction costs, and transform state — family interaction from a bureaucratic process into a partnership model. The practical importance of the study lies in the fact that a model of a “social navigator” can serve for designing digital family support services by state authorities, reducing bureaucratic barriers and increasing the level of institutional trust as a key factor in reproductive decision-making.

Key words: institutional trust, social navigator, transaction costs, reproductive behavior, digitalization of management, demographic policy, bureaucratic barriers

For citation: Ustinova O. V., & Gerasimova G. I. (2026). "Social navigator" as a tool for overcoming institutional distrust. *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (1), pp. 118-130. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-118-130>

Введение

Демографическая политика современной России переживает парадоксальный этап своего развития. С одной стороны, наблюдается беспрецедентный рост финансовых вложений в поддержку семей с детьми: материнский капитал, льготная ипотека, многочисленные пособия. С другой — эффективность этих мер, как показывает официальная статистика и независимые исследования, остается преимущественно краткосрочной и не приводит к кардинальному изменению репродуктивных установок населения [1, 2]. Суммарный коэффициент рождаемости (СКР) после кратковременных всплесков продолжает демонстрировать тенденцию к снижению, а разрыв между желаемым и фактическим числом детей сохраняется [3, 4].

Возникает фундаментальный вопрос: почему финансовые, рационально выверенные меры не дают ожидаемого демографического эффекта? В рамках социологии управления мы выдвигаем гипотезу, что ключевая проблема лежит не в плоскости дефицита финансовых ресурсов, а в плоскости институциональной коммуникации и доверия. Население воспринимает государственную поддержку не как реальный стимул, а как сложный, бюрократизированный и часто символический акт, сопряженный с высокими «транзакционными издержками» — временными, психологическими и организационными затратами на получение положенной помощи.

В эпоху цифровой трансформации государственного управления, когда портал Госуслуг становится основным окном взаимодействия власти и граждан, возникает уникальная возможность пересмотреть модель этого взаимодействия. Простая оцифровка существующих бюрократических процедур (перевод бумажных справок в электронные) не решает проблему, а лишь меняет ее форму. Требуется принципиально новый подход — переход от «электронной очереди» к «персонализированному навигатору», от пассивного информирования к активному сопровождению семьи.

Цель статьи — теоретически обосновать и эмпирически верифицировать концепцию «социального навигатора» как ключевого инструмента преодоления институционального недоверия и повышения эффективности государственного управления репродуктивным поведением в условиях цифровой среды.

Для анализа проблемы мы опираемся на синтез следующих взаимодополняющих теоретических подходов.

1. *Концепция институционального доверия.* Обращаясь к работам Э. Гидденса и П. Штомпки, под институциональным доверием понимаем «генерализованное ожидание» того, что социальные институты будут функционировать предсказуемо, справедливо и эффективно, оправдывая возложенные на них ожидания [5, 6]. В контексте демографической политики институциональное доверие выступает критическим ресурсом: решение о рождении ребенка, являющееся долгосрочным и жизнеопределяющим, принимается только в том случае, если у индивида и семьи есть базовая уверенность в стабильности и надежности будущего, гарантом которого выступает государство. Низкий уровень доверия, напротив, порождает стратегии избегания долгосрочных обязательств, откладывания и репродуктивной пассивности [7– 9].

2. *Теория транзакционных издержек.* Заимствованная из новой институциональной экономики (Р. Коуз, О. Уильямсон) и адаптированная к социологической проблематике, эта теория позволяет ощутить «цену», которую платит семья за доступ к государственным благам [10, 11]. Транзакционные издержки в сфере социальной политики включают: информационные (затраты на поиск информации о полагающихся льготах и порядке их получения); бюрократические (время и усилия на сбор справок, заполнение заявлений, стояние в очередях); ожидания и неопределенности (стресс, связанный с непредсказуемостью сроков и результатов); психологические (чувство унижения, зависимости, ощущение себя «просителем», а не носителем права). Высокие транзакционные издержки способны полностью нивелировать номинальную финансовую выгоду от мер поддержки, превращая их из стимула в антистимул.

3. *Коммуникативный подход.* Развивая идеи Ю. Хабермаса о коммуникативном действии, мы рассматриваем управление не как одностороннее директивное воздействие, а как процесс постоянного смыслообмена между властью и обществом [12]. Эффективность управления напрямую зависит от качества этого диалога (понятности языка, симметричности обратной связи, учета интерпретаций и реакций адресатов). «Коммуникационный разрыв» возникает в ситуации, в которой официальный оптимистический дискурс власти (нарративы о «щедрой поддержке» и «демографических достижениях») вступает в противоречие с повседневным опытом семей (нарративы о «символическом капитале» и «бюрократическом квесте»), становясь мощным фактором делигитимации политики и подрыва доверия [13].

4. *Концепция латентного управления.* Важным дополнением к анализу выступает концепция латентного управления, развиваемая в отечественной социологии

управления А. В. Тихоновым [14]. Под латентным управлением понимаются системы скрытых, опосредованных воздействий, при которых объект управления зачастую не осознает своего управляемого положения и не идентифицирует внешние институциональные и нормативные воздействия как целенаправленные управленческие интервенции [15, 16]. В контексте демографической политики латентными являются не только дисфункции, но и сами механизмы влияния: социальные нормы и образы, транслируемые через медиа; неформальные организационные практики, формирующие «стеклянный потолок» для матерей; скрытые транзакционные издержки и психологические барьеры, сопровождающие получение формальной государственной поддержки [17, 18]. Задачей «социального навигатора», с этой точки зрения, является преобразование этих латентных, невербализованных механизмов в видимые и доступные для управления коррекции.

На пересечении этих четырех подходов формируется исследовательский фокус данной работы: анализ того, как цифровые инструменты управления могут либо усиливать, либо преодолевать «коммуникационный разрыв» и снижать транзакционные издержки, тем самым влияя на уровень институционального доверия и, опосредованно, на репродуктивные установки населения.

Методология исследования

Эмпирическую основу работы составляют результаты авторских социологических исследований, проведенных в два этапа и охватывающих период более 10 лет.

Первый этап (2012–2013) был посвящен сравнительной диагностике репродуктивных установок населения Уральского федерального округа. Методом анкетного опроса было опрошено 5 330 респондентов в активном репродуктивном возрасте (18–49 лет для женщин, 18–59 для мужчин) в Тюменской, Свердловской, Челябинской и Курганской областях. Выборка квотная, репрезентативная по полу, возрасту и типу поселения. На этом же этапе дополнительно был проведен экспертный опрос 78 руководителей профильных департаментов региональных администраций.

Второй этап (2024–2025) был сфокусирован на углубленном анализе механизмов принятия репродуктивных решений и восприятия мер государственной поддержки. Исследование проводилось в Тюменской области и включало:

1. Массовый анкетный опрос населения (1 800 респондентов) с использованием модернизационного инструментария с блоками по оценке транзакционных издержек и уровня институционального доверия.
2. Серию из 12 фокус-групп с представителями ключевых социальных групп, выделенных на первом этапе («уверенные традиционалисты», «тревожные откладыватели», «инфраструктурно-фрустрированные»).
3. Контент-анализ официальных документов и региональных медиа (450 публикаций за 2023–2024 гг.) для выявления ключевых фреймов дискурса о семейной политике.

Обработка количественных данных производилась в IBM SPSS Statistics с использованием методов дескриптивной статистики, корреляционного и кластерного анализа. Качественные данные анализировались методом тематического и нарративного анализа.

Результаты исследования

Дисфункции институциональной коммуникации. Проведенный анализ позволил выявить устойчивые латентные дисфункции в системе государственного управления репродуктивным поведением, связанные с качеством коммуникации и следующими транзакционными издержками.

- Бюрократическая сложность как антистимул. Результаты фокус-групп однозначно показали, что процедура получения даже самых значимых мер поддержки (материнский капитал, льготная ипотека) воспринимается респондентами как крайне обременительная. Информанты описывали ее как «вторую неоплачиваемую работу», «квест», «полосу препятствий». Характерное высказывание участницы фокус-группы: «Когда я собиралась оформлять капитал на жилье, я три раза думала, стоит ли оно того. Бумажки эти, банки, очереди, везде что-то не так — проще было не рожать второго». Высокие административные барьеры трансформируют капитал из мобилизующего ресурса в «замороженный актив», слабо связанный с моментом принятия решения о рождении ребенка (рис. 1).



Рис. 1. Оценка респондентами транзакционных издержек при получении мер государственной поддержки (среднее значение по 5-балльной шкале, где 5 — максимальная сложность)

Fig. 1. Respondents' assessment of transaction costs when obtaining state support measures (mean value on a 5-point scale, where 5 indicates maximum complexity)

Данные, представленные на рисунке 1, демонстрируют, что ключевые проблемы для населения — не столько финансовые затраты на посредников (2,9), сколько психологические и организационные барьеры: сложность бюрократической процедуры (4,2) и чувство униженного положения «просителя» (4,1). Это подтверждает гипотезу о том, что транзакционные издержки носят преимущественно нематериальный характер, связанный с искажением логики взаимодействия со структурными подразделениями органов власти при получении мер государственной поддержки.

- Подмена целевого назначения. Опрос 2024–2025 гг. зафиксировал парадоксальный разрыв: при формально высокой оценке общей полезности материнского капитала (89 % считают его «полезным») лишь 12 % респондентов указали, что он существенно повлиял на их решение о рождении ребенка (рис. 2). Этот разрыв является эмпирическим индикатором подмены целевого назначения инструмента.

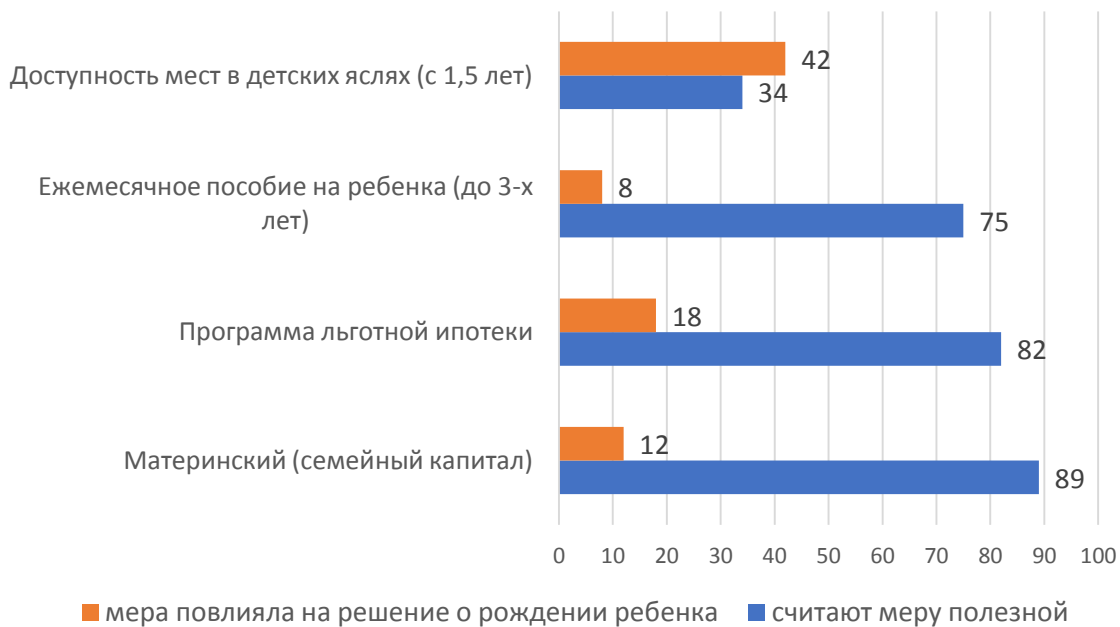


Рис. 2. Оценка населением эффективности мер государственной поддержки, %
Fig. 2. Public assessment of the effectiveness of state support measures, %

В фокус-группах эта дилемма получила содержательную интерпретацию: капитал воспринимается не как стимул к рождению, а как отсроченная компенсация или «символический капитал», чья реальная ценность проявится когда-то в будущем. Наиболее драматичен разрыв по такому инфраструктурному фактору, как доступность мест в яслях: при относительно низкой доле удовлетворенных доступностью (34 %), влияние этого фактора на решение о рождении следующего ребенка оценивается как критически важное (42 %).

Коммуникационный разрыв. Контент-анализ медиадискурса выявил устойчивый разрыв между официальным транслированием и общественным восприятием социальной политики. Официальный дискурс (правительственные отчеты, новостные релизы)

оперирует категориями «щедрой помощи», «существенной поддержки», «демографических успехов». Нарративы повседневного опыта, реконструированные в фокус-группах и комментариях в социальных сетях, используют иную лексику: «копейки», «мизерные выплаты», «символическая помощь», «на бумаге одно, в жизни — другое». Это разрыв, как отмечает П. Бурдье в своем анализе символического насилия, создает эффект, при котором опыт семей игнорируется и обесценивается официальным оптимизмом, что еще больше подрывает институциональное доверие [9].

1. Институциональное доверие как предиктор репродуктивного поведения. Корреляционный анализ данных опроса 2024–2025 гг. позволил эмпирически подтвердить взаимосвязь доверия и репродуктивных планов. Был сконструирован индекс институционального доверия, включающий оценки доверия к федеральным и региональным органам власти, системе здравоохранения, образования и социальной защиты.

Результаты демонстрируют сильную положительную корреляционную связь между уровнем доверия и показателем «ожидаемого числа детей» (коэффициент корреляции Пирсона $r = 0,61$ при $p < 0,01$). Группа респондентов с низким уровнем институционального доверия демонстрирует ожидаемое число детей в среднем 0,9, в то время как группа с высоким доверием — 1,7 (табл. 1).

Таблица 1. Зависимость ожидаемого числа детей от уровня институционального доверия
Table 1. Relationship between the expected number of children and the level of institutional trust

Уровень институционального доверия	Ожидаемое число детей
Очень низкий	0,7
Низкий	0,9
Средний	1,3
Высокий	1,7
Очень высокий	1,9

Качественные данные из фокус-групп раскрывают механизм обратной связи. Респонденты с низким доверием описывают государство как враждебную или хаотичную внешнюю силу: «отнимут», «обманут», «кинут», «сами выкручивайтесь». Респонденты с высоким доверием, напротив, воспринимают государственные институты как часть поддерживающей инфраструктуры: «помогут», «подстрахуют», «есть куда пойти, если что». Таким образом, институциональное доверие выступает тем психологическим фоном, на котором только и становится возможным принятие долгосрочных жизненных обстоятельств, связанных с рождением и воспитанием детей.

2. Типология репродуктивных стратегий и дифференцированный запрос на цифровые сервисы.

Кластерный анализ данных позволил выделить устойчивые типы репродуктивного поведения, каждый из которых демонстрирует специфический запрос на характер взаимодействия с государством и, соответственно, на функционал «социального навигатора» (табл. 2).

Таблица 2. Типология репродуктивных стратегий и запрос на цифровые сервисы
Table 2. Typology of reproductive strategies and demand for digital services

Тип (доля в выборке)	Характеристика	Отношение к господдержке	Запрос к «социальному навигатору»
«Уверенные традиционалисты» (18 %)	Полные семьи с 1–2 детьми, стабильный доход, высокое дове- рие	Рассматривают поддержку как за- конную компенса- цию	Упрощение процедуры, прозрачность. Хотят быст- ро и без ошибок оформить то, что им причитается
«Тревожные откладыватели» (27 %)	Молодые пары, карьерный старт, низкое доверие, высокая ППД*	Воспринимают меры как неадек- ватные вызовам	Проактивное информиро- вание и консультирование. Нуждаются в помощи при планировании и преодоле- нии страхов
«Инфраструктурно- фрустрированные» (23 %)	Семьи с 1 ребенком, острая проблема с детсадами	Финансовые вы- платы восприни- мают скептически	Интеграция с инфраструк- турой. Хотят видеть не только деньги, но и реаль- ные места в садах, путевки
«Ценностные отказники» (15 %)	Высокообразованные горожане, установка на малодетность	Относятся к под- держке как к неце- левым тратам	Не являются целевой ауди- торией для навигатора по стимулированию рождае- мости
«Многодетные ресурсозависимые» (10 %)	Многодетные семьи с невысоким доходом	Активные пользо- ватели, но отмеча- ют сложность оформления	Максимальная простота и «одно окно». Нуждаются в минимизации бюрократии для получения жизненно важных выплат

* ППД — потенциальная потребность в детях (разрыв между желаемым и ожидае-
мым числом детей)

Данная типология эмпирически обосновывает необходимость перехода от универ-
сальных, «слепых» мер поддержки к дифференцированному, персонализированному под-
ходу, который может быть реализован через интеллектуальную цифровую платформу.

На основе выявленных закономерностей мы предлагаем концептуальную модель
«социального навигатора» — цифровой экосистемы, призванной трансформировать
взаимодействие семьи и государства в сфере социальной поддержки.

Базовые принципы модели:

- Персонализация и проактивность. Отказ от логики «запроса» в пользу ло-
гики «предложения». Система сама идентифицирует наступление жизненного события
(рождение ребенка, достижение им определенного возраста) и предлагает семье персо-
нализированный пакет доступных мер поддержки, а не ждет, пока гражданин соберет
информацию и подаст заявление.
- Интеграция и «одно окно». Объединение в едином цифровом простран-
стве (личном кабинете семьи) информации из всех ведомств (ФНС, Росреестр, ЗАГС,
региональные органы соцзащиты) и всех уровней власти (федерального, регионального,
муниципального).

- Минимизация транзакционных издержек. Автоматическая проверка права на льготы, предзаполненные формы заявлений, исключение требования справок, уже имеющихся в распоряжении государства. Интеграция с банками, застройщиками, образовательными учреждениями для целевого использования средств.

- Субъективность и обратная связь. Предоставление семье возможности выбора (например, между разными формами использования капитала), оценки качества полученных услуг и оперативного информирования о возникающих проблемах. Система должна не просто информировать, но и модернизироваться с учетом обратной связи.

Ключевые функциональные блоки «социального навигатора»:

Блок А. «Мой социальный портфель». Персональная динамическая карта, на которой в понятной форме отображается вся информация о семье: полагающиеся выплаты и льготы (с суммами и сроками), статус их оформления, очередь в детский сад, налоговые вычеты и т. д.

Блок Б. «Проактивный советник». Система push-уведомлений и персонализированных сообщений: «Поздравляем с рождением ребенка! Вам доступны следующие меры поддержки...», «Через три месяца Вашему ребенку исполнится 1,5 года. Вы можете подать заявление на пособие. Сделать это можно здесь».

Блок В. «Маршрутизатор». Помощь в принятии решений и планировании. Например, калькулятор, показывающий, как при рождении второго ребенка изменится семейный бюджет с учетом всех выплат, налоговых льгот и расходов или карта доступных мест в детских садах с рейтингами и отзывами.

Блок Г. «Мои коммуникации». Единое окно для обращений в любые ведомства, возможность записи на прием, отслеживание статуса обращения, оценка качества услуг.

Внедрение «социального навигатора» способно привести к качественным изменениям в системе управления репродуктивным поведением (табл. 3).

Таблица 3. Ожидаемые эффекты от внедрения «социального навигатора»

Table 3. Expected effects of implementing the “social navigator” system

Выявленная дисфункция	Инструмент «навигатора»	Ожидаемый эффект
Высокие транзакционные издержки	Автоматизация, предзаполнение, проактивные уведомления	Снижение временных и психологических затрат, превращение получения поддержки из «квеста» в простую процедуру
Подмена целей (стимул→компенсация)	Интеграция поддержки в жизненный цикл, персонализация	Повышение субъективной значимости мер, увязка их с моментом принятия решения
Коммуникативный разрыв	Прямая обратная связь, понятный язык интерфейса	Формирование ощущения диалога и партнерства, снижение «символического насилия»
Игнорирование разнородности	Дифференцированные сценарии для разных типов семей	Адресность поддержки, повышение ее эффективности для каждой целевой группы
Низкое институциональное доверие	Прозрачность, предсказуемость, надежность работы платформы	Постепенное восстановление доверия через позитивный опыт взаимодействия

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать ряд принципиальных выводов, имеющих значение как для социологии управления, так и для практики государственного управления.

Во-первых, эмпирически доказано, что проблема низкой эффективности демографической политики коренится не только и не столько в недостаточности финансовых ресурсов, сколько в качестве институциональной коммуникации. Высокие транзакционные издержки и коммуникационный разрыв между властью и семьей превращают меры поддержки из стимулов в барьеры, подрывая институциональное доверие, которое является критическим ресурсом для принятия долгосрочных репродуктивных решений.

Во-вторых, выявлена прямая корреляционная связь между уровнем институционального доверия и репродуктивными планами населения ($r = 0,61$). Это означает, что управление доверием становится не периферийной, а центральной задачей демографической политики.

В-третьих, разработанная и обоснованная модель «социального навигатора» представляет собой конкретный инструмент решения выявленных проблем. Ее внедрение предопределяет переход от пассивной, бюрократизированной модели социальной поддержки к активной, персонализированной и партнерской модели. «Социальный навигатор» — это не просто цифровой сервис, а новая философия взаимодействия государства и семьи, где гражданин перестает быть «просителем» и становится субъектом, имеющим понятные и легко реализуемые права.

Практическая реализация предложенной модели требует не столько технологических инноваций (необходимые цифровые платформы уже существуют), сколько пересмотра ведомственных барьеров и бюрократических процедур. Именно такой переход способен превратить цифровизацию из платформы, лишь копирующей старые проблемы в новой форме, в мощный инструмент повышения эффективности государственного управления и, в конечном счете, улучшения демографической ситуации в стране.

Вклад авторов

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Authors' contributions

All authors contributed equally to the preparation of the manuscript.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The authors declare no conflicts of interest.

Список источников

1. Антонов, А. И. Социология рождаемости: теоретические и методологические проблемы / А. И. Антонов. – Москва : Статистика, 1980. – 271 с. – Текст : непосредственный.
2. Вишневский, А. Г. Избранные демографические труды : в 2-х т. / А. Г. Вишневский. – Москва : Наука, 2005. – Текст : непосредственный.
3. Зуденкова, С. А. Государственная семейная политика как инструмент поддержки рождаемости / Зуденкова С. А., Шкурко Д. В. – Текст : непосредственный // Вопросы российского и международного права. – 2024. – Т. 14, № 12-А. – С. 83–90.
4. Семья и демографические процессы в современной России : монография / Т. К. Ростовская, В. Н. Архангельский, А. Е. Иванова [и др.]. – <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-907427-21-1.2021>. – Москва : Экон-Информ. – 2021. – 260 с. – Текст : непосредственный.
5. Гидденс, Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации / Э. Гидденс; пер.: Тюрина И. – Москва : Академический проект, 2003. – 528 с. – Текст : непосредственный.
6. Штомпка, П. Доверие — основа общества / П. Штомпка ; пер. с пол. Н. В. Морозовой. – Москва : Логос, 2012. – 445 с. – Текст : непосредственный.
7. Tolmacheva, S. V. Intercultural communication and values-based orientations of youth: social mobility and problems of self-realisation / Tolmacheva, S. V., Skok N. I., Fomichev I. Yu. – <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.170>. – Text : direct // International Journal of Criminology and Sociology. – 2020. – Vol. 9. – P. 1499–1506.
8. Аквазба, Е. О. Современные неполные семьи: социальный аспект / Е. О. Аквазба, Н. И. Скок. – Текст : непосредственный // Russian Economic Bulletin. – 2020. – Т. 3, № 6. – С. 235–238.
9. Конев, Ю. М. Социальный контроллинг / Ю. М. Конев, О. В. Третьякова, Ю. О. Баикина. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2023. – Т. 16, № 3. – С. 35–50.
10. Коуз, Р. Фирма, рынок, право / Р. Коуз; пер. с англ.: Б. Пинскер. – Москва : Фонд Либеральная миссия : Новое изд-во. – 2007. – 221 с. – Текст : непосредственный.
11. Уильямсон, О. И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, «отношенческая» контрактация / О. И. Уильямсон; науч. ред. и вступ. ст. В. С. Катькало. – Санкт-Петербург : Лениздат, 1996. – 702 с. – Текст : непосредственный.
12. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: пер. с нем. / Ю. Хабермас; под ред. Д. В. Скляднева. – Санкт-Петербург : Наука, 2000. – 377 с. – Текст : непосредственный.
13. Сидоров, А. Ю. Субъект-объектные и субъект-субъектные отношения компонентов информационных систем при взаимодействии молодежи и власти / А. Ю. Сидоров, О. М. Барбаков, Ю. М. Конев. – <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2024-4-94-108/>. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2024. – Т. 17. – № 4. – С. 94–108.
14. Тихонов, А. В. Социология управления / А. В. Тихонов. – Москва : Канон + РООИ «Реабилитация», 2020. – 472 с. – Текст : непосредственный.
15. Семья в контексте социально-демографической политики региона / Л. Л. Мехришвили, С. А. Шестаков, Ш. Ф. Фарахутдинов, А. В. Юдашкин. – Текст : непосредственный // Социология. – 2023. – № 4. – С. 118–128.
16. Фарахутдинов, Ш. Ф. Влияние социальных институтов на формирование традиционных семейных ценностей: экспертный анализ / Ш. Ф. Фарахутдинов, Л. Л. Мехришвили. – Текст : непосредственный // В сб.: Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы : материалы XI Междун. науч.-практ. конф. – Иркутск, 2025. – С. 801–806.

17. Устинова, О. В. Поддержка многодетности как элемент демографической политики / О. В. Устинова. – Текст : непосредственный // В сб. : Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества : ресурсы, проблемы, перспективы: материалы IX Междун. науч.-практ. конф. / Под общей ред. О. А. Полюшкевич. – Иркутск, 2023. – С. 219–222.
18. Ростовская, Т. К. Освещение семейно-демографической политики в СМИ : результаты всероссийского исследования / Т. К. Ростовская, Е. Н. Васильева. – <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.1.20>. – Текст : непосредственный // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения. – 2022. – Т. 27, № 1. – С. 236–248.

References

1. Antonov, A. I. (1980). Sociology of birth rate: theoretical and methodological problems. Moscow, Statistika Publ., 271 p. (In Russ.).
2. Vishnevsky, A. G. (2005). Selected demographic works. Moscow, Nauka Publ. (In Russ.).
3. Zudenkova, S. A. & Shkurko, D.V. (2024) Gosudarstvennaya semeinaya politika kak instrument podderzhki rozhdaemosti. Matters of Russian and International Law, 14 (12A), pp. 83-90. (In Russ.).
4. Rostovskaya, T. K., Arkhangelsky, V. N., Ivanova, A. E., Kuchmaeva, O. V., & Semenova, V. G. (2021). Family and Demographic Processes in Modern Russia. Moscow, Econ-Inform Publ. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/monogr.978-5-907427-21-1.2021>
5. Giddens, A. (1984). The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. University of California Press. (In English).
6. Sztompka, P. (2007). Zaufanie — fundament społeczeństwa Krakow : Wydawnictwo znak. (In Polish).
7. Tolmacheva, S. V., Skok, N. I., & Fomichev, I. Y. (2020). Intercultural communication and values-based orientations of youth: Social mobility and problems of self-realisation. International Journal of Criminology and Sociology, (9), pp. 1499-1506. (In English). <https://doi.org/10.6000/1929-4409.2020.09.170>
8. Akvazba, E. O., & Skok, N. I. (2020). Modern single-parent families: social aspect. Russian Economic Bulletin, 3(6), pp. 235-238. (In Russ.).
9. Konev, Yu. M., Tretyakova, O. V., & Baikina, Yu. O. (2023). Social controlling. Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, 16(3), pp. 35-50. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2023-3-35-50>
10. Coase, R. H. (1992). The firm, the market, and the law. University of Chicago press. (In English).
11. Williamson, Oliver E. (1985). The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting. New York : Free Press ; London : Collier Macmillan. (In English).
12. Habermas, Jürgen (1992). Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln. Frankfurt am Main: Suhrkamp Taschenbuch Verl. (In German).
13. Sidorov, A. Yu., Barbakov, O. M., & Konev, Yu. M. (2024). Subject-object and subject-subject relationships of components in information systems during the interaction between youth and authorities. Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, 17(4), pp. 94-108. (In Russ.) <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2024-4-94-108>
14. Tikhonov, A. V. (2020). Sociology of Management. Moscow, Canon + Rehabilitation Research Center Publ., 472 p. (In Russ.).

15. Mekhrishvili, L.L., Shestakov, S.A., Farakhutdinov, Sh.F., & Yudashkin, A.V. (2023). Family in the context of the socio-demographic policy of the region. *Sociology*, (4), pp. 118-128. (In Russ.).
16. Farahutdinov, Sh. F. & Mekhrishvili, L. L. (2025). Vliyanie social'nyh institutov na formirovanie tradicionnyh semejnyh cennostej: ekspertnyj analiz. V sb.: Social'naya konsolidaciya i social'noe vosпроизводство sovremennogo rossijskogo obshchestva: resursy, problemy, i perspektivy : materialy XI Mezhdun. nauch.-prakt. konf. Irkutsk, pp. 801-806. (In Russ.).
17. Ustinova, O. V. (2023). Podderzhka mnogodetnosti kak element demograficheskoy politiki. Ustinova. V sb. : Social'naya konsolidaciya i social'noe vosпроизводство sovremennogo rossijskogo obshchestva : resursy, problemy, perspektivy: materialy IX Mezhdun. nauch.-prakt. konf. Irkutsk, pp. 219-222. (In Russ.).
18. Rostovskaya, T. K., & Vasilieva, E .N. (2022). The presentation of family and demographic policy in the media: results of the all-russian study. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4. Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya*, 27(1), pp. 236-248. (In Russ.).

Информация об авторах / Information about the authors

Устинова Оксана Вячеславовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, ustinovaov@tyuiu.ru

Герасимова Галина Ивановна, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень, gerasimovagi@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5670-1784>

Oksana V. Ustinova, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, ustinovaov@tyuiu.ru

Galina I. Gerasimova, Doctor of Sociological Sciences, Professor at the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen, gerasimovagi@tyuiu.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5670-1784>

Поступила в редакцию / Received 01.04.2026

Поступила после рецензирования / Revised 21.04.2026

Принята к публикации / Accepted 28.04.2026

Научная статья / Original research article

УДК 316.6

DOI: <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-131-148>

EDN: KZOTCI



Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Свердловской области)

В. Ю. Черкасова

Уральский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (УИУ РАНХиГС), Екатеринбург, Российская Федерация
violett-cherckasowa@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена актуальным проблемам формирования имиджа региона в современных условиях, с акцентом на значимую роль средств массовой информации и социальных сетей. Исследуются различные подходы к пониманию термина «имидж региона», раскрываются компоненты структуры имиджа — исторические, экономические, культурные и природные аспекты. Особый упор делается на анализе механизмов воздействия СМИ на восприятие региона жителями и потенциальными инвесторами. Автор подробно рассматривает имидж Свердловской области, демонстрируя эффективные приемы продвижения региона с использованием медийных инструментов. Приведены конкретные примеры успешных кампаний, направленных на привлечение внимания общественности к достижениям и возможностям региона. Анализируются специальные проекты, информационные кампании и маркетинговые инициативы, нацеленные на продвижение инвестиционной привлекательности, экологической устойчивости и культурного наследия региона. Исследуется проблема соответствия между официальным имиджем, создаваемым органами власти, и реальным восприятием региона населением. Отмечается необходимость комплексного подхода к развитию позитивного имиджа, сочетающего стратегическое управление информационными потоками и реальную модернизацию социальной и экономической среды региона. Органам государственной власти и специалистам автором предложены рекомендации по совершенствованию процессов формирования и поддержания благоприятного имиджа региона. В частности, рассматриваются возможные пути повышения открытости и прозрачности управленческих решений, а также перспективы дальнейшего развития цифровых инструментов для привлечения широкой аудитории.

Ключевые слова: имидж, средства массовой информации, общественное сознание, стратегическое управление, регион

Для цитирования: Черкасова, В. Ю. Формирование имиджа региона в средствах массовой информации (на примере Свердловской области) / В. Ю. Черкасова. — <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-131-148> // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2026. — № 2. — С. 131–148. — EDN: KZOTCI

Creating a region's image in the media (using the Sverdlovsk Region as an example)

Violetta Yu. Cherkasova

Ural Institute of Management — branch of RANEPA, Yekaterinburg, Russian Federation
violett-cherckasowa@yandex.ru

Abstract. This article focuses on contemporary issues in the formation of a regional image under modern conditions, with an emphasis on the significant role of mass media and social networks. The author examines different approaches to the understanding of term "regional image" and identifies its main structural components — historical, economic, cultural, and environmental factors. The article specifically analyzes the mechanisms through which mass media shape public perceptions of a region among residents and potential investors. The author considers in detail the image of Sverdlovsk Oblast and demonstrates effective techniques for regional promotion using media instruments. The study provides concrete examples of successful campaigns designed to increase public awareness of the region's achievements and opportunities. It also examines special projects, information campaigns, and marketing initiatives aimed at strengthening the region's investment attractiveness, environmental sustainability, and cultural heritage. The article explores the issue of coherence between the official image promoted by state authorities and the actual perception of the region among the population. It emphasizes the need for a comprehensive approach to developing a positive regional image. This approach combines strategic management of information flows with the real modernization of the region's social and economic environment. The author offers several recommendations for public authorities and communication specialists to enhance the processes of creating and maintaining a favorable regional image. In particular, the article discusses possible ways to increase openness and transparency of administrative decision-making, and also the future development of digital instruments for attracting broader audiences.

Keywords: image, mass media, public consciousness, strategic management, region

For citation: Cherkasova, V. Yu. (2026). Creating a region's image in the media (using the Sverdlovsk Region as an example). *Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics*, (2), pp. 131-148. (In Russ.). <https://doi.org/10.31660/1993-1824-2026-2-131-148>

Введение

Современные инструменты управления территориями позволяют добиться создания устойчивого образа, что обусловлено необходимостью регионов конкурировать за ресурсы. Формирование положительного имиджа территории позволит привлечь инвесторов, туристов, квалифицированную рабочую силу, а также станет решающим аргументом в пользу этой территории при распределении бюджета федеральными органами власти.

Понятие «имидж» имеет множество толкований в научной литературе. Из английского языка к нам пришел дословный перевод — image — «образ», «изображение», «отражение». В Большой российской энциклопедии дается следующее определение: «имидж, в теории и практике массовой коммуникации — целостный, эмоционально нагруженный образ презентруемого или рекламируемого человека, товара, бренда (торговой марки) и других объектов, к которым ставится задача сформировать определенное (как правило, позитивное) отношение» [1].

Соответственно в формировании имиджа акцент должен быть сделан на целостности и эмоциональности образа, а также на создании определенного отношения (чаще положительного) через данную целостность и эмоциональность.

Дефиниция «имидж региона» имеет разные трактовки. Основная трудность для исследователя заключается в огромном разнообразии составляющих этого имиджа, приходится учитывать разные подходы и аспекты. Здесь и географическое положение регио-

на, и его история, и особенности управления регионом, менталитет населения, достопримечательности и, конечно, тот образ, который транслируют СМИ и социальные сети.

Литературный обзор

Мы остановимся на нескольких подходах к определению этого понятия. Так, Всемирная туристская организация давала ранее следующее определение имиджа территории (страны, региона): «Имидж территории — совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков территории, собственного опыта людей и слухов, влияющих на создание определенного образа» [2].

И. П. Черная под имиджем региона понимает «совокупность черт, эмоциональных и рациональных представлений, появляющихся при сравнении имеющихся признаков, которыми обладает территория, слухов, повседневного опыта, содействующих формированию определенного образа» [3]. А. А. Добрикова представляет имидж региона как: «в эстетическом отношении привлекательный, эмоционально наполненный, рационально формируемый, транслируемый путем социокультурной коммуникации, основанный на социокультурном укладе региона, представленном в знаковой форме постоянных показателей» [4]. И. С. Важенина понимает под имиджем территории «образующийся по отношению к определенной территории специфичный исторический, политический, социально-экономический, природно-климатический, этнографический, морально-психологический набор убеждений и ощущений» [5]. А. В. Сасим предлагает следующее определение имиджа: «Имидж — это образ (территории, региона, страны) в представлении различных групп населения» [6].

В рамках нашей работы наиболее близким по контексту выступает следующее определение: «Целенаправленное создание определенного образа с помощью различных стратегий и в разных контекстах, которое не всегда совпадает с реальностью, при этом немаловажная роль отводится средствам массовой информации» [7]. В этом определении важен акцент на то, что этот образ создается целенаправленно, но при этом не всегда отражает реально существующее положение дел. Существенное значение в формировании образа региона имеют СМИ.

Тем не менее далеко не всегда результат проектирования имиджа совпадает с изначальным его видением органами власти.

В своей статье А. А. Тыкин выделяет три типа имиджа региона: «целенаправленно проектируемый, идеальный для общественного сознания и реальный» [8]. Целенаправленно проектируемый — это те усилия органов власти по формированию имиджа, которые предпринимаются постоянно. Идеальный — это то видение территории, которое заложено в цель этих усилий. Реальный — тот образ, который складывается из совокупности многих факторов, в том числе реальной ситуации и воздействия через СМИ. Кроме того, можно выделить объективную и субъективную составляющую в структуре имиджа региона. К объективной относятся те положительные и отрица-

тельные стороны, которые либо усиливают, либо ослабляют конкурентоспособность региона: культурно-досуговая сфера, возможности для карьерного роста, число детских дошкольных учреждений, возможность получить качественное образование, налаженный транспорт, качество дорог, ЖКХ, количество магазинов и ТЦ, игровые и спортивные площадки, фитнес-центры, экология, здравоохранение и т. д. К субъективным аспектам можно отнести персональный опыт и восприятие, наблюдение туристов и бизнесменов, столкновение и впечатление от полученных государственных и муниципальных услуг, подача в СМИ.

СМИ служат ключевым каналом формирования общественного мнения, транслируют ценности региона, его достижения и особенности. Формирование образа региона — это долгосрочная стратегическая задача, а не разовая акция, и на нее должны быть направлены постоянные усилия органов власти, что включает: создание запоминающихся инфоповодов, пресс-туры для журналистов, медиафестивали, выставки, форумы, партнерства органов власти и СМИ [9].

СМИ разного уровня создают образ территории как на ней, так и за ее пределами. Достоянием зарубежной общественности являются публикации в иностранных СМИ, федеральные СМИ влияют на общенациональное восприятие, а региональные отвечают за локальный имидж территории, прежде всего, для ее населения [10].

Существует множество примеров успешного позиционирования территорий. Например, у Калужской области сформирован образ русской Силиконовой долины через освещение в СМИ автопрома и IT-кластеров. Калининградская область представлена в инфополе как маленькая Европа, музей Канта, янтарь, замки и пляжи. Татарстан — символ религиозного многообразия (храм всех религий), Универсиада, культура и наука. Алтайский край у нас ассоциируется с экотуризмом, природой, здоровым образом жизни, Нижний Новгород — столица Поволжья, кузница кадров и т. д. [11].

Что касается Свердловской области, то часто возникает образ сурового края с талантливыми людьми (Свердловский рок-клуб, например), а еще вспоминаются сказы Бажова, расстрел царской семьи, заводы, тюрьмы и бескрайние просторы.

Измерение эффективности формирования имиджа может замеряться разными способами. Это проведение социологических опросов, которые могут замерить узнаваемость территории, ассоциации, возникающие по отношению к ней, лояльность, чувство гордости за регион.

Так, в статье Н. Г. Чевтаевой, А. В. Ручкина и Т. А. Сергеевой: «Анализ восприятия имиджа региона в общественном сознании (на примере Свердловской области)» описываются результаты исследования по изучению имиджа Свердловской области в общественном мнении. Авторы замеряют чувство гордости за свою малую родину, сильные и слабые стороны имиджа и доминирующие ассоциации, с ним связанные. Свердловская область — это прежде всего сильный промышленный регион (так полагает 71,6 % респондентов, в рамках данного исследования). На втором

месте восприятие области как культурного центра (20,4 % опрошенных). Транспортным узлом России наш регион считают 17 % респондентов. Есть сторонники видения региона как инновационного центра — таких 15 % [12].

Помимо социологического опроса, положительный результат управления имиджем может подтвердить нам статистика по количеству населения в регионе, рост туризма, инвестиций, переездов, успешного бизнеса.

Также мы можем посмотреть цифровую аналитику и провести медиамониторинг, узнать, какой образ территории создается в СМИ.

Материалы и методы

Для актуального анализа имиджа Свердловской области в СМИ лучше всего подходит анализ больших данных, осуществленный при помощи ресурса «Медиалогия», который позволяет проанализировать содержание всех вышедших в СМИ материалов за определенный период. Был выбран период с 1 июня 2025 г. по 18 сентября 2025 г. Этот интервал охватывает ряд ключевых имиджевых событий региона, включая выборы губернатора и выставку «Иннопром», что обеспечивает репрезентативность результатов. Кроме того, достаточно объемная категория «Свердловская область» не позволяет технически расширить исследование, так как задействован очень большой массив данных.

Было проанализировано общее количество опубликованных за рассматриваемый период материалов о Свердловской области. Всего было зафиксировано 247 597 публикаций, что позволило выявить тенденции и закономерности.

Для детализации были выделены ключевые показатели каждой публикации:

- количество сообщений;
- категория СМИ (интернет, телевидение, радио, пресса);
- уровень издания (федеральный, региональный, международный);
- рубрика публикации;
- эмоциональный тон (позитивный, нейтральный, негативный);
- индекс вовлечения (лайки, репосты, комментарии).

Помимо традиционных СМИ, оценивалось взаимодействие публикаций с аудиторией социальных платформ. Использовался индекс вовлеченности, позволяющий определить степень популярности материала. Выбор методов обусловлен необходимостью комплексного подхода к исследованию имиджа региона.

Результаты и обсуждение

Рассмотрим динамику количества сообщений за период с 01.06.2025 по 18.09.2025 г. (рис. 1).

Всего за 3,5 месяца в инфополе СМИ в контексте описания региона было опубликовано 247 597 материалов.

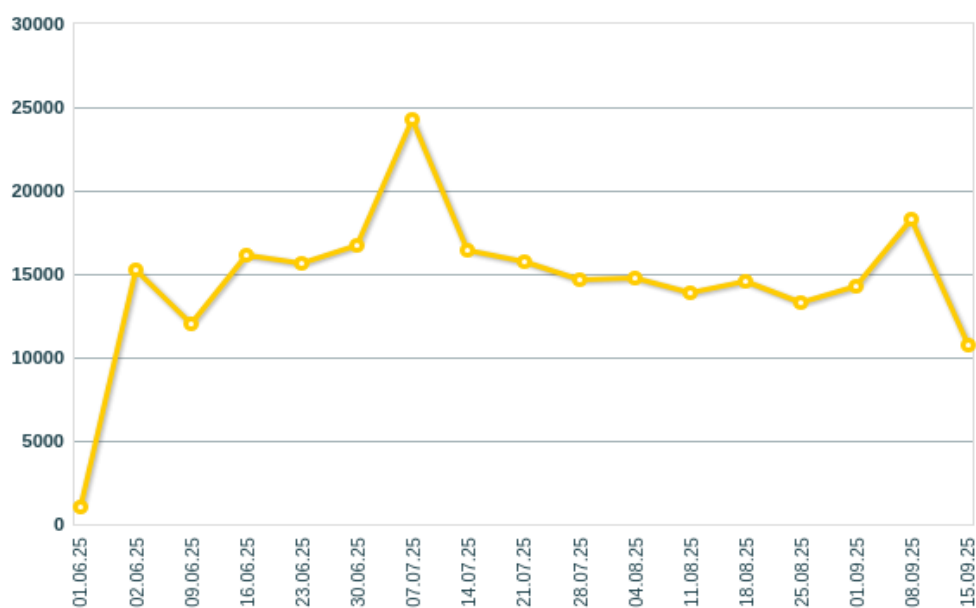


Рис. 1. Динамика количества сообщений, связанных со Свердловской областью, в СМИ, за период с 01.06.2025 по 15.09.2025

Fig. 1. Dynamics of the number of media reports related to the Sverdlovsk Region, from 01.06.2025 to 15.09.2025

Пик публикаций (24 241) пришелся на первую неделю июля, что связано с открытием выставки «Иннопром». Также большое количество материалов вышло в течение второй недели сентября (18 310), что обусловлено прошедшими выборами губернатора.

Облако тегов (рис. 2) демонстрирует нам ключевые слова, которые связаны в этот период со Свердловской областью.



Рис. 2. Облако тегов (ключевых слов), которые встречаются в публикациях
Fig. 2. Tag cloud (keywords) used in publications

Чаще всего упоминается обозначение региона — Свердловский, Уральский, область, регион, Урал, а также столица Свердловской области — город Екатеринбург, новый губернатор Д. В. Паслер. Все это — объективные элементы имиджа региона. Присутствуют элементы культурной и общественной жизни: выставка «Иннопром», как говорилось выше, конкурс, фестиваль, спорт, форум, проект, выборы. Среди других городов области чаще всего упоминается Тагил.

Характер упоминаний (рис. 3) по большей части нейтральный (201 745). Хотя присутствует и положительная (31 202), и отрицательная (14 650) тональность в публикациях СМИ. Больше всего нейтральных и положительных упоминаний приходится на период первой недели июля и второй недели сентября, что связано с активностью общественной жизни («Иннопром» и выборы). Негативные же упоминания не имеют таких ярких всплесков и встречаются на протяжении всего исследуемого периода с практически одинаковой выраженностью.

Рейтинг публикаций составляется на основе оценки медиаиндекса — показателя эффективности PR в СМИ. Он складывается из влияния источника (цитируемость в СМИ и соцсетях), заметности сообщения (место выхода, размер сообщения) и тональности (позитив/негатив, главная/эпизодическая роль, прямая речь, иллюстрации, заголовки).

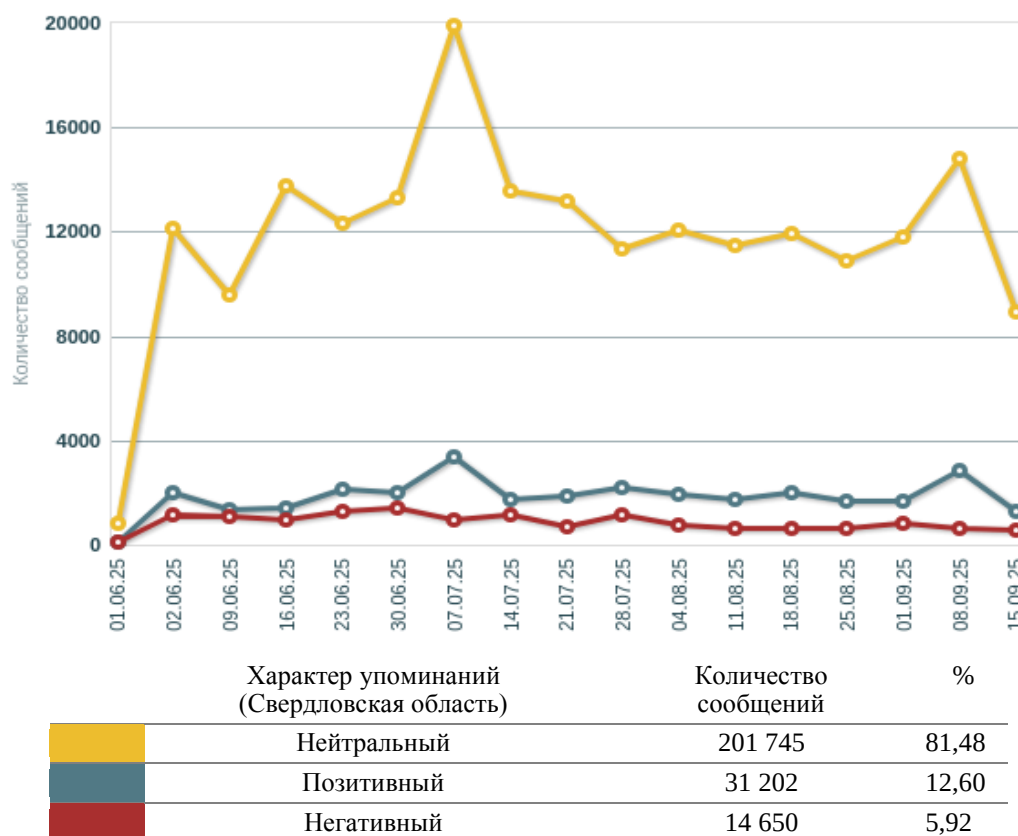


Рис. 3. Распределение публикаций по характеру упоминаний в СМИ
Fig. 3. Distribution of publications by the nature of media mentions

Самый высокий медиаиндекс имеет публикация, связанная с приглашением индийцев в Свердловскую область («В Свердловской области готовы пригласить до миллиона специалистов из Индии, КНДР и со Шри-Ланки», Коммерсант. 10.07.2025. Медиаиндекс — 343). Данная публикация как раз относится к имиджевым материалам, поскольку подчеркивает расширение контактов руководства территории, PR на международной арене, приглашение зарубежных партнеров и улучшение экономической ситуации. На втором месте по цитированию находятся публикации о выборах губернатора (284): процедуре, кандидатам, явке избирателей. Такие материалы необходимы, так как подчеркивают управляемость и стабильность территории. Замыкает топ-3 положительных инфоповодов отчет о работе мэра Екатеринбурга (269). Подчеркивается, что Екатеринбургская городская Дума удовлетворена работой мэра А. Орлова в 2024 г. Эффективность его работы в частности иллюстрируется тем, что в 2024 г. размер заработной платы в Екатеринбурге превысил 100 тыс. рублей (правда, не указывается, у кого), что на четверть больше уровня 2020 г., по заявлению Орлова. Это один из аспектов того, что город стал лидером в рейтинге социально-экономического развития среди городов-миллионников (в топ не включаются Москва и Санкт-Петербург).

Также мэр осветил все стороны городской жизни и доложил о существенных положительных изменениях. С помощью таких материалов создается положительный портрет руководителей органов власти Екатеринбурга и Свердловской области. Здесь отчетливо видна качественная работа пресс-службы Администрации города Екатеринбурга.

Другие положительные упоминания связаны с Днем города, «Иннопром», фестивалем креативных индустрий (на котором выступали иностранные эксперты), фестивалем «Движение — 2025», приезжими артистами (группа «Мальбэк»), конкурсом «Предприниматель года города Екатеринбурга 2025», описанием льгот и выплат, которые положены свердловским многодетным семьям.

В результате анализа положительных упоминаний в СМИ можно утверждать, что позитивная тональность связана с сообщениями, которые описывают знаковые для Свердловской области культурные мероприятия и отчетность органов власти об успехах в управлении, положительными изменениями в законодательстве и расширением международных контактов.

Негативный характер упоминаний представлен вдвое меньшем объеме, но анализ отрицательных событий также необходим для понимания, каких тем в инфополе требуется избегать и что составляет отрицательные черты имиджа Свердловской области.

На первом месте упоминание об обрушении офисного здания в Екатеринбурге (медиаиндекс — 315). Несмотря на то, что некоторые статьи представлены в положительной коннотации: «Спасатели завершили работу после обрушения офисного здания в Екатеринбурге», ключевой аспект — это обрушение, а он негативен. На втором месте — события, связанные с задержанием редактора URA.RU Д. Аллаярова (–272).

Третье место занимает информация о том, что в Екатеринбурге опровергли данные об отравлении обвиняемого в СИЗО (–270).

Среди отрицательных инфоповодов: взрыв газа в Серове, уголовное дело уроженцев Азербайджана, Свердловская область в тройке лидеров по наркомании в России, лишение наград бойцов СВО, проблемы с мобильным интернетом, задержание за коррупцию бывшего замруководителя Научно-исследовательского института и т. д.

Соответственно, основная часть негатива в СМИ связана со случившимися чрезвычайными происшествиями, и даже если в заголовке упоминание носит положительный характер, например, по оказании помощи пострадавшим, само событие негативное, а значит, обладает негативным медиаиндексом и вызывает отрицательные эмоции.

Здесь мы можем сделать вывод, что формирование положительного имиджа территории в СМИ невозможно без положительной динамики в изменении инфраструктуры территории. Работа органов власти должна вестись по предотвращению и профилактике чрезвычайных происшествий, только тогда негативных публикаций в СМИ будет меньше.

Далее мы рассмотрим анализ публикаций в региональных СМИ о Свердловской области в контексте упоминания ее достопримечательностей. Всего за исследуемый период опубликовано более 3 000 новостей на эту тему. Тем не менее не все публикации касаются успехов именно нашего региона, иногда он фигурирует косвенно.

Среди достижений области упоминаются: сваренный в Верхней Пышме первый шов кузова поезда для высокоскоростной магистрали Москва — Санкт-Петербург; открытие участка скоростной автотрассы Москва — Казань — Екатеринбург; новый трехсекционный трамвай «Синара», который испытывают в Екатеринбурге; два туристических маршрута («Императорский» и «Демидовский»), которые получили статус национальных и приспособлены для людей с инвалидностью; «Поезд Героев» с сотней пассажиров прибыл в Екатеринбург; в селе Щелкун Свердловской области 10 августа впервые пройдет «Немайская прогулка» — мероприятие, объединяющее спорт, творчество и экологию; для Екатеринбурга создадут сайт, помогающий туристам ориентироваться в городе, выбирать досуг и планировать посещение достопримечательностей, и др.

Все эти мероприятия интересны как туристам, так и жителям области, поскольку создают имидж развивающейся территории и делают ее привлекательной для посещения. Эти темы можно развивать и поддерживать к ним интерес более длительный период, что также положительно сказывается на образе региона.

Анализ СМИ по уровням представлен на рисунке 4 («Медиалогия» помимо федеральных и региональных СМИ мониторит и зарубежные источники).

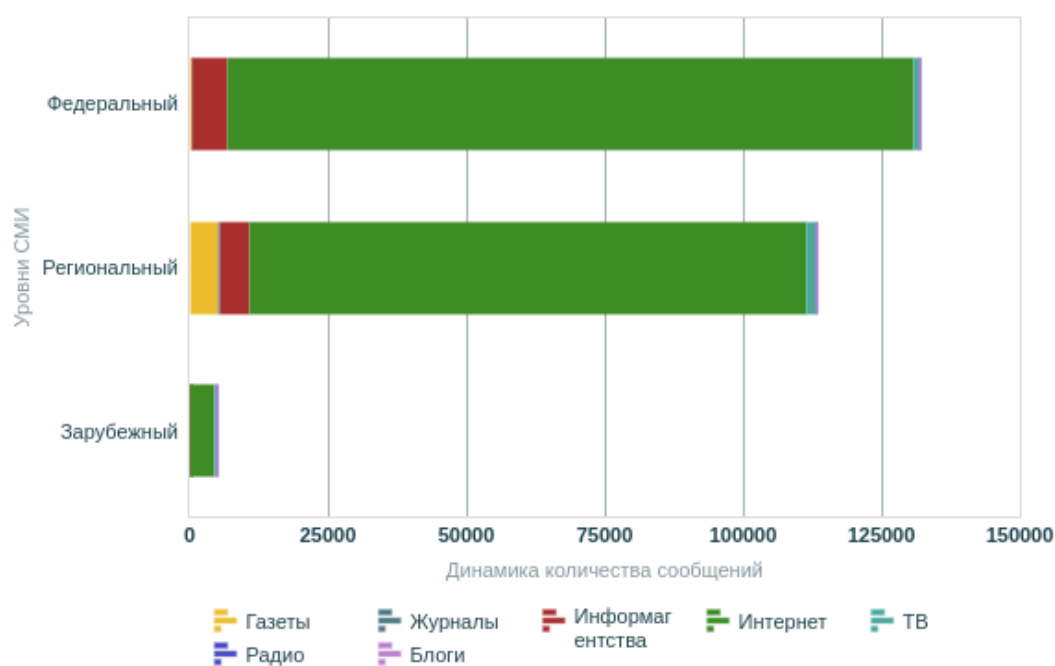


Рис. 4. Распределение средств массовой информации по уровням распространения

Fig. 4. Distribution of mass media outlets by distribution level

Больше всего публикаций о Свердловской области за изучаемый период было сделано в федеральных СМИ (131 691). В региональных СМИ опубликовано 113 151 сообщений. На зарубежном уровне издали всего 4 670 материалов. Категории СМИ распределены в таблице 1.

Таблица 1. Категории СМИ, в которых представлены сообщения с упоминанием Свердловской области

Table 1. Categories of media in which messages mentioning the Sverdlovsk Region are presented

Категории СМИ	Количество сообщений
Интернет	229 014
Информативность	12 133
Газеты	5 669
ТВ	2 297
Журналы	364
Радио	35
Блоги	0

С точки зрения целенаправленного формирования имиджа нас прежде всего интересуют региональные СМИ, указанные в таблице 2.

Представленные СМИ в основном из Екатеринбурга, также в топ-20 фигурируют СМИ из Каменска-Уральского и Ирбита. По большей части это интернет-СМИ, только «Областная газета» представлена и печатным и цифровым форматом. Из телевизионных каналов в лидеры по количеству сообщений вошло ОТВ.

Таблица 2. Региональные СМИ по количеству сообщений (топ 20)
Table 2. Regional media outlets by number of reports (top 20)

№	Наименование СМИ	Количество сообщений	Категория СМИ	Город
1	БезФормата Екатеринбург (ekaterinburg.bezformata.com)	12 094	Интернет	Екатеринбург
2	Новости Урала (ural-news.net)	5 103	Интернет	Екатеринбург
3	Областная газета (oblgazeta.ru)	1 567	Интернет	Екатеринбург
4	Ura.ru (ura.news)	1 419	Интернет	Екатеринбург
5	Уральский меридиан (ural-meridian.ru)	1 300	Информагентства	Екатеринбург
6	Комсомольская правда (ural.kp.ru)	1 068	Интернет	Екатеринбург
7	ИА Европейско-Азиатские новости (ЕАН)	816	Интернет	Екатеринбург
8	Московский Комсомолец (eburg.mk.ru)	778	Интернет	Екатеринбург
9	Официальный сайт Правительства Свердловской области (midural.ru)	708	Интернет	Екатеринбург
10	Департамент информационной политики Свердловской области (све.рф)	698	Интернет	Екатеринбург
11	Аргументы и Факты (ural.aif.ru)	672	Интернет	Екатеринбург
12	Областная газета	658	Газеты	Екатеринбург
13	Коммерсантъ # Екатеринбург (Урал).ru	611	Интернет	Екатеринбург
14	Сигнал (signalural.ru)	577	Интернет	Екатеринбург
15	ИнфоИсеть (infoiset.ru)	571	Интернет	Екатеринбург
16	Уральский рабочий (уральский-рабочий.рф)	523	Интернет	Екатеринбург
17	Портал г. Каменск-Уральский (ku66.ru)	521	Интернет	Каменск-Уральский
18	E1.ru (e1.ru)	512	Интернет	Екатеринбург
19	Ирбит (irbit.city)	505	Интернет	Ирбит
20	ОТВ # Екатеринбург	480	ТВ	Екатеринбург

Платформа «БезФормата» — это агрегатор российских региональных новостей. Сайт предназначен для популяризации малоизвестных в пределах всей страны региональных СМИ, в противовес федеральным новостям, и он, по сути, собирает все новости из других информационных источников.

Показателем работы региональных органов власти можно считать наличие в топ-20: «Областной газеты» (в двух форматах), которая учреждена правительством и Законодательным собранием Свердловской области, официального сайта правительства Свердловской области (midural.ru) и сайта департамента информационной политики Свердловской области (све.рф). Медиалогия анализирует не только независимые публикации, но и, например, пресс-релизы, что объясняет наличие официальных сайтов органа власти.

Следовательно, можно сделать вывод, что Департамент информационной политики Свердловской области проявляет активность в публикации материалов и формировании имиджа региона.

Проанализируем, чьи публикации находят наибольший отклик в соцмедиа, для этого нам необходимо замерить уровень вовлеченности (рис. 5).

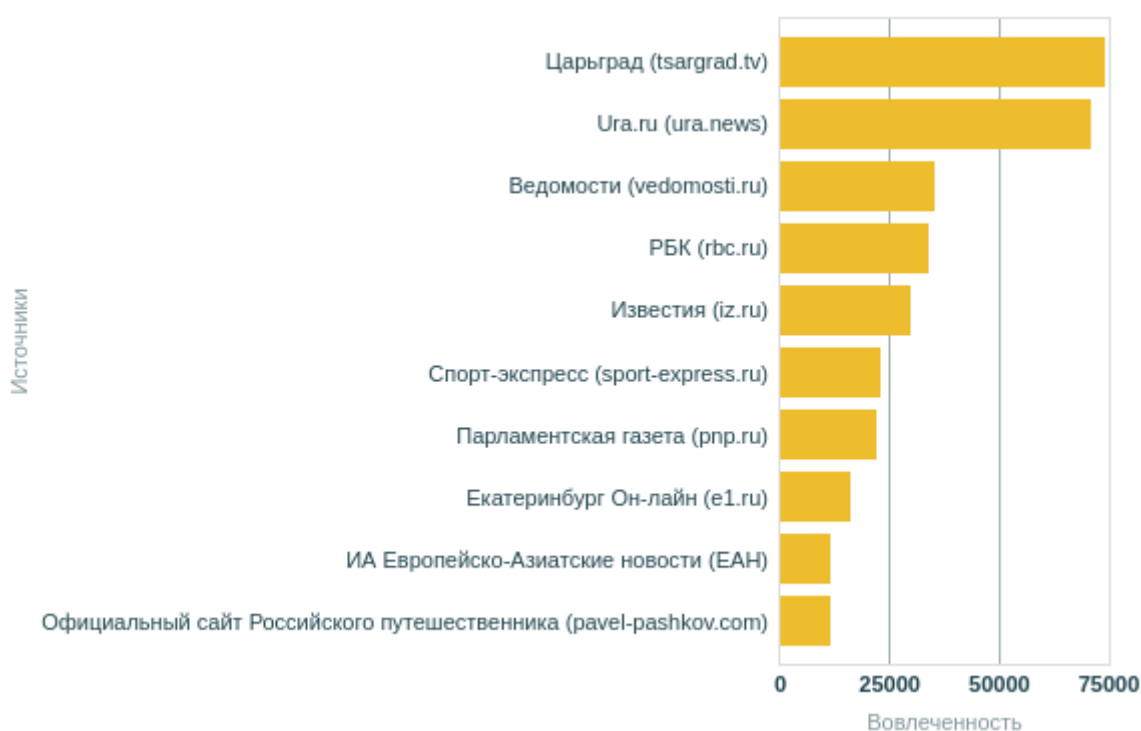


Рис. 5. Уровень вовлеченности в СМИ

Fig. 5. Media engagement level

Вовлеченность в медиалогии — это метрика качества распространения материала, которая учитывает количество лайков, репостов и комментариев в социальных сетях.

Мы видим, что наибольший резонанс имели материалы, вышедшие на телеканале «Царьград», второе место занимает региональное СМИ — Ura.ru, далее «Ведомости», РБК и «Известия». То есть из пятерки лидеров только одно СМИ относится к региональным медиа. В топ-10 еще присутствует E1.RU. Соответственно, для того, чтобы стимулировать вовлеченность, необходимо взаимодействовать не только с региональными медиа, но и федеральными.

Что касается рубрик, где главным образом публикуются новости о Свердловской области, то это, как правило, не лидирующие сообщения, о чем говорит рубрика «Прочее», где опубликованы 77 065 материалов (рис. 6).

На втором и третьем месте по количеству сообщений находятся рубрики «Уровень региональный» (70 147 сообщений) и «Власть» (57 793), которые, как следует из их названий, содержат публикации о работе региональных властей.



Рис. 6. Динамика количества сообщений по рубрикам

Fig. 6. Dynamics of the number of messages by category

Другие популярные разделы — «Транспорт», «Общество и социальная сфера», «Строительство и недвижимость», «Спорт», «Здоровье и медицина», «Наука и образование» и «ЧП». К сожалению, в топ-10 не входят рубрики: «Высокие технологии», «Культура и искусство», «Стиль жизни, туризм, досуг, развлечения». Сообщения о Свердловской области в них присутствуют, но по количеству публикаций их в этих рубриках существенно меньше. А между тем, это именно те сферы, которые привлекательны для туристов, гостей нашего города, инвесторов. Самим жителям тоже приятно, когда в культурной и инновационной сфере происходят какие-то положительные изменения, становящиеся новостью.

Можно порекомендовать PR-отделам органов власти обратить внимание на эти разделы для формирования более позитивного и туристическо-привлекательного имиджа Свердловской области.

Среди популярных персоналий Свердловской области чаще всего упоминается действующий губернатор Д. В. Паслер (табл. 3). У материалов о нем очень высокий медиаиндекс, характер упоминаний скорее позитивный, чем негативный (в процентном соотношении 10 к 1), большой охват и вовлеченность аудитории.

Таблица 3. Статистика упоминания персоналий, имеющих отношение к Свердловской области (Топ-10)**Table 3.** Statistics of mentions of personalities related to the Sverdlovsk Region (Top-10)

№	Название объекта	Количество сообщений	Главная роль	МедиаИндекс	Охват (из открытых источников), млн	Негативный характер упоминаний	Позитивный характер упоминаний	Есть цитирование	Вовлеченность
1.	Паслер Денис Владимирович	42 743	30 588	217 078	207,3	591	5 114	29 242	38 470
2.	Куйвашев Евгений Владимирович	11 647	6 742	45 889	121,4	551	187	4 740	17 584
3.	Савинова Татьяна Леонидовна	3 938	2 321	22 143	65,4	42	136	2 840	5 933
4.	Орлов Алексей Валерьевич	3 712	2 249	23 225	61,6	324	308	1 840	9 449
5.	Бабушкина Людмила Валентиновна	3 078	1 370	28 710	48,1	47	215	2 068	2 676
6.	Жога Артем Владимирович	2 589	1 190	18 653	65,8	10	180	1 685	6 951
7.	Ионин Дмитрий Александрович	2 292	1 338	8 943	49,7	57	12	1 737	1 542
8.	Кузнецов Андрей Анатольевич	2 088	145	10 604	54,5	0	135	199	1 974
9.	Ивачев Александр Николаевич	2 078	178	11 593	55,0	10	322	175	1 686
10.	Каптюг Александр Николаевич	2 068	310	10 409	52,0	3	244	356	1 150

На втором месте, с большим отрывом, располагается Е. В. Куйвашев. Здесь мы можем увидеть, что при достаточно высоком медиаиндексе доминирует негативный характер упоминаний, при большом охвате и высокой вовлеченности соцмедиа. Вовлеченность у Е. В. Куйвашева даже выше, чем у Д. В. Паслера (в процентном соотношении к количеству сообщений).

Остальные участники топ-10 публичных персон в СМИ упоминаются существенно реже, но имеют хороший медиаиндекс. На третьем месте — Т. Л. Савинова, с большим количеством позитивных публикаций и высокой вовлеченностью, на четвертом — А. В. Орлов — примерно равное число позитивных и негативных коннотаций и очень высокой степенью вовлеченности. Замыкает пятерку Л. Е. Бабушкина с более положительными упоминаниями и не очень высокой вовлеченностью.

Помимо перечисленных персон, в рейтинг вошли А. В. Жога, Д. А. Ионин, А. А. Кузнецов, А. Н. Ивачев и А. Н. Каптюг.

Все эти люди также составляют имидж Свердловской области. Упоминание лиц, занимающих высокое положение в органах власти, объяснимо, поскольку внимание СМИ всегда приковано к органам государственного и муниципального управления, тем более во время и в преддверии выборов. Тем не менее недостаток лидеров общественного мнения в сфере науки, культуры, искусства и других сфер, под софитами СМИ, демонстрирует нам некую однобокость и перекос в политическую сферу в подаче информации, так как упомянутые деятели не встречаются ни в топ-20, ни в топ-30 и т. д. Имидж региона — это разные сферы жизни и разные люди, а не только политика и политические деятели, а значит, для того чтобы создавать гармоничный, сбалансированный, разносторонний облик Свердловской области, желательно публиковать материалы о других сферах и других персоналиях.

Выводы

Анализ формирования имиджа Свердловской области в СМИ за период с 01.06.2025 по 18.09.2025 позволяет сделать следующие ключевые выводы.

СМИ играют центральную роль в формировании как целенаправленного, так и реального имиджа региона. Огромный объем публикаций (почти 250 тыс. за 3,5 месяца) и активная работа пресс-служб (о чем свидетельствует присутствие официальных сайтов правительства и Департамента информационной политики в топ-20 региональных СМИ) демонстрируют осознание этого факта органами власти. Однако анализ показывает, что даже самая активная PR-деятельность не может полностью нивелировать негатив, порождаемый реальными событиями (ЧП, скандалы). Формирование устойчивого позитивного имиджа невозможно без параллельной работы над улучшением объективной реальности: инфраструктуры, безопасности, качества госуслуг.

Анализ по рубрикам выявил критическую проблему: подавляющее большинство публикаций сосредоточено в темах «Власть», «Прочее» и «Уровень региональный». При этом рубрики, критически важные для привлечения туристов, инвесторов и талантливой молодежи — «Культура и искусство», «Стиль жизни, туризм, досуг», «Высокие технологии» — находятся за пределами топ-10. Это означает, что потенциал региона в этих сферах (например, национальные туристические маршруты, фестивали, инновации в транспорте) освещается недостаточно, и это ведет к формированию однобокого, «политизированного» образа Свердловской области.

Имидж региона в значительной степени персонифицирован. Губернатор Д. В. Паслер является абсолютным лидером по упоминаниям и медиаиндексу, что свидетельствует об успешной стратегии создания узнаваемого «лица региона». Однако такая стратегия несет в себе риски:

1. Зависимость от одной фигуры — весь имидж оказывается привязан к репутации одного человека.

Отсутствие разнообразия. В топ-10 персон почти нет представителей науки, культуры, спорта или бизнеса. Это создает «однобокий» имидж, перегруженный политикой, и не позволяет региону продемонстрировать свою многогранность. Для создания гармоничного и привлекательного образа необходимо целенаправленно продвигать лидеров мнений из разных сфер жизни.

Негативные публикации (5,92 % от общего объема), связанные с ЧП (обрушение зданий, взрывы) и скандалами (задержания, коррупция), не являются разрозненными эпизодами. Их постоянное присутствие в информационном поле указывает на системные проблемы в управлении рисками и обеспечении безопасности. Попытки «перебить» негатив новостями о выборах или международных контактах дают лишь краткосрочный эффект. Долгосрочное решение — переход от реактивного «тушения» креативных ситуаций к проактивной профилактике.

Текущая стратегия в основном реактивна: она реагирует на события (выборы, «Иннопром») и кризисы. Для перехода на качественно новый уровень необходимо разработать долгосрочную стратегию развития территориального имиджа.

Такая долгосрочная стратегия должна включать:

- определение уникального ценностного предложения региона, выходящего за рамки «сурового Урала» или «промышленного гиганта»;
- создание устойчивых нарративов вокруг культуры, науки, технологий, туризма;
- инвестиции в «мягкую инфраструктуру» — события, фестивали, программы поддержки творческих индустрий, которые генерируют позитивный контент;
- построение партнерств не только с СМИ, но и с инфлюенсерами, блогерами, культурными институциями.

Формирование имиджа Свердловской области — это не просто задача для пресс-службы, а комплексный стратегический проект, требующий синергии усилий всех ветвей власти, бизнеса и гражданского общества. Успех зависит не только от того, что говорят СМИ, но и от того, что происходит на самом деле и какие истории мы выбираем, чтобы их рассказывать миру. Только при условии гармоничного сочетания реальных дел и грамотной, многоплановой коммуникации можно создать имидж региона, который будет привлекать, а не отпугивать.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests. The author declares no conflicts of interest.

Список источников

1. Леонтьев, Д. А. Имидж / Д. А. Леонтьев. — Текст : электронный // Большая российская энциклопедия (2004–2017). — URL: <https://old.bigenc.ru/psychology/text/2005842> (дата обращения: 17.09.2025).

2. Громов, А. А. Развитие туризма как фактор формирования имиджа территории / А. А. Громов. – Текст : электронный // Научный электронный журнал Меридиан. – URL: <https://meridian-journal.ru/site/article67f1/> (дата обращения: 17.09.2025).
3. Черная, И. П. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга / И. П. Черная. – Текст : непосредственный // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 4 – С. 13–18.
4. Добрикова, А. А. Имидж региона в пространстве региональной культуры / А. А. Добрикова. – Текст : непосредственный // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2011. – № 8-4(14). – С. 48–50.
5. Важенина, И. С. Имидж как конкурентный ресурс территории / И. С. Важенина, С. Г. Важенин. – Текст : непосредственный // Регион: Экономика и социология. – 2006. – № 4. – С. 72–84.
6. Сасим, А. В. Маркетинг в туристской индустрии: Конспект лекций (для студентов направления подготовки 100400.62 Туризм). – Омск, 2013.
7. Попова, О. И. Имиджевая политика территории: анализ имиджа Екатеринбурга : монография / О. И. Попова, Е. С. Григорьева, И. Ю. Морозова. – Екатеринбург : Институт международных связей, 2015. – 138 с. – Текст : непосредственный.
8. Тыкин, А. А. Имидж региона: теоретико-методологические аспекты исследования / А. А. Тыкин. – <https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-2-20>. – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2025. – № 2. – С. 69–73.
9. Формирование имиджа региона в контексте его культурного потенциала / Т. В. Крылова, А. А. Шкунова, А. В. Лелекова, С. Э. Волошина. – <https://doi.org/10.24411/2413-046X-2020-10680>. – Текст : непосредственный // Московский экономический журнал. – № 10. – 2020. – С. 447–457.
10. Дроздова, Ю. А. Имидж региона в стратегии развития территории : монография / Ю. А. Дроздова. – Москва : Дело РАНХиГС, 2021. – 396 с. – Текст : непосредственный.
11. Сидорова, Л. П. Формирование бренда города: кейс Нижнего Новгорода / Л. П. Сидорова. – Текст : непосредственный // Социальные практики и развитие городской среды: урбанистика и инноватика : материалы международной научно-практической конференции. Минск, 25–26 ноября 2021 года. – Минск: Белорусский государственный университет, 2021. – С. 262–267.
12. Чевтаева, Н. Г. Анализ восприятия имиджа региона в общественном сознании (на примере Свердловской области) / Н. Г. Чевтаева, А. В. Ручкин, Т. А. Сергеева. – Текст : непосредственный // Вопросы управления. – 2017. – № 2(45). – С. 138–143.

References

1. Leontiev, D. N. Image. Great Russian Encyclopedia (2004-2017). (In Russ.). Available at: <https://old.bigenc.ru / Psychology/text / 2005842>
2. Gromov, A. A. (2020). Tourism Development as a Factor in the Formation of a Territory's Image. Scientific Electronic Journal Meridian. (In Russ.). Available at: <https://meridian-journal.ru/site/article67f1/>
3. Chernaya, I. P. (2002). Image Marketing as a Strategic Direction of Territorial Marketing. Marketing in Russia and Abroad, (4), pp. 13-18. (In Russ.).
4. Dobrikova, A. A. (2011). Region image in regional culture space. Historical, philosophical, political and law sciences, culturology and study of art. Issues of theory and practice, 8-4(14), pp.48-50. (In Russ.).
5. Vazhenina, I. S., & Vazhenin S. G.(2006). Image as a competitive regional. Region: Ekonomika i sotsiologiya, (4), pp. 72-84. (In Russ.).

6. Sasim, A. V. (2013). Marketing in the tourism industry: lecture notes. Omsk. (In Russ.).
7. Popova, O. I., Grigorieva, E. S., & Morozova, I. Yu. (2015). Image Policy of the Territory: Analysis of the Image of Yekaterinburg. Yekaterinburg. Institute of International Relations Publ., 138 p. (In Russ.).
8. Tykin, A. A. (2025). Image of the region: theoretical and methodological aspects of the research. Humanities, social-economic and social sciences, (2), pp. 69-73. (In Russ.). <https://doi.org/10.24412/2220-2404-2025-2-20>
9. Krylova, T. V., Shkunova, A. A., Lelekova, A. V., & Voloshina, S. E. (2020). Formation of the image of the region in the context of its cultural potential. Moscow economic journal, (10), pp. 447-457. (In Russ.). <https://doi.org/10.24411/2413-046X-2020-10680>
10. Drozdova, Yu. A. (2021). Image of the region in the territory development strategy. Moscow: Delo RANEPa Publ., 396 p. (In Russ.).
11. Sidorova, L. P. (2021). Formirovanie brenda goroda: kejs Nizhnego Novgoroda / L. P. Sidorova. – Tekst : neposredstvennyj // Social'nye praktiki i razvitie gorodskoj sredy: urbanistika i innovatika : materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Minsk, 25-26 noyabrya 2021 goda. Minsk, Belorusskij gosudarstvennyj universitet Publ., 2021. Pp. 262-267.
13. Chevtaeva, N. G., Ruchkin, A. V., & Sergeeva, T. A. (2017). Analysis of the perception of image of the region in public consciousness (on the example of Sverdlovsk region). Management issues, 2(45), pp. 138-143. (In Russ.).

Информация об авторе / Information about the author

Черкасова Виолетта Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры государственного управления и политических технологий Уральского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (УИУ РАНХиГС), г. Екатеринбург, violett-cherckasowa@yandex.ru
AuthorID: 472277,
ORCID:[https:// orcid.org/0000-0003-3671-8017](https://orcid.org/0000-0003-3671-8017)

Violetta Yu. Cherkasova, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Public Administration and Political Technologies of the Ural Institute of Management — Branch of RANEPa, Yekaterinburg, violett-cherckasowa@yandex.ru
violett-cherckasowa@yandex.ru
AuthorID: 472277,
ORCID:[https:// orcid.org/0000-0003-3671-8017](https://orcid.org/0000-0003-3671-8017)

Поступила в редакцию / Received 01.04.2026

Поступила после рецензирования / Revised 22.04.2026

Принята к публикации / Accepted 05.05.2026

На научный журнал

«Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика»

(подписной индекс: 19420) можно оформить **подписку** на сайте Объединенного каталога «**Пресса России**»: <https://www.pressa-rf.ru/cat/1/edition/t19420/>,

а также можно подписаться через интернет-магазин

«Пресса по подписке»:

https://www.akc.ru/itm/izvestiy_a-vy_iss_hih-uc_hebny_ih-zavedeniy-sot_siologiy_a-y_ekonomika-politika/

Дата выхода в свет 18.06.2026. Формат 60х90 1/8.

Уч.-изд. л. 9,93. Усл. печ. л. 18,62. Тираж 500. Заказ № 3259

Распространяется по подписке. Цена свободная.

Отдел публикационной активности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования

«Тюменский индустриальный университет».

625000, Тюмень, ул. Володарского, 38.

Типография библиотечно-издательского комплекса ТИУ

625027, Тюмень, ул. Киевская, 52.