



СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ОБЩЕСТВО

SOCIAL PSYCHOLOGY AND SOCIETY

№1/2023



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

MOSCOW STATE UNIVERSITY
OF PSYCHOLOGY AND EDUCATION

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ОБЩЕСТВО
SOCIAL PSYCHOLOGY AND SOCIETY

2023 г. Том 14. № 1

2023. Vol. 14. No. 1

Московский государственный
психолого-педагогический университет

Moscow State University
of Psychology and Education



Главный редактор

Н.Н. Толстых (Россия)

Ответственный секретарь

Е.В. Виноградова (Россия)

Редакционная коллегия

О.А. Гулевич (Россия),
Е.М. Дубовская (Россия),
В.А. Лабунская (Россия),
А.В. Махнач (Россия), Т.А. Нестик (Россия),
Л.А. Пергаменич (Беларусь),
И.Д. Плотка (Латвия), Н.К. Радина (Россия),
О.Е. Хухлаев (Израиль),
Л.А. Цветкова (Россия), Т.И. Шульга (Россия)

Редакционный совет

А.И. Донцов (Россия) – председатель
редакционного совета
Н.Н. Толстых (Россия) – заместитель
председателя редакционного совета
В.А. Лабунская (Россия) – заместитель
председателя редакционного совета
Ф. Зимбардо (США), М. Линч (США),
И. Маркова (Великобритания),
Х. Паласиос (Испания),
Л.А. Пергаменич (Беларусь),
И.Д. Плотка (Латвия), А.А. Файзуллаев
(Узбекистан), К. Хелкама (Финляндия),
Л.А. Цветкова (Россия), Т.И. Шульга (Россия)

«Социальная психология и общество»
индексируется: ВАК Минобрнауки России,
ВИНИТИ РАН, Ядро Российского индекса
научного цитирования (РИНЦ), RSCI,
Web of Science (ESCI), Scopus, EBSCO,
Ulrich's Periodicals Directory, ERIH PLUS,
DOAJ, Google Scholar, Index Copernicus,
East View

Учредитель и издатель

ФГБОУ ВО «Московский государственный
психолого-педагогический университет»

Издается с 2010 года
Периодичность: 4 раза в год
Свидетельство регистрации СМИ:
ПИ № ФС77-67006 от 30.08.2016
Формат 70 × 100/16
Тираж 500 экз.

Все права защищены. Название журнала, логотип,
рубрики, все тексты и иллюстрации являются
собственностью ФГБОУ ВО МГППУ и защищены
авторским правом.

Перепечатка материалов журнала и использование
иллюстраций допускается только с письменного
разрешения редакции.

Позиция редакции может не совпадать с мнением
авторов публикаций.

Editor-in-Chief

N.N. Tolstykh (Russia)

Executive Secretary

E.V. Vinogradova (Russia)

Editorial Board

O.A. Gulevich (Russia),
E.M. Dubovskaya (Russia),
V.A. Labunskaya (Russia),
A.V. Makhnach (Russia), T.A. Nestik (Russia),
L.A. Pergamenshchik (Belarus),
I.D. Plotka (Latvia), N.K. Radina (Russia),
O.E. Khukhlaev (Israel), L.A. Tsvetkova (Russia),
T.I. Shulga (Russia)

Editorial Council

А.И. Dontsov (Russia) – Chairman
of Editorial Council
N.N. Tolstykh (Russia) – Deputy Chairmen
of Editorial Council
V.A. Labunskaya (Russia) – Deputy Chairmen
of Editorial Council
P.G. Zimbardo (USA), M.F. Lynch (USA),
I. Markova (Great Britain), J. Palacios (Spain),
L.A. Pergamenshchik (Belarus),
I.D. Plotka (Latvia),
A.A. Fayzullaev (Uzbekistan),
K. Helkama (Finland), L.A. Tsvetkova (Russia),
T.I. Shulga (Russia)

“Social Psychology and Society” Indexed in:

Higher qualification commission of the Ministry
of Education and Science of the Russian Federation,
Russian Index of Scientific Citing database,
Web of Science (ESCI), Scopus, EBSCO, Ulrich's
Periodicals Directory, ERIH PLUS, DOAJ, Russian
Science Citation Index (RSCI), VINITI Database
RAS, Google Scholar, Index Copernicus, East View

Publisher

Moscow State University of Psychology
and Education

The journal is published since 2010
The journal is published quarterly
Certificate number: PI №FS77-67006
Registration date 30.08.2016
Format 70 × 100/16
500 copies

All rights reserved. Journal title, logo, rubrics
all text and images are the property of MSUPE
and copyrighted.

Using reprints and illustrations is allowed only
with the written permission of the publisher.

The views and opinions expressed
in the article are those of the authors and do not
necessarily reflect the views or positions of the
editorial staff.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Сычев О.А.* Теория моральных оснований: современный взгляд на психологические факторы политических убеждений 5
- Гулевич О.А., Калашник П.В.* Политический юмор в массовой коммуникации 23
- Моторина Л.Е.* Взаимосвязь человека и робота как феномен социального взаимодействия 38

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Собкин В.С., Калашникова Е.А.* Взаимоотношения с родителями подростков из полных/неполных семей и статус среди одноклассников 55
- Григорьева М.В., Шаров А.А., Заграничный А.И.* Формы социальной активности как предикторы региональной идентичности у молодежи 74
- Лепехин Н.Н., Круглов В.Г., Круглова М.А., Тихомирова Н.В., Яшина М.А.* Диспозиционные предикторы конфликтоустойчивости студентов 92
- Ефременкова М.Н., Муращенко Н.В., Гриценко В.В., Стельмах С.А., Бурдина Е.И.* Представления о настоящем и будущем страны как фактор эмиграционной активности студенческой молодежи: кросс-культурный анализ 111
- Шейнов В.П., Белых Т.В., Низовских Н.А., Девыцын А.С.* Личностные корреляты зависимости от социальных сетей белорусских и российских мужчин и женщин 132
- Польская Н.А., Якубовская Д.К., Разваляева А.Ю.* Уязвимость к межличностному отвержению из-за внешности в бодипозитивных и проанорексичных онлайн-сообществах 150
- Хохлов Н.А., Курмелева А.И.* Взаимовлияние отношения к людям и отношения к символически представляющим их вещам 172
- Корягина Н.А., Лямцева А.Е.* Исследование эффекта применения трехчастных конструкций «правила трех» в рекламе 194
- Мейнхард Г., Кочетова Т.В.* Ролевые паттерны «Я-водитель» — «Я-пассажир» в структуре рискованного дорожного поведения водителей разных групп 207

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ

- Панюкова Ю.Г.* Цифровизация информационной среды в контексте экопсихологической модели становления субъектности 222

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

- Светлой памяти Александра Ивановича Донцова 228

CONTENTS

THEORETICAL RESEARCH

- Sychev O.A.* Moral Foundations Theory: Modern View
on the Psychological Factors of Political Beliefs 5
- Gulevich O.A., Kalashnik P.V.* Political Humor in Mass Communication 23
- Motorina L.E.* HRI as a Phenomenon of Social Interaction 38

EMPIRICAL RESEARCH

- Sobkin V.S., Kalashnikova E.A.* Relationships with Parents
of Teenagers from Full/Incomplete Families and Status
among Classmates 55
- Grigoryeva M.V., Sharov A.A., Zagranichniy A.I.* The Forms
of Social Activity as Predictors of Regional Identity
among Young People 74
- Lepekhin N.N., Kruglov V.G., Kruglova M.A.,
Tikhomirova N.V., Iashina M.A.* Dispositional Predictors
of Students' Conflict Resilience 92
- Efremenkova M.N., Murashcenkova N.V., Gritsenko V.V.,
Stelmakh S.A., Burdina E.I.* Perceptions of the Present and Future
of the Country as a Factor of the Emigration Activity
of Student Youth: Cross-Cultural Analysis 111
- Sheinov V.P., Belykh T.V., Nizovskikh N.A., Dziavitsyn A.S.* Personal
Correlates of Dependence on Social Networks of Belarusian
and Russian Men and Women 132
- Pol'skaya N.A., Yakubovskaya D.K., Razvaliaeva A.Yu.* Vulnerability
to Interpersonal Rejection Based on Appearance in Body Positive
and Pro-Anorexic Online Communities 150
- Khokhlov N.A., Kurmeleva A.I.* Mutual Influence between Attitudes
towards People and Attitudes towards Things that Symbolically
Represent Them 172
- Koryagina N.A., Lyamtseva A.E.* Investigation of the Effect
of Using Three-Part Constructions or the "Rule of Three" in Advertising 194
- Meinhard G., Kochetova T.V.* Role Patterns in the Structure
of Risky Traffic Behaviour of Drivers of Different Groups 207

CRITIQUE AND BIBLIOGRAPHY

- Panyukova Y.G.* Digitalization of the Information Environment
in the Context of the Ecopsychological Model of the Formation of Subjectivity 222

SCIENTIFIC LIFE

- In memory of Aleksandr I. Dontsov 228

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ THEORETICAL RESEARCH

Теория моральных оснований: современный взгляд на психологические факторы политических убеждений

Сычев О.А.

ФГБОУ ВО «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
им. В.М. Шукшина» (ФГБОУ ВО АГПУ), г. Бийск, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0373-6916>, e-mail: osn1@mail.ru

Цель. Проанализировать и обобщить основные достижения теории моральных оснований в исследовании проблем политической психологии, рассмотреть ее критику и ограничения.

Контекст и актуальность. Проблема психологических истоков политических ориентаций и взглядов привлекает в последние годы значительное внимание ученых вследствие практической значимости прогнозирования результатов выборов и предотвращения манипулирования мнением избирателей в демократических странах. Среди современных подходов, объясняющих психологические факторы политических ориентаций, одним из наиболее популярных и продуктивных является теория моральных оснований. В статье рассматриваются ключевые для исследования проблем политической психологии идеи данной теории, обсуждаются разработанные в ней методы и достигнутые результаты. Отдельное внимание уделено критике в адрес теории моральных оснований и эмпирическим исследованиям, демонстрирующим ее слабости и ограничения.

Основные выводы. Исследования показывают, что консервативные или либеральные политические ориентации, а также правые или левые взгляды связаны с моральными основаниями, однако эти факты обнаружены преимущественно в западных странах. Этот вывод хорошо подтверждается с помощью опросника MFQ, однако оценка моральных оснований посредством контент-анализа показывает значительно меньшую величину подобных связей. Моральные основания также проявляются в сфере межгрупповых отношений, демонстрируя связи с толерантностью к различным группам и поддержкой жесткого или миролюбивого внешнеполитического курса. Перспективы исследования в рамках этого подхода связаны с совершенствованием инструментария, расширением исследований в разных культурах и более тщательным учетом контекста, в котором рассматриваются проявления моральных оснований.

Ключевые слова: теория моральных оснований, мораль, политические ориентации, консерватизм, либерализм, межгрупповые отношения.

Для цитаты: Сычев О.А. Теория моральных оснований: современный взгляд на психологические факторы политических убеждений // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 5–22. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140101>

Moral Foundations Theory: Modern View on the Psychological Factors of Political Beliefs

Oleg A. Sychev

Shukshin Altai State University for Humanities and Pedagogy, Biysk, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0373-6916>, e-mail: osn1@mail.ru

Objective. *The research is aimed at analyzing of the main achievements of Moral Foundations Theory in the study of problems of political psychology, as well as at reviewing its criticism and limitations.*

Background. *In recent years, the problem of the psychological origins of political orientations and views has attracted considerable attention of researchers, due to the practical significance of predicting election results and preventing the manipulation of voters' opinions in democratic countries. One of the most popular and productive modern approaches explaining the psychological factors of political orientations is Moral Foundations Theory. The article discusses the key ideas of this theory in the studies of problems of political psychology, describes the methods developed and the results achieved. Special attention is paid to criticism of Moral Foundations Theory and empirical studies demonstrating its weaknesses and limitations.*

Conclusions. *The studies show that conservative or liberal political orientations, and right or left views are associated with moral foundations, but these facts are found predominantly in Western countries. This conclusion is well supported by the results of Moral Foundations Questionnaire, however, the assessment of moral foundations using content analysis shows significantly lower correlations. Moral foundations also play an important role for intergroup relations, demonstrating associations with tolerance towards various groups and support for a hard or peaceful foreign policy. The prospects for further research within this approach include the improvement of instruments, the expansion of research in different cultures and a more careful consideration of the context in which the consequences of moral foundations are investigated.*

Keywords: *moral foundations theory, morality, political orientations, conservatism, liberalism, intergroup relations.*

For citation: Sychev O.A. Moral Foundations Theory: Modern View on the Psychological Factors of Political Beliefs. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 5–22. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140101> (In Russ.).

Введение

Целью данной статьи является обзор основных достижений теории моральных оснований (ТМО) в исследовании проблем политической психологии, а также анализ ограничений, критики и перспектив такого подхода. Эта теория заслуживает внимания, в первую очередь, по причине своей эвристичности, благодаря которой в последнее десятилетие открылись новые перспективы исследования психологических основ политических ориентаций, взглядов и убеждений в разных культурах. Популярность этой теории привеле

ла к появлению множества публикаций: результаты поиска в наукометрической базе «Web of Science» в начале 2022 года по ключевым словам «moral foundations» (моральные основания) показывают около 400 соответствующих статей.

В русскоязычной литературе ТМО рассматривается преимущественно в ее фундаментальных аспектах, связанных с природой и структурой морали [1; 3; 5]. Лишь недавно стали подробнее обсуждаться в печати социально-политические аспекты этой теории [2]. Тем не менее ее вклад в социальную и политическую пси-

хологию, как правило, рассматривается довольно узко в исследованиях, посвященных частным вопросам [см., например, 9]. В работах российских психологов все чаще используется русскоязычная версия опросника моральных оснований, однако ТМО в них часто даже не упоминается в силу того, что авторы изучают узкие проблемы, опираясь на иные теоретико-методологические позиции, либо вовсе не рефлексируют теоретические основы своего исследования [см., например, 4]. В то же время в зарубежной психологии ТМО, превратившаяся в довольно зрелый и влиятельный подход, подвергается все более активному обсуждению: наряду с новыми эмпирическими исследованиями появляются посвященные этой теории обобщающие [28], метааналитические [14; 19; 40; 49] и критические работы [18; 30; 31]. Все это свидетельствует об актуальности обзора, обобщающего основные достижения ТМО в исследовании проблем политической психологии, а также ее критику.

Ключевые идеи ТМО: моральный плюрализм и гипотеза моральных оснований

К числу наиболее важных идей ТМО, определивших ее эвристичность в исследованиях проблем политической психологии, относится, во-первых, идея плюрализма морали, под которой понимается ее сложный состав из множества различных «модулей». Авторы теории полагают, что в ответ на различные адаптационные вызовы, возникающие в ходе эволюции, складывались различные моральные основания, соответствующие этим вызовам [28]. Мораль не имеет в своей основе какого-ли-

бо единого принципа или механизма — она образована из разных моральных оснований так же, как чувство вкуса обеспечивается работой различных вкусовых рецепторов. Понятие «моральные основания» было введено для обозначения подобных относительно независимых модулей моральной сферы, обеспечивающих критерии моральной оценки. При этом предполагается, что психологическая структура моральных оснований сложна и включает в себя не только нравственные ценности, но и определенные эмоции, установки, когнитивные структуры, физиологические реакции, а также речевые стили [29].

На основе анализа и обобщения данных эволюционных, антропологических и психологических исследований авторами ТМО были выделены и описаны пять моральных оснований:

- забота/вред (включающее осуждение физического или эмоционального вреда людям или животным и поощрение сочувствия, заботы о благополучии других людей, помощи нуждающимся);
- справедливость/обман (осуждение предвзятого, несправедливого отношения к окружающим, нечестности и одобрение защиты прав каждого человека);
- лояльность группе/предательство (осуждение предательства своей группы, ее интересов и поощрение преданности своим близким, стране и народу, патриотизма);
- уважение/неуважение (осуждение неуважительного отношения к традициям, признанным авторитетам, власти и поощрение уважения, готовности подчиняться им);
- праведность/деградация¹ (осуждение противоестественных, отвратительных

¹ Как в англоязычных, так и в русскоязычных работах используются немного различные названия моральных оснований, что связано с уточнением содержания и поиском наиболее адекватных этому содержанию терминов. В частности, моральное основание «праведность/деградация» часто в русскоязычных исследованиях называется «чистота» или «почитание святых».

поступков и поощрение ориентации на святости, одобрение праведных, богоугодных поступков, сакрального отношения к телу).

В недавнем исследовании авторов теории [12] в состав моральных оснований было внесено важное уточнение: чтобы полнее оценить разные представления о справедливости на замену справедливости были предложены более узкие по содержанию моральные основания равенства (предполагающего предпочтение равного распределения ресурсов или вознаграждений) и пропорциональности (предпочтение такого распределения, которое учитывает вклад каждого). Список моральных оснований не рассматривается как завершенный: к числу весьма вероятных кандидатов в моральные основания, по мнению авторов ТМО, относится свобода/притеснение [28].

Моральные основания «забота» и «справедливость» обычно называют «индивидуализирующими», поскольку они отражают защиту интересов индивида, в то время как три оставшихся моральных основания, ориентированные на защиту групповых интересов и сплочение группы, обычно называют «сплачивающими». Наряду с этими обозначениями в качестве синонимичных используются заимствованные из концепции трех этик Р. Шведера [52] понятия «этика автономии» и «этика сообщества» (третья выделенная Р. Шведером «этика божественного» в ТМО была включена в этику сообщества в форме морального основания «праведность»).

Второй важнейшей для социально-психологических исследований идеей ТМО стала гипотеза моральных оснований, которая пытается объяснить идеологические различия между либералами и консерваторами. Эта гипотеза гласит, что мораль либералов опирается преимущественно на моральные основания заботы и справедливости, в то время как

консервативная мораль является более широкой, включающей наряду с указанными еще и моральные основания лояльности группе, уважения, а также праведности [23; 25]. Иными словами, для либералов имеет значение лишь этика автономии (при значительно меньшей субъективной важности других моральных оснований), в то время как для консерваторов важна как этика автономии, так и этика сообщества.

Операционализация теории моральных оснований

Основным средством операционализации в ТМО стал опросник моральных оснований (Moral Foundations Questionnaire, MFQ) [27], позволяющий оценить пять моральных оснований с помощью 30 заданий, образующих две части. Сложность структуры и функций моральных оснований заставила авторов опросника прибегнуть сразу к двум методическим приемам для их оценки. В первой части опросника требуется оценить релевантность различных критериев в ситуации моральной оценки («Когда Вы оцениваете чей-то поступок и решаете, правильный он или нет, насколько важны для Вас следующие соображения?»). Во второй части испытуемые оценивают степень согласия с различными утверждениями. В зарубежных исследованиях применяется также аналогичная по структуре сокращенная версия, включающая лишь 20 заданий [27]. Существуют версии опросника, адаптированные в целом ряде стран Западной Европы и Азии, опубликована также русскоязычная полная версия опросника [7]. Несмотря на популярность опросника MFQ при решении исследовательских задач, в публикациях обсуждаются существенные психометрические проблемы методики, в частности, сложности с подтверждением пятифакторной структуры опросника [34;

36; 60] и невысокая внутренняя согласованность шкал [57].

С учетом недочетов опросника MFQ в 2022 году авторами теории предложена новая методика MFQ-2, имеющая иную структуру и уточненный состав шкал [12]: вместо шкалы справедливости здесь используются две шкалы: равенства и пропорциональности. Опросник состоит из 36 заданий, в каждом из которых надо оценить согласие по пятибалльной шкале. Апробация опросника в 25 странах мира, принадлежащих как к западной, так и восточной культуре, продемонстрировала кросс-культурную эквивалентность методики и высокую внутреннюю согласованность шкал. Можно ожидать, что распространение этой методики поможет в развитии кросс-культурных исследований морали на основе MFT и позволит повысить надежность результатов исследований.

На основе ТМО были разработаны и некоторые другие опросники, которые не получили широкого распространения. К их числу относится шкала святости моральных оснований [26], измеряющая степень сакрализации каждого из них, и виньетки моральных оснований [17], основанные на описаниях ситуаций нарушения соответствующих моральных норм. Несмотря на недостатки и нерешенные психометрические проблемы, MFQ в течение длительного периода был наиболее популярной методикой оценки моральных оснований, и основная часть обсуждаемых далее результатов получена именно с ее помощью.

Связь моральных оснований с политическими взглядами и убеждениями

К настоящему времени накоплено немало данных, подтверждающих гипотезу о моральных основах предпочтения ли-

беральной или консервативной политической идеологии. Результаты недавнего метаанализа данных, полученных на 89 выборках (всего 33804 человека в дополнение к выборке из 192870 опрошенных на сайте YoungMorals.org), показывают, что моральные основания «забота» и «справедливость» слабо и обратно связаны с политическим консерватизмом, в то время как «лояльность», «уважение» и «праведность» — умеренно и прямо [40]. При этом «справедливость» и в особенности «забота» слабее коррелируют с консерватизмом, чем три спланирующих моральных основания, что отражает большую универсальность норм непричинения вреда и заботы о слабых. Вместе с тем авторы исследования отмечают умеренную гетерогенность эффектов, указывающую на наличие различий в величине эффекта в зависимости от страны и политической культуры, демографических факторов и других особенностей выборки. Кроме того, в ходе анализа было показано, что моральные основания теснее коррелируют с консерватизмом в социальной сфере, чем в экономической [40]. Устойчивые противоположные связи с консерватизмом индивидуализирующих и спланивающих моральных оснований позволили ввести «коэффициент прогрессивизма», который представляет собой разность между усредненными оценками по моральным основаниям этики автономии и этики сообщества [16].

Хотя результаты, полученные с помощью опросных методов, достаточно убедительно подтверждают гипотезу моральных оснований, ее проверка на разнообразном текстовом материале привела к менее однозначным выводам. В первом подобном исследовании посредством контент-анализа с использованием словаря моральных оснований текстов проповедей Унитарийской (от-

носителем либеральной) и Баптистской (относительно консервативной) церкви были получены результаты, в целом подтверждающие гипотезу [25]. В частности, в Унитарных проповедях чаще использовалась лексика моральных оснований «забота», «справедливость» и, вопреки ожиданиям, «лояльность», в то время как в проповедях Баптистов чаще использовалась лексика моральных оснований «уважение» и «праведность». Спустя десять лет Дж. Фример провел серию исследований, направленных на оценку воспроизводимости этих результатов на материале религиозных и политических текстов (в том числе стенограмм выступлений в конгрессе), а также материалах СМИ с использованием как оригинального словаря моральных оснований, так и существенно расширенной новой версии словаря [23]. Результаты показали, что в пользу гипотезы моральных оснований свидетельствует большая частота использования консерваторами лексики моральных оснований «уважение» и «праведность», однако ей противоречит выявленная меньшая частота использования ими лексики морального уважения «лояльность». При этом по лексике моральных оснований «забота» и «справедливость» ожидаемых различий не обнаружилось. Кроме того, в воспроизводящих исследованиях [23] величина эффекта моральных оснований на проявления политической идеологии в текстах оказалась значительно ниже, чем в оригинальном [25].

В соответствии с гипотезой моральных оснований можно ожидать, что различия в моральных основаниях проявляются не только в склонности к той или иной политической идеологии, но и в предпочтении конкретных политических сил и кандидатов на выборах. Результаты исследований подтверждают такое предположение:

на президентских выборах 2012 года в США индивидуализирующие и сплачивающие моральные основания хорошо предсказывали намерения голосовать за Б. Обаму или М. Ромни [22]. На парламентских выборах в Италии моральное основание «лояльность» предсказывало намерение голосовать за действующего политика правых убеждений, в то время как моральное основание «справедливость» показало связь с поддержкой внепарламентских политических движений, исповедующих левые убеждения [45]. В Бразилии избиратели, поддержавшие на президентских выборах кандидата от правых сил, показывали большие оценки по всем сплачивающим моральным основаниям и меньшие по всем индивидуализирующим в сравнении с теми, кто поддержал кандидата от левых [20]. Вместе с тем единственным значимым предиктором предпочтения правого кандидата в регрессионном анализе (ввиду их тесной взаимосвязи) оказалось моральное основание «уважение». Связи моральных оснований с поддержкой тех или иных парламентских партий были обнаружены в Турции: сторонники левых, социал-демократических партий показывали высокие оценки индивидуализирующих моральных оснований и меньшие оценки сплачивающих моральных оснований, в то время как высокие и преобладающие оценки сплачивающих моральных оснований были характерны для центристов и правых: сторонников исламистов, ультранационалистов и кемалистов [59]. Из рассмотренных исследований следует вывод о том, что моральные основания связаны не только с консервативными/либеральными, но и правыми/левыми политическими взглядами.

Моральные основания показывают связь не только с предпочтением политической идеологии в общем, но и с

конкретными идеологическими убеждениями по довольно широкому спектру острых социальных вопросов. В исследовании С. Колевой с соавторами [42] было показано, что моральные основания являются существенными предикторами мнений по таким вопросам, как однополые отношения и браки, внебрачный секс, внебрачный ребенок, аборт, эвтаназия, порнография, смертная казнь, клонирование, исследования стволовых клеток, азартные игры, эксперименты на животных. При этом наиболее сильным предиктором большинства этих мнений оказалось моральное основание «праведность».

В исследовании на российской выборке было установлено, что сплывающие моральные основания позитивно коррелируют с озабоченностью вопросами патриотизма и единства в обществе, поддержкой роста затрат на оборону, обеспокоенностью действиями внешних или внутренних врагов и убежденностью в важной роли религии в жизни общества [6]. В свою очередь, индивидуализирующие моральные основания показали связи с озабоченностью вопросами бедности и справедливости оплаты труда, демократии и свободы слова. Результаты как зарубежных, так и российских исследований свидетельствуют о связи моральных оснований с отношением к неравенству [21; 56].

Моральные основания имеют значение не только в контексте умеренных политических взглядов: на основе результатов контент-анализа материалов из социальной сети «Твиттер»² показана их связь с экстремистскими политическими убеждениями [11]. В частности, правые экстремисты используют лексику морального основания «уважение»

существенно чаще, чем левые или не демонстрирующие экстремистских взглядов пользователи «Твиттер» с правыми и консервативными взглядами.

Наряду с предпочитаемой политической идеологией важное место в системе социально-политических взглядов принадлежит межгрупповым установкам, определяющим внешнеполитические убеждения и взгляды по внутриполитическим проблемам, связанным, к примеру, с межэтническими и межконфессиональными отношениями внутри страны. Результаты исследований демонстрируют, что индивидуализирующие и сплывающие моральные основания противоположным образом проявляются в сфере межгрупповых отношений. В целом сплывающие моральные основания поддерживают сплоченность собственной группы и защиту ее интересов, что сочетается с негативным отношением к чужим, враждебным группам, в то время как индивидуализирующие моральные основания поддерживают доброжелательное и непредвзятое отношение к любому человеку независимо от его принадлежности к той или иной группе.

В частности, в проведенном в США исследовании сплывающие моральные основания показали умеренную прямую связь с враждебностью по отношению к аутгруппам (мусульманам, нелегальным иммигрантам) и оправдание дискриминации в их отношении, а индивидуализирующие — слабую обратную связь [43]. В исследовании венгерских психологов была продемонстрирована непосредственная и опосредованная через моральную эксклюзию связь моральных оснований с позитивными (оказание помощи) и негативными (причинение вреда) наме-

² Заблокирован 4 марта 2022 г. Роскомнадзором на территории Российской Федерации.

рениями по отношению к мигрантам-мусульманам [32]. Индивидуализирующие моральные основания показали обратную связь с негативными намерениями и прямую — с позитивными. Напротив, сплывающие моральные основания были прямо связаны с негативными намерениями и обратно — с позитивными. Другое исследование тех же авторов продемонстрировало, что индивидуализирующие моральные основания ослабляют предубеждения по отношению к любым группам, в то время как сплывающие моральные основания избирательно усиливают предубеждения по отношению к чуждым и опасным группам, не оказывая влияния на установки в отношении уязвимых групп [33]. Аналогичные выводы были получены в российском исследовании толерантности по отношению к различным группам [8].

Как на зарубежных, так и на российских выборках было показано, что индивидуализирующие моральные основания поддерживают установку на мирное международное сотрудничество, в то время как сплывающие моральные основания сочетаются с поддержкой воинственного, жесткого внешнеполитического курса [9; 39]. В целом, результаты подобных эмпирических исследований подтверждают тезис о том, что индивидуализирующие моральные основания отражают моральные нормы, направленные на защиту любого человека независимо от его принадлежности к группе, в то время как сплывающие моральные основания являются выражением группоцентрической морали.

Критика теории моральных оснований

Обе ключевые идеи ТМО, упомянутые в начале статьи, являются объектом критики. Идея плюрализма морали под-

вергается критике сторонниками морального монизма, полагающими, что в основе морали лежит некоторый единый общий принцип или механизм, например, принцип справедливости [41] или интуитивная моральная грамматика [44]. В настоящее время критика ТМО с монистических позиций продолжается со стороны авторов диалектической теории морали, в рамках которой в качестве единого «когнитивного шаблона» морали выступает воспринимаемый вред [50]. Моральные суждения здесь рассматриваются как результат интуитивного сравнения поступка с диалектическим шаблоном, содержанием которого является причинение вреда партнеру. С точки зрения такого подхода вся мораль может рассматриваться через призму воспринимаемого вреда, а проступки, соответствующие разным моральным основаниям, различаются лишь степенью причиняемого вреда.

Критикуя идею морального плюрализма, К. Грей и Ч. Шейн обращают внимание на выявленные с помощью различных методов тесные корреляции между моральными основаниями, которые при использовании поправки на надежность зачастую указывают на невозможность их дифференциации [51]. Они также показывают, что независимо от политической ориентации наличие вреда является наиболее важным критерием, обладающим наибольшей когнитивной доступностью и тесно связанным с другими моральными нормами [51]. В ответ на эту критику авторы ТМО отмечают, что они могут согласиться с центральной ролью заботы/непричинения вреда в случае подкрепления этого тезиса новыми исследованиями, так как это не противоречит идеям ТМО [28]. Тем не менее вряд ли удастся свести к этому критерию все разнообразие моральных норм и ценностей, чему имеется, по мнению авторов

ТМО, достаточно много эмпирических подтверждений [28].

ТМО подвергается критике не только с позиций морального монизма, существует также целый ряд теорий, развивающих альтернативные представления о многомерной структуре моральной сферы. К числу таких подходов относятся, например, теория морали как сотрудничества [18] и модель моральных побуждений [37]. В таких теориях обычно выдвигается некоторое единое основание для упорядочивания содержания моральной сферы, однако представляется более гибкой позиция сторонников ТМО, не ограничивающихся единственным критерием и допускающих расширение списка моральных оснований.

Подвергается критике также предположение о том, что различия в моральных основаниях лежат в основе предпочтения политической идеологии. В исследовании К. Смита на австралийской выборке было показано, что моральные основания в длительной перспективе (1,5–2 года) оказались менее стабильными, чем идеологические предпочтения, при этом не удалось доказать, что изменения в моральных основаниях предсказывают перемены в идеологических взглядах [53]. С использованием данных К. Смита и двух новых выборок из проведенных в США панельных исследований было показано, что скорее идеологические предпочтения предсказывают моральные основания, чем наоборот [35]. Вторичность моральных оснований подчеркивают также критики, указывающие на то, что консерваторы и либералы различаются по моральным основаниям ввиду их различий в уровне авторитаризма и ориентации на социальное доминирование [43].

Независимый, базовый характер моральных оснований подвергают сомнению М. Струп-Левицки с соавторами,

склонные рассматривать их в качестве проявления мотивированного социального познания [55]. Согласно их данным связь с предпочитаемой политической идеологией объясняется тем, что в основе индивидуализирующих моральных оснований лежит эмпатическая мотивация, а в основе спланивающих — потребности в снижении неопределенности и угрозы, а также тенденция к оправданию системы. Тем не менее эти авторы полагают, что моральные основания, даже будучи вторичными по отношению к этим мотивам, могут быть полезны для уточнения высказанных ранее представлений о политической идеологии как мотивированном социальном познании [38].

Среди ограничений ТМО указывают на тот факт, что в основанных на этой теории исследованиях зачастую не учитывалась разница в проявлениях морали по отношению к своей и чужой группам [54; 58]. Опросник моральных оснований не позволяет проконтролировать эту разницу, так что причиной различий в моральных основаниях между консерваторами и либералами может оказаться ассоциация содержания утверждений с представителями своей или противоборствующей группы. Так, например, некоторые утверждения, измеряющие моральное основание «лояльность», отражают патриотизм — форму проявления лояльности, более свойственную консерваторам и вызывающую скептицизм у либералов, что проявляется в меньших оценках лояльности по MFQ у последних. Однако либералы могут превосходить консерваторов по данному моральному основанию, если формулировка задания вместо типичной для консерваторов лояльности в форме патриотизма включает лояльность своему профсоюзу (т.е. группе, выражающей либеральные убеждения). Важную роль контекста в проявлении моральных осно-

ваний демонстрируют результаты исследования Дж. Фримера с коллегами [24]: если речь идет о власти консервативного, традиционного типа (например, армейского командования), консерваторы, как и ожидалось, выше либералов ценят подчинение и уважение власти. Однако если речь идет о власти, соответствующей либеральным идеалам, то более высокую оценку подчинению дают либералы.

Заключение

Проведенный обзор основанных на ТМО социально-психологических исследований не претендует на полноту ввиду разнообразия изучаемых в этой области проблем и большого количества новых публикаций. Среди работ, посвященных актуальным социальным проблемам, можно указать, например, исследования отношений к защите окружающей среды [13; 46], вакцинации [48], а также к требованиям и ограничениям, вызванным пандемией COVID-19 [10; 15; 47]. Тем не менее результаты обзора демонстрируют перспективность ТМО в исследовании проблем политической и социальной психологии, а также указывают на некоторые нерешенные теоретические и методологические проблемы.

Основные идеи и достижения ТМО в исследовании проблем политической психологии можно резюмировать в следующих утверждениях.

Моральная сфера личности неоднородна: она включает индивидуализирующие (направленные на защиту интересов личности) и сплывающие (группоцентрические) моральные основания, имеющие различные, зачастую противоречивые проявления в сфере политических убеждений.

Основы предпочтений политической идеологии и связанных с ней взглядов на острые социальные и политические проблемы лежат в моральной сфере:

сплывающие и индивидуализирующие моральные основания показывают противоположные связи с политическим консерватизмом/либерализмом и склонностью к правой/левой идеологии. Этот вывод хорошо подтверждается в опросных исследованиях, в то время как результаты исследований, оценивающих моральные основания посредством контент-анализа речевых материалов, показывают значительно меньшую величину и воспроизводимость этих связей.

Индивидуализирующие и сплывающие моральные основания демонстрируют противоположные проявления в сфере межгрупповых отношений. Сплывающие моральные основания сочетаются с низкой толерантностью к чужим и потенциально опасным группам, с поддержкой жесткой, ястребиной внешней политики, в то время как индивидуализирующие моральные основания связаны с высокой толерантностью к любым людям независимо от их принадлежности к группе, с поддержкой миролюбивой внешней политики.

Потенциал развития ТМО, в первую очередь, связан с расширением исследований морали и ее проявлений в различных культурных контекстах с помощью новой методики MFQ-2, демонстрирующей кросс-культурную эквивалентность. Кроме того, к перспективам развития относится также более глубокий анализ проявления моральных оснований по отношению к представителям различных групп и более полный учет контекста в дальнейших исследованиях.

Важность ТМО для будущих социальных исследований определяется тем, что с опорой на эту теорию можно глубже проанализировать социально-психологические факторы отношения к различным общественным проблемам, за которыми скрываются противоречивые с точки зрения разных моральных осно-

ваний оценки. Представляется, что ТМО может принести пользу в комплексном анализе различных социальных проблем, помогая эксплицитовать морально-психологические аспекты плохо поддающихся решению противоречий между противоборствующими группами и найти пути к взаимопониманию.

Литература

1. *Арутюнова К.Р., Александров Ю.И.* Мораль и субъективный опыт. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. 188 с.
2. *Атнашев Т., Калинин В.* Праведный разум: Джонатан Хайдт в поисках моральных оснований политики // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2021. Т. 39. № 4. С. 279–312. DOI:10.22394/2073-7203-2021-39-4-279-312
3. *Заикин В.А.* Моральное функционирование: социально-психологический подход. Социально-интуитивистская теория Дж. Хайдта // Национальный психологический журнал. 2017. Т. 25. № 1. С. 32–38. DOI:10.11621/nprj.2017.0104
4. *Кисляков П.А., Меерсон А.-Л.С., Шмелева Е.А., Александрович М.О.* Устойчивость личности к социокультурным угрозам в условиях цифровой трансформации общества // Образование и наука. 2021. Т. 23. № 9. С. 142–168. DOI:10.17853/1994-5639-2021-9-142-168
5. *Козлова М.А., Козлов А.И.* Истоки морали, ориентированной на индивида и группу: социально-психологический и естественно-научный аспекты // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 3. С. 60–70.
6. *Сычев О.А., Белоусов К.И., Протасова И.Н.* Ценностные и моральные основы социально-политических взглядов молодежи // Сибирский психологический журнал. 2019. № 73. С. 60–77. DOI:10.17223/17267080/73/4
7. *Сычев О.А., Протасова И.Н., Белоусов К.И.* Диагностика моральных оснований: апробация русскоязычной версии опросника MFQ // Российский психологический журнал. 2018. Т. 15. № 3. С. 88–115. DOI:10.21702/rpj.2018.3.5
8. *Сычев О.А., Протасова И.Н.* Противоречивость толерантности в контексте этики автономии и этики сообщества // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2020. Т. 17. № 4. С. 821–831. DOI:10.17323/1813-8918-2020-4-822-832
9. *Сычев О.А., Протасова И.Н.* Связь этики автономии, этики сообщества и национализма с внешнеполитическими установками россиян // Социальная психология и общество. 2021. Т. 12. № 4. С. 53–70. DOI:10.17759/sps.2021120404
10. *Ahn C., Noh G.Y.* Testing Extended Parallel Processing Model in the Korean COVID-19 Context: Effect of Moral Intuitions as Moderators // Frontiers in Public Health. 2021. Vol. 9. P. 756281. DOI:10.3389/fpubh.2021.756281
11. *Alizadeh M., Weber I., Cioffi-Revilla C., Fortunato S., Macy M.* Psychology and morality of political extremists: evidence from Twitter language analysis of alt-right and Antifa // EPJ Data Science. 2019. Vol. 8(1). P. 1–35. DOI:10.1140/epjds/s13688-019-0193-9
12. *Atari M., Haidt J., Graham J., Koleva S., Stevens S.T., Dehghani M.* Morality Beyond the WEIRD: How the Nomological Network of Morality Varies Across Cultures // Preprint. PsyArXiv. 2022. P. 1–79. DOI:10.31234/osf.io/q6c9r
13. *Baldner C.* Morality and environment: Analyzing the effect of the moral foundations on attitudes towards the environment in Italy // Rassegna di Psicologia. 2018. Vol. 35(1). P. 67–77.
14. *Castilla-Estévez D., Blázquez-Rincón D.* Age and Moral Foundations: A Meta-Analytic Approach // The Spanish Journal of Psychology. 2021. Vol. 24. P. e41. DOI:10.1017/SJP.2021.35
15. *Chan E.Y.* Moral foundations underlying behavioral compliance during the COVID-19 pandemic // Personality and Individual Differences. 2021. Vol. 171. P. 110463. DOI:10.1016/j.paid.2020.110463

16. Clark C., Swails J., Pontinen H., Lavigne S., Kriz K., Hendricks P. A behavioral economic assessment of individualizing versus binding moral foundations // *Personality and Individual Differences*. 2017. Vol. 112. P. 49–54. DOI:10.1016/j.paid.2017.02.052
17. Clifford S., Iyengar V., Cabeza R., Sinnott-Armstrong W. Moral foundations vignettes: a standardized stimulus database of scenarios based on moral foundations theory // *Behavior Research Methods*. 2015. Vol. 47(4). P. 1178–1198. DOI:10.3758/s13428-014-0551-2
18. Curry O.S., Jones Chesters M., Van Lissa C.J. Mapping morality with a compass: Testing the theory of ‘morality-as-cooperation’ with a new questionnaire // *Journal of Research in Personality*. 2019. Vol. 78. P. 106–124. DOI:10.1016/j.jrp.2018.10.008
19. Feldman G. Personal Values and Moral Foundations: Examining Relations and Joint Prediction of Moral Variables // *Social Psychological and Personality Science*. 2021. Vol. 12(5). P. 676–686. DOI:10.1177/1948550620933434
20. Franco A.B., Pound N. The foundations of Bolsonaro’s support: Exploring the psychological underpinnings of political polarization in Brazil // *Journal of Community & Applied Social Psychology*. 2022. P. 1–14. DOI:10.1002/casp.2599
21. Franks A.S., Scherr K.C. Economic Issues Are Moral Issues: The Moral Underpinnings of the Desire to Reduce Wealth Inequality // *Social Psychological and Personality Science*. 2019. Vol. 10(4). P. 553–562. DOI:10.1177/1948550618772821
22. Franks A.S., Scherr K.C. Using Moral Foundations to Predict Voting Behavior: Regression Models from the 2012 U.S. Presidential Election // *Analyses of Social Issues and Public Policy*. 2015. Vol. 15(1). P. 213–232. DOI:10.1111/asap.12074
23. Frimer J.A. Do liberals and conservatives use different moral languages? Two replications and six extensions of Graham, Haidt, and Nosek’s (2009) moral text analysis // *Journal of Research in Personality*. 2020. Vol. 84. P. 103906. DOI:10.1016/j.jrp.2019.103906
24. Frimer J.A., Gaucher D., Schaefer N.K. Political Conservatives’ Affinity for Obedience to Authority Is Loyal, Not Blind // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2014. Vol. 40(9). P. 1205–1214. DOI:10.1177/0146167214538672
25. Graham J., Haidt J., Nosek B.A. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. Vol. 96(5). P. 1029–1046. DOI:10.1037/a0015141
26. Graham J., Haidt J. Sacred values and evil adversaries: A moral foundations approach // *The social psychology of morality: Exploring the causes of good and evil: Herzliya series on personality and social psychology*. Washington, DC, US: American Psychological Association, 2012. P. 11–31.
27. Graham J., Nosek B.A., Haidt J., Iyer R., Koleva S., Ditto P.H. Mapping the Moral Domain // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2011. Vol. 101. P. 366–385. DOI:10.1037/a0021847
28. Graham J., Haidt J., Motyl M., Meindl P., Iskiwicz C., Mooijman M. *Moral Foundations Theory // Atlas of Moral Psychology* / eds. K. Gray, J. Graham. New York, London: The Guilford Press, 2018. P. 211–222.
29. Graham J., Haidt J., Koleva S., Motyl M., Iyer R., Wojcik S., Ditto P.H. Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism // *Advances in experimental social psychology*. 2013. Vol. 47. P. 55–130. DOI:10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4
30. Gray K., Keeney J.E. Disconfirming Moral Foundations Theory on Its Own Terms: Reply to Graham (2015) // *Social Psychological and Personality Science*. 2015. Vol. 6(8). P. 874–877. DOI:10.1177/1948550615592243
31. Gray K., Keeney J.E. Impure or Just Weird? Scenario Sampling Bias Raises Questions About the Foundation of Morality // *Social Psychological and Personality Science*. 2015. Vol. 6(8). P. 859–868. DOI:10.1177/1948550615592241
32. Hadarics M., Kende A. Moral foundations of positive and negative intergroup behavior: Moral exclusion fills the gap // *International Journal of Intercultural Relations*. 2018. Vol. 64. P. 67–76. DOI:10.1016/j.ijintrel.2018.03.006

33. *Hadarics M., Kende A.* The Dimensions of Generalized Prejudice within the Dual-Process Model: the Mediating Role of Moral Foundations // *Current Psychology*. 2018. Vol. 37(4). P. 731–739. DOI:10.1007/s12144-016-9544-x
34. *Harper C.A., Rhodes D.* Reanalysing the factor structure of the moral foundations questionnaire // *The British Journal of Social Psychology*. 2021. Vol. 60(4). P. 1303–1329. DOI:10.1111/bjso.12452
35. *Hatemi P.K., Crabtree C., Smith K.B.* Ideology Justifies Morality: Political Beliefs Predict Moral Foundations // *American Journal of Political Science*. 2019. Vol. 63(4). P. 788–806. DOI:10.1111/ajps.12448
36. *Iurino K., Saucier G.* Testing Measurement Invariance of the Moral Foundations Questionnaire Across 27 Countries // *Assessment*. 2020. Vol. 27(2). P. 365–372. DOI:10.1177/1073191118817916
37. *Janoff-Bulman R., Carnes N.C.* Surveying the Moral Landscape: Moral Motives and Group-Based Moralities // *Personality and Social Psychology Review*. 2013. Vol. 17(3). P. 219–236. DOI:10.1177/1088868313480274
38. *Jost J.T., Glaser J., Kruglanski A.W., Sulloway F.J.* Political Conservatism as Motivated Social Cognition // *Psychological Bulletin*. 2003. Vol. 129(3). P. 339–375. DOI:10.1037/0033-2909.129.3.339
39. *Kertzer J.D., Powers K.E., Rathbun B.C., Iyer R.* Moral support: How moral values shape foreign policy attitudes // *The Journal of Politics*. 2014. Vol. 76(3). P. 825–840. DOI:10.1017/s0022381614000073
40. *Kivikangas J.M., Fernández-Castilla B., Järvelä S., Ravaja N., Lönnqvist J.-E.* Moral foundations and political orientation: Systematic review and meta-analysis // *Psychological Bulletin*. 2021. Vol. 147(1). P. 55–94. DOI:10.1037/bul0000308
41. *Kohlberg L.* Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization // *Handbook of Socialization Theory and Research* / ed. D.A. Goslin. Chicago: Rand McNally, 1969. P. 347–480.
42. *Koleva S.P., Graham J., Iyer R., Ditto P.H., Haidt J.* Tracing the threads: How five moral concerns (especially Purity) help explain culture war attitudes // *Journal of Research in Personality*. 2012. Vol. 46(2). P. 184–194. DOI:10.1016/j.jrp.2012.01.006
43. *Kugler M., Jost J.T., Noorbaloochi S.* Another Look at Moral Foundations Theory: Do Authoritarianism and Social Dominance Orientation Explain Liberal-Conservative Differences in “Moral” Intuitions? // *Social Justice Research*. 2014. Vol. 27(4). P. 413–431. DOI:10.1007/s11211-014-0223-5
44. *Mikhail J.* Universal moral grammar: theory, evidence and the future // *Trends in Cognitive Sciences*. 2007. Vol. 11(4). P. 143–152. DOI:10.1016/j.tics.2006.12.007
45. *Milesi P.* Moral Foundations and Voting Intention in Italy // *Europe’s Journal of Psychology*. 2017. Vol. 13(4). P. 667–687.
46. *Milfont T.L.L., Davies C.L., Wilson M.S.* The Moral Foundations of Environmentalism // *Social Psychological Bulletin*. 2019. Vol. 14(2). P. 1–25. DOI:10.32872/spb.v14i2.32633
47. *Presti S.L., Mattavelli G., Canessa N., Gianelli C.* Risk perception and behaviour during the COVID-19 pandemic: Predicting variables of compliance with lockdown measures // *PLOS ONE*. 2022. Vol. 17(1). P. e0262319. DOI:10.1371/journal.pone.0262319
48. *Rossen I., Hurlstone M.J., Dunlop P.D., Lawrence C.* Accepters, fence sitters, or rejecters: Moral profiles of vaccination attitudes // *Social Science & Medicine*. 2019. Vol. 224. P. 23–27. DOI:10.1016/j.socscimed.2019.01.038
49. *Saroglou V., Craninx M.* Religious moral righteousness over care: a review and a meta-analysis: Religion // *Current Opinion in Psychology*. 2021. Vol. 40. P. 79–85. DOI:10.1016/j.copsyc.2020.09.002
50. *Schein C., Gray K.* The Theory of Dyadic Morality: Reinventing Moral Judgment by Redefining Harm // *Personality and Social Psychology Review*. 2018. Vol. 22(1). P. 32–70. DOI:10.1177/1088868317698288

51. Schein C., Gray K. The Unifying Moral Dyad: Liberals and Conservatives Share the Same Harm-Based Moral Template // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2015. Vol. 41(8). P. 1147–1163. DOI:10.1177/0146167215591501
52. Shweder R.A., Much N.C., Mahapatra M., Park L. The “big three” of morality (autonomy, community, divinity) and the “big three” explanations of suffering // *Morality and health*. New York: Routledge, 1997. P. 119–169.
53. Smith K.B., Alford J.R., Hibbing J.R., Martin N.G., Hatemi P.K. Intuitive Ethics and Political Orientations: Testing Moral Foundations as a Theory of Political Ideology // *American Journal of Political Science*. 2017. Vol. 61(2). P. 424–437. DOI:10.1111/ajps.12255
54. Stewart B.D., Morris D.S.M. Moving Morality Beyond the In-Group: Liberals and Conservatives Show Differences towards Group-Framed Moral Foundations and These Differences Mediate the Relationships to Perceived Bias and Threat // *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. P. 579908. DOI:10.3389/fpsyg.2021.579908
55. Strupp-Levitsky M., Noorbaloochi S., Shipley A., Jost J.T. Moral “foundations” as the product of motivated social cognition: Empathy and other psychological underpinnings of ideological divergence in “individualizing” and “binding” concerns // *PLOS ONE*. 2020. Vol. 15(11). P. e0241144. DOI:10.1371/journal.pone.0241144
56. Sychev O.A., Protasova I.N. The Relationships between Moral Foundations, Social Beliefs and Attitudes towards Economic Inequality among Russian Youth: A Case Study of Altai Krai // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*. 2020. Vol. 17(4). P. 705–718. DOI:10.22363/2313-1683-2020-17-4-705-718
57. Tamul D., Elson M., Ivory J.D., Hotter J.C., Lanier M., Wolf J., Martinez-Carrillo N.I. Moral Foundations’ Methodological Foundations: A Systematic Analysis of Reliability in Research Using the Moral Foundations Questionnaire // *Preprint*. 2020. P. 1–21. DOI:10.31234/osf.io/shcgv
58. Voelkel J.G., Brandt M.J. The Effect of Ideological Identification on the Endorsement of Moral Values Depends on the Target Group // *Personality & Social Psychology Bulletin*. 2019. Vol. 45(6). P. 851–863. DOI:10.1177/0146167218798822
59. Yılmaz O., Sarbay S.A., Bahçekapılı H.G., Harma M. Political orientations, ideological self-categorizations, party preferences, and moral foundations of young Turkish voters // *Turkish Studies*. 2016. Vol. 17(4). P. 544–566.
60. Zakharin M., Bates T.C. Remapping the foundations of morality: Well-fitting structural model of the Moral Foundations Questionnaire // *PLoS ONE*. 2021. Vol. 16(10). P. e0258910. DOI:10.1371/journal.pone.0258910

References

1. Arutyunova K.R., Aleksandrov Yu.I. Moral’ i sub”ektivnyi opyt [Moral and subjective experience]. Moscow: Institut psikhologii RAN, 2019. 188 p. (In Russ.).
2. Atnashev T., Kalinin V. Pravednyi razum: Dzhonatan Khaidt v poiskakh moral’nykh osnovanii politiki [The Righteous mind: Johnathan Haidt in Search for the Moral Foundations of Politics]. *Gosudarstvo, religiya, tserkov’ v Rossii i za rubezhom = State, Religion and Church in Russia and Worldwide*, 2021. Vol. 39, no. 4, pp. 279–312. (In Russ.). DOI:10.22394/2073-7203-2021-39-4-279-312
3. Zaikin V.A. Moral’noe funktsionirovanie: sotsial’no-psikhologicheskii podkhod. Sotsial’no-intuitivistskaya teoriya Dzh. Khaidta [Moral functioning: Socio-psychological approach. Social intuitionist theory of John Haidt]. *Natsional’nyi psikhologicheskii zhurnal = National Psychological Journal*, 2017. Vol. 25, no. 1, pp. 32–38. (In Russ.). DOI:10.11621/npj.2017.0104
4. Kislyakov P.A., Meerson A.-L.S., Shmeleva E.A., Aleksandrovich M.O. Ustoichivost’ lichnosti k sotsiokul’turnym ugrozam v usloviyakh tsifrovoi transformatsii obshchestva [Personal resilience to socio-cultural threats in the context of digital transformation of society]. *Obrazovanie i nauka = The Education and science journal*, 2021. Vol. 23, no. 9, pp. 142–168. (In Russ.). DOI:10.17853/1994-5639-2021-9-142-168

5. Kozlova M.A., Kozlov A.I. Istoki morali, orientirovannoi na individa i grupp: sotsial'no-psikhologicheskii i estestvenno-nauchnyi aspekty [The origins of individual-oriented and group-oriented morality: social-psychological and scientific aspects]. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychological Journal*, 2016. Vol. 37, no. 3, pp. 60–70. (In Russ.).
6. Sychev O.A., Belousov K.I., Protasova I.N. Tsennostnye i moral'nye osnovy sotsial'no-politicheskikh vzglyadov molodezhi [Values and Moral Foundations as a Basis for the Socio-Political Views of Youth]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal = Siberian Journal of Psychology*, 2019, no. 73, pp. 60–77. (In Russ.). DOI:10.17223/17267080/73/4
7. Sychev O.A., Protasova I.N., Belousov K.I. Diagnostika moral'nykh osnovanii: aprobatsiya russkoyazychnoi versii oprosnika MFQ [Diagnosing Moral Foundations: Testing of the Russian Version of the Moral Foundations Questionnaire]. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal = Russian Psychological Journal*, 2018. Vol. 15, no. 3, pp. 88–115. (In Russ.). DOI:10.21702/rpj.2018.3.5
8. Sychev O.A., Protasova I.N. Protivorechivost' tolerantnosti v kontekste etiki avtonomii i etiki soobshchestva [Inconsistency of Intergroup Tolerance in the Context of Autonomy and Community Ethics]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 2020. Vol. 17, no. 4, pp. 821–831. (In Russ.). DOI:10.17323/1813-8918-2020-4-822-832
9. Sychev O.A., Protasova I.N. Svyaz' etiki avtonomii, etiki soobshchestva i natsionalizma s vneshnepoliticheskimi ustanovkami rossiyan [Relationship of Ethic of Autonomy, Community and Nationalism to Russians' Foreign Policy Attitudes]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2021. Vol. 12, no. 4, pp. 53–70. (In Russ.). DOI:10.17759/sps.2021120404
10. Ahn C., Noh G.Y. Testing Extended Parallel Processing Model in the Korean COVID-19 Context: Effect of Moral Intuitions as Moderators. *Frontiers in Public Health*, 2021. Vol. 9, pp. 756281. DOI:10.3389/fpubh.2021.756281
11. Alizadeh M., Weber I., Cioffi-Revilla C., Fortunato S., Macy M. Psychology and morality of political extremists: evidence from Twitter language analysis of alt-right and Antifa. *EPJ Data Science*, 2019. Vol. 8, no. 1, pp. 1–35. DOI:10.1140/epjds/s13688-019-0193-9
12. Atari M., Haidt J., Graham J., Koleva S., Stevens S.T., Dehghani M. Morality Beyond the WEIRD: How the Nomological Network of Morality Varies Across Cultures. Preprint. *PsyArXiv*, 2022, pp. 1–79. DOI:10.31234/osf.io/q6c9r
13. Baldner C. Morality and environment: Analyzing the effect of the moral foundations on attitudes towards the environment in Italy. *Rassegna di Psicologia*, 2018. Vol. 35, no. 1, pp. 67–77.
14. Castilla-Estévez D., Blázquez-Rincón D. Age and Moral Foundations: A Meta-Analytic Approach. *The Spanish Journal of Psychology*, 2021. Vol. 24, e41. DOI:10.1017/SJP.2021.35
15. Chan E.Y. Moral foundations underlying behavioral compliance during the COVID-19 pandemic. *Personality and Individual Differences*, 2021. Vol. 171, 110463. DOI:10.1016/j.paid.2020.110463
16. Clark C., Swails J., Pontinen H., Lavigne S., Kriz K., Hendricks P. A behavioral economic assessment of individualizing versus binding moral foundations. *Personality and Individual Differences*, 2017. Vol. 112, pp. 49–54. DOI:10.1016/j.paid.2017.02.052
17. Clifford S., Iyengar V., Cabeza R., Sinnott-Armstrong W. Moral foundations vignettes: a standardized stimulus database of scenarios based on moral foundations theory. *Behavior Research Methods*, 2015. Vol. 47, no. 4, pp. 1178–1198. DOI:10.3758/s13428-014-0551-2
18. Curry O.S., Jones Chesters M., Van Lissa C.J. Mapping morality with a compass: Testing the theory of 'morality-as-cooperation' with a new questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 2019. Vol. 78, pp. 106–124. DOI:10.1016/j.jrp.2018.10.008
19. Feldman G. Personal Values and Moral Foundations: Examining Relations and Joint Prediction of Moral Variables. *Social Psychological and Personality Science*, 2021. Vol. 12, no. 5, pp. 676–686. DOI:10.1177/1948550620933434

20. Franco A.B., Pound N. The foundations of Bolsonaro's support: Exploring the psychological underpinnings of political polarization in Brazil. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 2022, pp. 1–14. DOI:10.1002/casp.2599
21. Franks A.S., Scherr K.C. Economic Issues Are Moral Issues: The Moral Underpinnings of the Desire to Reduce Wealth Inequality. *Social Psychological and Personality Science*, 2019. Vol. 10, no. 4, pp. 553–562. DOI:10.1177/1948550618772821
22. Franks A.S., Scherr K.C. Using Moral Foundations to Predict Voting Behavior: Regression Models from the 2012 U.S. Presidential Election. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 2015. Vol. 15, no. 1, pp. 213–232. DOI:10.1111/asap.12074
23. Frimer J.A. Do liberals and conservatives use different moral languages? Two replications and six extensions of Graham, Haidt, and Nosek's (2009) moral text analysis. *Journal of Research in Personality*, 2020. Vol. 84, 103906. DOI:10.1016/j.jrp.2019.103906
24. Frimer J.A., Gaucher D., Schaefer N.K. Political Conservatives' Affinity for Obedience to Authority Is Loyal, Not Blind. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2014. Vol. 40, no. 9, pp. 1205–1214. DOI:10.1177/0146167214538672
25. Graham J., Haidt J., Nosek B.A. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2009. Vol. 96, no. 5, pp. 1029–1046. DOI:10.1037/a0015141
26. Graham J., Haidt J. Sacred values and evil adversaries: A moral foundations approach. *The social psychology of morality: Exploring the causes of good and evil: Herzliya series on personality and social psychology*. Washington, DC, US: American Psychological Association, 2012, pp. 11–31.
27. Graham J., Nosek B.A., Haidt J., Iyer R., Koleva S., Ditto P.H. Mapping the Moral Domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2011. Vol. 101, pp. 366–385. DOI:10.1037/a0021847
28. Graham J., Haidt J., Motyl M., Meindl P., Iskiwitch C., Mooijman M. Moral Foundations Theory. In Gray K., Graham J. (eds.). *Atlas of Moral Psychology*. New York, London: The Guilford Press, 2018, pp. 211–222.
29. Graham J., Haidt J., Koleva S., Motyl M., Iyer R., Wojcik S., Ditto P.H. Moral foundations theory: The pragmatic validity of moral pluralism. *Advances in experimental social psychology*, 2013. Vol. 47, pp. 55–130. DOI:10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4
30. Gray K., Keeney J.E. Disconfirming Moral Foundations Theory on Its Own Terms: Reply to Graham (2015). *Social Psychological and Personality Science*, 2015. Vol. 6, no. 8, pp. 874–877. DOI:10.1177/1948550615592243
31. Gray K., Keeney J.E. Impure or Just Weird? Scenario Sampling Bias Raises Questions About the Foundation of Morality. *Social Psychological and Personality Science*, 2015. Vol. 6, no. 8, pp. 859–868. DOI:10.1177/1948550615592241
32. Hadarics M., Kende A. Moral foundations of positive and negative intergroup behavior: Moral exclusion fills the gap. *International Journal of Intercultural Relations*, 2018. Vol. 64, pp. 67–76. DOI:10.1016/j.ijintrel.2018.03.006
33. Hadarics M., Kende A. The Dimensions of Generalized Prejudice within the Dual-Process Model: the Mediating Role of Moral Foundations. *Current Psychology*, 2018. Vol. 37, no. 4, pp. 731–739. DOI:10.1007/s12144-016-9544-x
34. Harper C.A., Rhodes D. Reanalysing the factor structure of the moral foundations questionnaire. *The British Journal of Social Psychology*, 2021. Vol. 60, no. 4, pp. 1303–1329. DOI:10.1111/bjso.12452
35. Hatemi P.K., Crabtree C., Smith K.B. Ideology Justifies Morality: Political Beliefs Predict Moral Foundations. *American Journal of Political Science*, 2019. Vol. 63, no. 4, pp. 788–806. DOI:10.1111/ajps.12448
36. Iurino K., Saucier G. Testing Measurement Invariance of the Moral Foundations Questionnaire Across 27 Countries. *Assessment*, 2020. Vol. 27, no. 2, pp. 365–372. DOI:10.1177/1073191118817916

37. Janoff-Bulman R., Carnes N.C. Surveying the Moral Landscape: Moral Motives and Group-Based Moralities. *Personality and Social Psychology Review*, 2013. Vol. 17, no. 3, pp. 219–236. DOI:10.1177/1088868313480274
38. Jost J.T., Glaser J., Kruglanski A.W., Sulloway F.J. Political Conservatism as Motivated Social Cognition. *Psychological Bulletin*, 2003. Vol. 129, no. 3, pp. 339–375. DOI:10.1037/0033-2909.129.3.339
39. Kertzer J.D., Powers K.E., Rathbun B.C., Iyer R. Moral support: How moral values shape foreign policy attitudes. *The Journal of Politics*, 2014. Vol. 76, no. 3, pp. 825–840. DOI:10.1017/s0022381614000073
40. Kivikangas J.M., Fernández-Castilla B., Järvelä S., Ravaja N., Lönnqvist J.-E. Moral foundations and political orientation: Systematic review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 2021. Vol. 147, no. 1, pp. 55–94. DOI:10.1037/bul0000308
41. Kohlberg L. Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization. In Goslin D.A. (eds.). *Handbook of Socialization Theory and Research*. Chicago: Rand McNally, 1969, pp. 347–480.
42. Koleva S.P., Graham J., Iyer R., Ditto P.H., Haidt J. Tracing the threads: How five moral concerns (especially Purity) help explain culture war attitudes. *Journal of Research in Personality*, 2012. Vol. 46, no. 2, pp. 184–194. DOI:10.1016/j.jrp.2012.01.006
43. Kugler M., Jost J.T., Noorbaloochi S. Another Look at Moral Foundations Theory: Do Authoritarianism and Social Dominance Orientation Explain Liberal-Conservative Differences in “Moral” Intuitions? *Social Justice Research*, 2014. Vol. 27, no. 4, pp. 413–431. DOI:10.1007/s11211-014-0223-5
44. Mikhail J. Universal moral grammar: theory, evidence and the future. *Trends in Cognitive Sciences*, 2007. Vol. 11, no. 4, pp. 143–152. DOI:10.1016/j.tics.2006.12.007
45. Milesi P. Moral Foundations and Voting Intention in Italy. *Europe’s Journal of Psychology*, 2017. Vol. 13, no. 4, pp. 667–687.
46. Milfont T.L.L., Davies C.L., Wilson M.S. The Moral Foundations of Environmentalism. *Social Psychological Bulletin*, 2019. Vol. 14, no. 2, pp. 1–25. DOI:10.32872/spb.v14i2.32633
47. Presti S.L., Mattavelli G., Canessa N., Gianelli C. Risk perception and behaviour during the COVID-19 pandemic: Predicting variables of compliance with lockdown measures. *PLOS ONE*, 2022. Vol. 17, no. 1, pp. e0262319. DOI:10.1371/journal.pone.0262319
48. Rossen I., Hurlstone M.J., Dunlop P.D., Lawrence C. Accepters, fence sitters, or rejecters: Moral profiles of vaccination attitudes. *Social Science & Medicine*, 2019. Vol. 224, pp. 23–27. DOI:10.1016/j.socscimed.2019.01.038
49. Saroglou V., Craninx M. Religious moral righteousness over care: a review and a meta-analysis. *Current Opinion in Psychology*, 2021. Vol. 40, pp. 79–85. DOI:10.1016/j.copsyc.2020.09.002
50. Schein C., Gray K. The Theory of Dyadic Morality: Reinventing Moral Judgment by Redefining Harm. *Personality and Social Psychology Review*, 2018. Vol. 22, no. 1, pp. 32–70. DOI:10.1177/1088868317698288
51. Schein C., Gray K. The Unifying Moral Dyad: Liberals and Conservatives Share the Same Harm-Based Moral Template. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2015. Vol. 41, no. 8, pp. 1147–1163. DOI:10.1177/0146167215591501
52. Shweder R.A., Much N.C., Mahapatra M., Park L. The “big three” of morality (autonomy, community, divinity) and the “big three” explanations of suffering. In Brandt A.M., Rozin P. (eds.). *Morality and health*. New York: Routledge, 1997, pp. 119–169.
53. Smith K.B., Alford J.R., Hibbing J.R., Martin N.G., Hatemi P.K. Intuitive Ethics and Political Orientations: Testing Moral Foundations as a Theory of Political Ideology. *American Journal of Political Science*, 2017. Vol. 61, no. 2, pp. 424–437. DOI:10.1111/ajps.12255
54. Stewart B.D., Morris D.S.M. Moving Morality Beyond the In-Group: Liberals and Conservatives Show Differences on Group-Framed Moral Foundations and These Differences

- Mediate the Relationships to Perceived Bias and Threat. *Frontiers in Psychology*, 2021. Vol. 12, 579908. DOI:10.3389/fpsyg.2021.579908
55. Strupp-Levitsky M., Noorbaloochi S., Shipley A., Jost J.T. Moral “foundations” as the product of motivated social cognition: Empathy and other psychological underpinnings of ideological divergence in “individualizing” and “binding” concerns. *PLOS ONE*, 2020. Vol. 15, no. 11, e0241144. DOI:10.1371/journal.pone.0241144
56. Sychev O.A., Protasova I.N. The Relationships between Moral Foundations, Social Beliefs and Attitudes towards Economic Inequality among Russian Youth: A Case Study of Altai Krai. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, 2020. Vol. 17, no. 4, pp. 705–718. DOI:10.22363/2313-1683-2020-17-4-705-718
57. Tamul D., Elson M., Ivory J.D., Hotter J.C., Lanier M., Wolf J., Martinez-Carrillo N.I. Moral Foundations’ Methodological Foundations: A Systematic Analysis of Reliability in Research Using the Moral Foundations Questionnaire. *Preprint*, 2020, pp. 1–21. DOI:10.31234/osf.io/shcgv
58. Voelkel J.G., Brandt M.J. The Effect of Ideological Identification on the Endorsement of Moral Values Depends on the Target Group. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 2019. Vol. 45, no. 6, pp. 851–863. DOI:10.1177/0146167218798822
59. Yılmaz O., Sarıbay S.A., Bahçekapılı H.G., Harma M. Political orientations, ideological self-categorizations, party preferences, and moral foundations of young Turkish voters. *Turkish Studies*, 2016. Vol. 17, no. 4, pp. 544–566.
60. Zakharin M., Bates T.C. Remapping the foundations of morality: Well-fitting structural model of the Moral Foundations Questionnaire. *PLoS ONE*, 2021. Vol. 16, no. 10, e0258910. DOI:10.1371/journal.pone.0258910

Информация об авторах

Сычев Олег Анатольевич, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник научно-исследовательского отдела, ФГБОУ ВО «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет им. В.М. Шукшина» (ФГБОУ ВО АГППУ), г. Бийск, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0373-6916>, e-mail: osn1@mail.ru

Information about the authors

Oleg A. Sychev, PhD in Psychology, Senior Researcher of Research Department, Shukshin Altai State University for Humanities and Pedagogy, Biysk, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0373-6916>, e-mail: osn1@mail.ru

Получена 09.03.2022

Принята в печать 25.01.2023

Received 09.03.2022

Accepted 25.01.2023

Политический юмор в массовой коммуникации

Гулевич О.А.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО НИУ ВШЭ),

г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3806-5064>, e-mail: ogulevich@hse.ru

Калашник П.В.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО НИУ ВШЭ),

г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9710-8522>, e-mail: pvkalashnik@yandex.ru

Цель. Анализ того, как юмористические сообщения о политике, которые распространяются по каналам массовой коммуникации, влияют на представления, оценки и поведение людей в политической сфере.

Контекст и актуальность. Юмористические сообщения о политике встречаются в разных странах и принимают разные формы. Однако исследователи не могут прийти к однозначным выводам об их влиянии на отношение людей к политической реальности. В этой статье мы рассматриваем полученные результаты и выделяем направления дальнейшего исследования.

Основные выводы. Юмористические сообщения о политике, которые транслируются по каналам массовой коммуникации, можно рассматривать как убеждающее воздействие. Юмор повышает внимание к сообщениям на политические темы и усложняет их понимание. Это, в свою очередь, снижает тщательность анализа информации, то есть повышает вероятность использования периферической/эвристической стратегии. Результатом воздействия юмористических сообщений являются повышение политических знаний и внутренней политической самоэффективности, ухудшение отношения к политикам и политической системе и, как следствие, рост готовности к политическому поведению. Однако сила и направление этого влияния частично зависят от особенностей коммуникатора (например, ведущего передачи или политика), характеристик сообщения (например, поверхностного или глубокого, мягкого или жесткого юмора) и особенностей аудитории (например, осведомленности в политике).

Ключевые слова: политический юмор, убеждающая коммуникация, политические знания, политическая самоэффективность, политическое доверие, политический цинизм.

Для цитаты: Гулевич О.А., Калашник П.В. Политический юмор в массовой коммуникации // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 23–37. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140102>

Political Humor in Mass Communication

Olga A. Gulevich

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3806-5064>, e-mail: ogulevich@hse.ru

Polina V. Kalashnik

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9710-8522>, e-mail: pkkalashnik@yandex.ru

Objective. *The analysis of the impact of humorous messages about politics, which are distributed through the channels of mass communication, on the perceptions, assessments, and behavior of people in the political sphere.*

Background. *Humorous messages about politics can be found in various countries and presented in different forms. Nevertheless, the researchers cannot come to unambiguous conclusions about their impact on people's attitudes towards political reality. This article reviews the results obtained and highlights areas for further research.*

Conclusions. *Humorous messages about politics, which are distributed through mass communication channels, can be seen as persuasive influence. Humor increases attention to messages on political topics and complicates their understanding. This, in turn, reduces the thoroughness of information analysis, i.e., increases the likelihood of using a peripheral/heuristic strategy. The impact of humorous messages is an increase in political knowledge and internal political self-efficacy, a deterioration in attitudes towards politicians and the political system, and, as a result, an increase in readiness for political behavior. However, the strength and direction of this influence depend in part on the characteristics of the communicator (e.g., host or politician), the characteristics of the message (e.g., superficial or deep, mild, or hard humor), and the characteristics of the audience (e.g., political awareness).*

Keywords: *political humor, persuasive communication, political knowledge, political self-efficacy, political trust, political cynicism.*

For citation: Gulevich O.A., Kalashnik P.V. Political Humor in Mass Communication. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 23–37. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140102> (In Russ.).

Введение

Юмор — игриво-критическое искажение привычного, вызывающее смех, — привлекает большое внимание ученых в области психологии, социологии, политологии, коммуникативистики и лингвистики. Исследователи выделяют разные виды юмора. По их мнению, он может быть направлен против себя или против других людей; быть хорошо или плохо понятным; соответствовать или противоречить взглядам человека; быть «мягким», чтобы исцелять аудиторию (горатическая сатира, ирония), или «жестким», чтобы ранить ее (ювеналь-

ная сатира, сарказм); быть «поверхностным» (преувеличивать отдельные черты человека, над которым смеются) или «глубоким» (помещать человека в новую категорию, например, превращать «политика» в «партизана»).

Юмористические сообщения используются в разных контекстах: маркетинге, здравоохранении, образовании и политике. Недавний метаанализ [45], авторы которого рассматривали воздействие юмора в этих областях, показал, что юмористические сообщения влияют на представления, оценки и намерения людей. При этом сообщения с элементами

юмора наиболее эффективны в сфере образования и наименее эффективны в области политики. Однако более поздний метаанализ, сфокусированный на юмористических сообщениях о политике, продемонстрировал, что они оказывают заметное влияние на отношение людей к тому, что происходит в политической сфере [14].

Исследования, посвященные политическому юмору, проводятся представителями разных наук. Ученые анализируют содержание, распространение и влияние юмористических сообщений на отношение людей к разным элементам политической реальности. Статьи по этой теме можно обнаружить в психологических, социологических и политологических журналах, но чаще всего они встречаются в междисциплинарных изданиях по коммуникации. Так происходит, поскольку при изучении юмористических сообщений о политике необходимы знания из разных предметных областей: от механизмов убеждения до особенностей политических процессов.

Рамка, которая, как правило, используется при анализе политического юмора, — это убеждающая коммуникация. В данном случае предполагается, что юмористическое сообщение — это стимул, который может оказать влияние на политические представления, оценки и поведение людей. Эту функцию выполняют как сообщения, которые распространяются преимущественно в личном общении (например, анекдоты), так и сообщения, которые расходятся по каналам массовой коммуникации (прежде всего, печатным и онлайн периодическим изданиям, телевизионным передачам и юмористическим интернет-сайтам).

Цель данной статьи — проанализировать воздействие юмористических сообщений о политике, которые распро-

страняются по каналам массовой коммуникации, на представления, оценки и поведение людей в политической сфере. Мы будем исходить из того, что юмористическое сообщение о политике — это форма убеждающего сообщения. Сначала мы поговорим о видах политических сообщений с элементами юмора и методах их изучения; затем рассмотрим процесс и результат их воздействия на аудиторию; в завершение выделим ограничения и направления дальнейшего исследования.

1. Формы и методы изучения политического юмора в массовой коммуникации

Большинство исследований, посвященных политическому юмору, который распространяется по каналам массовой коммуникации, проводится в странах, обладающих двумя особенностями. С одной стороны, они имеют высокие значения по индексу политических свобод (например, V-Dem, Freedom House); с другой стороны, в них пользуются популярностью юмористические сообщения о политике. Самое большое количество исследований было проведено в США, меньше — в Нидерландах, Швейцарии, Испании, Италии, Израиле и Гонконге. Однако в последнее время появились отдельные исследования, проведенные в странах с низкими значениями по индексу политических свобод.

Юмористические сообщения о политике могут приобретать разные формы. Они встречаются в газетах и журналах, передаются по телевидению и появляются в интернете (например, на веб-сайтах The Onion и The Babylon Bee). Такие сообщения могут быть самостоятельными передачами (например, Last Week Tonight with John Oliver); появляться в развлекательных ток-шоу, затрагива-

ющих разные темы (например, *Tonight Show with Jay Leno*, *The Late Show with David Letterman*); быть частью политических передач, где юмористические выступления перемежаются с серьезной информацией (например, *The Late Show with Stephen Colbert*, *The Daily Show with Jon Stewart*).

В целом исследования показывают, что телевизионные передачи оказывают большее влияние на оценки людей, чем политический юмор в печатных изданиях и на интернет-сайтах [14]. При этом форма телевизионного сообщения определяет возможности политиков. Например, телевизионные и интернет-сообщения, в которых журналист или актер смеется над политиками (юмор, направленный на других), дают возможность аудитории узнать только точку зрения ведущего. Наряду с этим ток-шоу, в которых много времени занимают интервью со «звездами», дают политикам возможность самостоятельно выразить свои взгляды и пошутить над собой (юмор, направленный на себя).

Для изучения роли, которую политический юмор играет в жизни людей, используются кросс-секционные и экспериментальные исследования. Авторы кросс-секционных исследований, с одной стороны, фиксируют, как часто люди читают или смотрят юмористические сообщения о политике, а с другой — измеряют различные параметры их отношения к тому, что происходит в политической сфере. Кроме того, исследователи оценивают целый ряд дополнительных параметров — контрольных переменных, а именно: социодемографические особенности участников; политические взгляды, интерес и знания; частоту чтения или просмотра серьезных новостей.

Авторы экспериментальных исследований делают участников на несколько групп, которые похожи по социодемо-

графическим особенностям, но получают разные сообщения. Члены одной или нескольких экспериментальных групп получают юмористические сообщения на политическую тему (фрагмент реальной передачи или специально сделанный материал). Члены одной или нескольких контрольных групп читают или смотрят серьезную новость о политике; юмористическое или серьезное сообщение на постороннюю тему; не получают никакого сообщения. После этого все участники отвечают на вопросы, позволяющие определить последствия воздействия политического юмора.

Основное различие между корреляционными и экспериментальными исследованиями заключается в следующем: первые позволяют проанализировать связь между просмотром юмористических сообщений и отношением к тому, что происходит в политической сфере, а вторые — определить влияние этих сообщений на представления, оценки и поведение участников. Кроме того, кросс-секционные и экспериментальные исследования различаются по составу участников (в первом случае часто используются данные репрезентативных опросов, а во втором — реакции студентов) и стимульному материалу (в первом случае фиксируется частота просмотра определенной передачи, а во втором — воздействие конкретного отрывка).

Интересно, что авторы уделяют большее внимание экспериментальным исследованиям. В частности, в обоих метаанализах, в которых рассматривались юмористические сообщения о политике [14; 45], использовались данные экспериментов. Тем не менее оба типа исследований могут предоставить нам данные, позволяющие понять роль таких сообщений в общественной жизни. Поэтому в дальнейшем мы рассмотрим результаты,

полученные в обоих типах исследований, при этом для простоты изложения мы будем говорить о влиянии юмористических сообщений.

2. Политический юмор как убеждающее сообщение

Под убеждением понимается процесс целенаправленного изменения представлений, оценок и поведения человека с помощью вербальных сообщений. Основная цель убеждающих сообщений — повлиять на аудиторию, которая либо еще не сформулировала свою позицию по какому-либо вопросу, либо занимает позицию, которая противоположна мнению авторов. Тем не менее люди, чья позиция совпадает с авторской, также могут использовать убеждающие сообщения, чтобы подтвердить свою позицию. Например, сообщения, которые распространяются в ходе предвыборных кампаний, не только способствуют привлечению новых сторонников, но и помогают сохранить старых.

Систематическое изучение процесса убеждения началось в 50-х годах прошлого века, однако современное представление об убеждающей коммуникации сформировалось в 80–90-е годы. Согласно этому представлению процесс убеждения можно разделить на пять стадий. Сначала аудитория должна заметить сообщение (стадия внимания) и понять, о чем в нем говорится (стадия понимания). Затем люди должны согласиться с позицией автора (стадия согласия), запомнить содержание сообщения (стадия запоминания) и совершить соответствующий поступок (стадия поведения).

Первоначально исследователи считали, что основным механизмом убеждающего воздействия является «контраргументация» — внутренний спор, который происходит в «голове» реципиента. Когда

человек получает сообщение, которое не соответствует его оценкам и представлениям, он приводит аргументы в защиту своей позиции и сравнивает их с аргументацией коммуникатора. Если реципиент смог подобрать аргументы, опровергающие позицию коммуникатора, убеждающее сообщение не оказывает влияния на его точку зрения. Если реципиент не смог сделать это, то коммуникатор достигает своей цели.

Однако позже психологи заговорили о том, что люди могут обрабатывать убеждающее сообщение двумя путями: один путь требует больших усилий и подразумевает тщательный анализ аргументации, другой путь требует меньших усилий и подразумевает анализ формы сообщения. Таким образом, в первом случае человек активно контраргументирует сообщение, а во втором — принимает позицию коммуникатора «на веру». Эта идея отражена сразу в двух теоретических моделях, которые были сформулированы в конце прошлого века: модели вероятности тщательного анализа и эвристико-систематической модели.

Модель вероятности тщательного анализа была предложена Р. Петти и Дж. Качоппо (R. Petty, J. Cacioppo) [39]. Согласно этой модели все психологические механизмы, благодаря которым изменяются оценки и представления аудитории, можно расположить на континууме «тщательность анализа». На одном полюсе находятся механизмы, которые подразумевают минимальное размышление; на другом полюсе — механизмы, которые подразумевают максимальное размышление о содержании сообщения. Использование механизмов, расположенных ближе к первому полюсу, было названо периферическим путем, а механизмов, расположенных ближе ко второму полюсу, — центральным путем.

Эвристико-систематическая модель была предложена Ш. Чейкен (S. Chaiken) [16]. Согласно этой модели люди могут анализировать убеждающие сообщения с помощью двух стратегий: эвристической и систематической. В первом случае люди тщательно рассматривают аргументацию, изложенную в сообщении, используют сложные правила вынесения суждения и могут самостоятельно придумывать аргументы. Во втором случае они проводят поверхностный анализ сообщения, опираясь на хорошо заметные показатели (например, особенности коммуникатора или визуальное оформление), используют относительно простые правила и готовые аргументы.

Описанные выше идеи были применены для изучения убеждающего воздействия в самых разных областях: от здоровья до улучшения межгрупповых отношений. Одной из таких тем стало воздействие юмористических сообщений в политической сфере (см. рисунок).

Сначала юмористические сообщения «проходят» стадии внимания и понимания. В частности, люди больше вовлекаются в процесс чтения или просмотра юмористических сообщений о политике, чем серьезных новостей [11; 38]. Кроме того, при анализе юмористических сообщений о политике люди испытывают большие сложности, чем при анализе серьезных сообщений [28], хотя это частично зависит от вида юмора: «мягкий» (горатическая сатира, ирония) или «жесткий» (ювенальная сатира, сарказм) [22; 28; 29; 40].

Внимание и понимание, в свою очередь, оказывают влияние на тщательность, с которой люди анализируют юмористические и серьезные сообщения. Чем больше люди вовлекаются в просмотр сообщения [11; 38] и чем

больше сил тратят на понимание [28; 40], тем менее критически они подходят к этому сообщению. Иными словами, люди, которые сильнее вовлечены в просмотр юмористического сообщения и испытывают большие сложности при его понимании, чаще используют периферическую/эвристическую и реже центральную/систематическую стратегию анализа сообщения.

Тщательность анализа, в свою очередь, связана с тем, насколько аудитория соглашается с сообщением. Чем больше контраргументов выдвигают читатели или зрители, тем меньше они соглашаются с сообщением и тем более позитивно относятся к человеку, против которого оно направлено [11; 28; 38]. Таким образом, юмористические сообщения могут оказывать разное влияние на отношение к тому, что происходит в политической сфере, в зависимости от того, насколько критически аудитория подходит к их содержанию.

3. Влияние юмористических сообщений на отношение к политической реальности

В предыдущем параграфе мы говорили о том, что процесс убеждения можно разделить на пять стадий, однако основное внимание исследователей привлекают стадии принятия и влияния на поведение. В частности, ученых интересует, каким образом то или иное убеждающее сообщение влияет на представления, оценки и поведение людей. Изучение юмористических сообщений о политике не является исключением. На протяжении нескольких десятилетий ученые пытались понять, каким образом эти сообщения влияют на политические знания и политическую самоэффективность, отношение к конкретным политикам и политической системе; готовность



Рис. Юмористические сообщения о политике как убеждающее воздействие

к политическим действиям и реальное поведение.

В то же время эта область исследований имеет свою специфику. В большинстве других областей, например, при изучении здоровья или образования, исследователи уделяли большое внимание факторам, оказывающим влияние на эффективность убеждения: характеристикам коммуникатора, сообщения и аудитории. При изучении юмористических сообщений о политике таким факторам уделялось мало внимания, поэтому ниже мы рассмотрим общее воздействие юмора на политические оценки, представления и поведение, а также в некоторых случаях проанализируем, насколько это влияние зависит от дополнительных условий.

3.1. Представления о политической системе: политические знания и политическая самоэффективность

Юмористические сообщения оказывают влияние на представления людей о том, как устроена политическая система, что происходит в политической сфере и какими возможностями обладают граждане. Для обозначения этих представлений используют два понятия: политические знания и политическая самоэффективность. Политические знания рассматриваются как единый конструкт, в то же время политическая самоэффективность разделяется на внутреннюю, личную и коллективную:

- политические знания — это знания человека об устройстве политической

системы в целом, а также об отдельных общественных проблемах и событиях;

- внутренняя политическая самоэффективность — это оценка человеком своих политических знаний, своей компетентности в политических вопросах;

- личная политическая самоэффективность — это оценка человеком своей собственной способности влиять на действия политиков;

- коллективная политическая самоэффективность — это оценка человеком способности своей группы (например, граждан страны) влиять на действия политиков.

Исследования показали, что юмористические сообщения являются для людей *источником знаний* о том, что происходит в обществе. Это касается как юмористических материалов, которые публикуются в газетах, транслируются по телевидению и размещаются на интернет-сайтах, так и фрагментов политического юмора, которые используются в учебных курсах. В целом люди, которые часто читают/смотрят юмористические сообщения о политике [2], лучше знают, что происходит в политической сфере, чем люди, которые редко потребляют такие сообщения. Аналогичное воздействие оказывает чтение или просмотр таких сообщений в ходе эксперимента [14].

Однако это воздействие имеет два ограничения. Во-первых, юмористические сообщения оказывают большее влияние на знания о текущих событиях, чем на знания о политической системе в целом [46]. Во-вторых, эффект юмористических сообщений ярче проявляется при ответе скорее на простые, чем на сложные вопросы [2]. По-видимому, это связано со спецификой юмористических сообщений о политике, которые транслируются по каналам массовой коммуникации: в большинстве случаев

их авторы обсуждают текущие события и стараются делать это как можно проще.

Кроме того, юмористические сообщения о политике (например, телевизионные сатирические шоу) оказывают большее влияние на людей, которые слабо интересуются политическими проблемами (особенности аудитории) [2]. Вероятно, это происходит по двум причинам. С одной стороны, люди, которые сильно интересуются политикой, используют разные источники информации, поэтому вклад юмористических передач в формирование их позиции оказывается относительно небольшим. С другой стороны, таким людям легче контраргументировать юмористические сообщения, что также снижает их воздействие.

Юмористические сообщения оказывают влияние на *внутреннюю политическую самоэффективность*. В целом чем больше люди смотрят такие сообщения, тем больше они верят в свою политическую компетентность [5; 7; 13; 20; 21; 27]. Вероятно, это происходит, когда юмористические сообщения подают информацию о текущих политических событиях в относительно простой и интересной форме, поэтому у людей возникает впечатление, будто они понимают, что происходит.

Исследования, в которых измерялись другие виды политической самоэффективности, встречаются реже и поэтому не позволяют сделать определенных выводов. Например, китайское исследование показало, что люди, читавшие сообщение с шутками о коррупции и загрязнении, которые были придуманы пользователями интернета, впоследствии демонстрировали более низкую личную политическую самоэффективность [41]. Таким образом, юмористические сообщения вызывали у людей неверие в возможность повлиять на ситуацию. Однако эти

результаты могут быть связаны с содержанием шуток.

3.2. Отношение к политикам и политической системе

Юмористические сообщения оказывают влияние на отношение к отдельным политикам и политической системе в целом. Показателями отношения к политической системе являются политическое доверие и политический цинизм, а также позитивные (гордость, энтузиазм, надежда) и негативные (раздражение, злость, возмущение) эмоции к ней. В то же время показателями отношения к политикам являются приписывание позитивных vs. негативных черт, одобрение vs. неодобрение деятельности и готовность vs. неготовность голосовать за отдельных людей или определенную политическую партию.

В целом исследования показали, что юмористические сообщения о политике оказывают негативное влияние на отношение к политической системе. В частности, люди, прочитавшие или посмотревшие такие сообщения, впоследствии меньше доверяют системе политического управления, демонстрируют больший политический цинизм и выражают более негативные эмоции к тому, что происходит в политической сфере [3; 4; 5; 13; 17; 34; 36]. Аналогичным образом юмористические сообщения сказываются на отношении к политикам и политическим партиям.

Однако это влияние зависит от дополнительных факторов. Первый фактор — это источник шуток (особенности коммуникатора). В частности, насмешки ведущего над политиками (юмор, направленный на других) вызывают более негативное отношение к политической системе [7; 19; 43] и отдельным людям [4; 5; 6; 8; 10; 12; 32], чем насмешки полити-

ков над самими собой (юмор, направленный на себя). Возможно, это происходит, поскольку политику, иронизирующему над собой, приписываются более высокий уровень интеллекта и честности.

Второй фактор — это содержание юмора, направленного на других (особенности сообщения). В целом «жесткие» шутки над политиком оказывают большее воздействие, чем «мягкие» шутки. Например, анализ содержания *The Daily Show* показал, что шутки над членами Республиканской партии чаще касались черт характера и действий, а шутки над членами Демократической партии — безобидных внешних особенностей. Просмотр этой передачи ухудшал отношение к политикам-республиканцам, но не изменял отношения к политикам-демократам [37]. Кроме того, поверхностная пародия оказывает более негативное влияние на отношение к политику, чем глубокая пародия [18].

Третий фактор — это политические знания людей (особенности аудитории). Некоторые исследования показали, что юмористические сообщения, направленные на других, оказывают большее влияние на людей с высоким, нежели с низким уровнем политических знаний [35]. Вероятно, это происходит, поскольку юмористические передачи не столько описывают политические события, сколько намекают на то, что уже и так известно. В результате люди, хорошо информированные о политических событиях, лучше понимают содержание юмористических сообщений.

3.3. Политическое поведение

Политическое поведение — это широкий термин, который обозначает различные формы участия людей в политических процессах, связанных с вопросами восприятия и распределе-

ния власти в государстве. В исследованиях, посвященных политическому юмору, рассматриваются два основных вида политического поведения. Первый вид — обсуждение политических вопросов с другими, прежде всего знакомыми людьми. Второй вид — это политическое участие как единый показатель, который включает в себя посещение публичных выступлений, контакт с чиновниками или членами политических партий, расклеивание стикеров или листовок, подписывание петиций, участие в митингах и демонстрациях.

Проведенные исследования показали, что просмотр юмористических передач повышает готовность к обсуждению политических вопросов и реальное участие в дискуссиях [30; 31; 33]. Аналогично он повышает готовность к различным формам непосредственного политического участия и проявляется в реальном поведении [20; 27; 31; 34]. Однако некоторые исследования продемонстрировали либо отсутствие связи между просмотром политического юмора и политической активностью [15], либо зависимость этой связи от типа передачи [9].

Каким образом юмор влияет на политическое поведение людей? Существуют два фактора, которые оказывают влияние на политическую активность. С одной стороны, чем выше политическая самооэффективность, тем больше готовность участвовать в разных формах политического поведения [42; 44]. С другой стороны, чем более позитивно отношение к политической системе, тем больше готовность участвовать в институализи-

рованных¹ действиях и тем меньше готовность участвовать в неинституализированных [23; 24; 25; 26; 44].

В странах с относительно высокими значениями по индексу политических свобод юмористические сообщения повышают внутреннюю политическую самооэффективность [20; 21; 33] и ухудшают отношение к политической системе [17; 34]. Более высокая политическая самооэффективность и менее позитивное отношение к политической системе, в свою очередь, повышают вероятность участия в неинституционализированных политических действиях, направленных на изменение текущего положения дел.

В то же время в государствах с относительно низкими значениями по индексу политических свобод юмористические сообщения могут оказывать противоположное воздействие. Например, китайское исследование продемонстрировало, что чтение сообщения, созданного на основе шуток, которые были придуманы пользователями интернета, понижало готовность людей участвовать в решении общественных проблем (экологического загрязнения и коррупции). Возможно, это происходило, поскольку, с одной стороны, такие сообщения ухудшали отношение к политической системе, но, с другой — снижали веру людей в то, что они могут повлиять на происходящее [41].

Заключение

Юмористические сообщения о политике, которые транслируются по каналам

¹ В данном случае под институализированным политическим поведением понимается активность, которую организуют представители власти (например, коммуникация с представителями политических партий по официальным каналам или голосование на выборах); под неинституализированным политическим поведением — активность, которую организуют граждане (например, подписание петиций или участие в протестных уличных акциях).

массовой коммуникации, могут приобретать разные формы. Из них наиболее распространены аналитические передачи и ток-шоу; статьи, комиксы и специализированные веб-сайты. В этих сообщениях используются разные формы юмора. Большинство исследователей проводят различие между «юмором, ориентированным на других», и «юмором, ориентированным на себя», но некоторые ученые сравнивают воздействие других форм политического юмора.

Юмористические сообщения о политике можно рассматривать как убеждающие сообщения, которые оказывают влияние на политические представления, оценки и поведение людей. Юмор повышает внимание к сообщениям на политические темы и в некоторых случаях усложняет их понимание. Это, в свою очередь, снижает тщательность анализа информации, то есть повышает вероятность использования периферической/эвристической стратегии.

Результат воздействия юмористических сообщений — это повышение политических знаний и внутренней политической самоэффективности, ухудшение отношения к политикам и политической системе и, как следствие, рост готовности к политическому поведению. Однако сила и направление этого влияния частично зависят от особенностей коммуникатора (ведущий передачи или политик), характеристик сообщения (поверхностный или глубокий, «мягкий» или «жесткий» юмор) и особенностей аудитории (интерес к политике и политические знания).

В то же время анализ политического юмора имеет ряд ограничений. Во-первых, подавляющее большинство исследований проведено в странах, которые имеют высокие значения по индексу политических свобод. Однако некоторые закономерности,

о которых мы говорили в этой статье, могут быть по-разному выражены в странах с высокими и низкими значениями по этому параметру, поэтому в будущем имеет смысл анализировать влияние политического юмора в государствах с разными политическими режимами.

Во-вторых, под юмористическими сообщениями исследователи чаще всего понимают телевизионные передачи или тексты на интернет-сайтах. Однако они гораздо реже обращают внимание на политические мемы — изображения, высмеивающие политиков или политическую систему. Телепередачи и сайты — это длинные сообщения, в которых относительно подробно излагаются определенные идеи, тогда как мемы — это очень короткие сообщения, которые чаще всего требуют знаний о текущих событиях и нуждаются в дополнительной интерпретации. Таким образом, в будущем стоит проанализировать процесс и результат воздействия таких сообщений.

В-третьих, при изучении юмористических сообщений о политике исследователи уделяют большее внимание результату — изменению представлений, оценок и поведения, — чем процессу убеждения — вниманию, пониманию и выбору стратегии. Как следствие, существует очень мало исследований, в которых рассматриваются все стадии убеждающего воздействия: от внимания до изменения поведения. Таким образом, в будущем имеет смысл проводить исследования, в которых будет рассматриваться сразу несколько стадий убеждающего воздействия. Это позволит более подробно проанализировать процесс убеждения.

В-четвертых, исследователи уделяют много внимания влиянию политического юмора на политические знания, политическую самоэффективность как самооценку компетентности в полити-

ческих вопросах, отношении к политикам и политической системе. В то же время они гораздо реже анализируют влияние таких сообщений на самооэффективность как оценку своей способности или способности своей группы повлиять на действия политиков. Таким образом, одним из направлений будущих исследований может стать изучение влияния политического юмора на личную и коллективную политическую самооэффективность.

В-пятых, исследователи, которые занимаются политическим юмором, рас-

сматривают когнитивные последствия чаще, чем поведенческие. При этом они, как правило, не проводят различия между разными формами поведения, прежде всего, между институализированной и неинституализированной политической активностью. Это мешает вписать подобные исследования в общий контекст изучения политического поведения. Таким образом, в будущем имеет смысл проводить комплексные исследования, в которых будут рассматриваться разные формы поведенческих последствий политического юмора.

Литература / References

1. *Balmas M.* When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism // *Communication Research*. 2014. Vol. 41(3). P. 430–454.
2. *Baek Y.M., Wojcieszak M.E.* Don't Expect Too Much! Learning from Late-night Comedy and Knowledge Item Difficulty // *Communication Research*. 2009. Vol. 36(6). P. 783–809. DOI:10.1177/0093652009346805
3. *Baranowski M.* The Daily Show vs. the New York Times: Comparing Their Effects on Student Political Knowledge and Engagement // *Journal of Political Science Education*. 2020. Vol. 16(3). P. 300–313.
4. *Baumgartner J.C.* Humor on the Next Frontier: Youth, Online Political Humor, and the JibJab Effect // *Social Science Computer Review*. 2007. Vol. 25(3). P. 319–338. DOI:10.1177/0894439306295395
5. *Baumgartner J.C., Morris J.S.* The Daily Show Effect: Candidate Evaluations, Efficacy, and American Youth // *American Politics Research*. 2006. Vol. 34(3). P. 341–367. DOI:10.1177/1532673X05280074
6. *Baumgartner J.C., Morris J.S., Coleman J.M.* Did the “Road to the White House Run Through” Letterman? Chris Christie, Letterman, and Other-disparaging Versus Self-deprecating Humor // *Journal of Political Marketing*. 2018. Vol. 17(3). P. 282–300. DOI:10.1080/15377857.2015.1074137
7. *Becker A.B.* Political Humor as Democratic Relief? The Effects of Exposure to Comedy and Straight News on Trust and Efficacy // *Atlantic Journal of Communication*. 2011. Vol. 19(5). P. 235–250.
8. *Becker A.B.* Comedy Types and Political Campaigns: The Differential Influence of Other-directed Hostile Humor and Self-ridicule on Candidate Evaluations // *Mass Communication and Society*. 2012. Vol. 15(6). P. 791–812. DOI:10.1080/15205436.2011.628431
9. *Becker A.B.* What about Those Interviews? The Impact of Exposure to Political Comedy and Cable News on Factual Recall and Anticipated Political Expression // *International Journal of Public Opinion Research*. 2013. Vol. 25(3). P. 344–356. DOI:10.1093/ijpor/edt014
10. *Becker A.B., Haller B.A.* When Political Comedy Turns Personal: Humor Types, Audience Evaluations, and Attitudes // *Howard Journal of Communications*. 2014. Vol. 25(1). P. 34–55. DOI:10.1080/10646175.2013.835607

11. *Boukes M., Boomgaarden H.G., Moorman M., de Vreese C.H.* At Odds: Laughing and Thinking? The Appreciation, Processing, and Persuasiveness of Political Satire // *Journal of Communication*. 2015. Vol. 65. P. 721–744.
12. *Boukes M., Hameleers M.* Shattering Populists' Rhetoric with Satire at Elections Times: The Effect of Humorously Holding Populists Accountable for Their Lack of Solutions // *Journal of Communication*. 2020. Vol. 70(4). P. 574–597.
13. *Brewer P.R., Young D.G., Morreale M.* The Impact of Real News about “Fake News”: Intertextual Processes and Political Satire // *International Journal of Public Opinion Research*. 2013. Vol. 25(3). P. 323–343. DOI:10.1093/ijpor/edt015
14. *Burgers C., Brugman B.C.* How Satirical News Impacts Affective Responses, Learning, and Persuasion: A Three-Level Random-Effects Meta-Analysis // *Communication Research*. 2022. Vol. 49(7). P. 966–993.
15. *Cao X., Brewer P.R.* Political Comedy Shows and Public Participation in Politics // *International Journal of Public Opinion Research*. 2008. Vol. 20(1). P. 90–99.
16. *Chaiken S., Ledgerwood A.* A Theory of Heuristic and Systematic Information Processing // *Handbook of Theories of Social Psychology* / Ed. by P.A.M. Van Lange, A.W. Kruglanski, E.T. Higgins. Thousand Oaks, CA: Sage, 2012. Vol. 1. P. 246–266.
17. *Chen H.T., Gan C., Sun P.* How Does Political Satire Influence Political Participation? Examining the Role of Counter- and Pro-attitudinal Exposure, Personal Issue Importance // *International Journal of Communication*. 2017. Vol. 11. P. 3011–3029.
18. *D'Errico F., Poggi I.* “The Bitter Laughter”. When Parody Is a Moral and Affective Priming in Political Persuasion // *Frontiers in Psychology*. 2016. Vol. 7. Article 1144.
19. *Guggenheim L., Kwak N., Campbell S.W.* Nontraditional News Negativity: The Relationship of Entertaining Political News Use to Political Cynicism and Mistrust // *International Journal of Public Opinion Research*. 2011. Vol. 23(3). P. 287–314.
20. *Hoffman L.H., Thomson T.L.* The effect of television viewing on adolescents' civic participation: Political efficacy as a mediating mechanism // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2009. Vol. 53. P. 3–21.
21. *Hoffman L.H., Young D.G.* Satire, Punch Lines, and the Nightly News: Untangling Media Effects on Political Participation // *Communication Research Reports*. 2011. Vol. 28(2). P. 159–168. DOI:10.1080/08824096.2011.565278
22. *Holbert R.L., Hmielowski J., Jain P., Lather J., Morey A.* Adding Nuance to the Study of Political Humor Effects: Experimental Research on Juvenalian Satire versus Horatian Satire // *American Behavioral Scientist*. 2011. Vol. 55. P. 187–211.
23. *Hooghe M.* Trust and Elections // *The Oxford Handbook of Social and Political Trust* / Ed. by E.M. Uslaner. Oxford University Press, 2017. P. 617–632.
24. *Hooghe M., Marien S.* A Comparative Analysis of the Relation between Political Trust and Forms of Political Participation in Europe // *European Societies*. 2013. Vol. 15. P. 131–152.
25. *Hooghe M., Quintelier E.* Political Participation in European Countries: The Effect of Authoritarian Rule, Corruption, Lack of Good Governance and Economic Downturn // *Comparative European Politics*. 2014. Vol. 12. P. 209–232.
26. *Katsanidou A., Eder C.* Vote, Party, or Protest: The Influence of Confidence in Political Institutions on Various Modes of Political Participation in Europe // *Comparative European Politics*. 2016. Vol. 16. P. 290–309.
27. *Kaye B.K., Johnson T.J.* Restoring Sanity through Comic Relief: Parody Television Viewers and Political Outlook // *Atlantic Journal of Communication*. 2016. Vol. 24(3). P. 131–143. DOI:10.1080/15456870.2016.1184520
28. *LaMarre H.L., Landreville K.D., Young D., Gilkerson N.* Humor Works in Funny Ways: Examining Satirical Tone as a Key Determinant in Political Humor Message Processing // *Mass Communication and Society*. 2014. Vol. 17(3). P. 400–423. DOI:10.1080/15205436.2014.891137

29. Landreville K.D. Satire as Uncertain Territory: Uncertainty Expression in Discussion about Political Satire, Opinion, and News // *Humor*. 2015. Vol. 28(4). P. 559–582.
30. Landreville K.D., Holbert R.L., LaMarre H.L. The Influence of Late-night TV Comedy Viewing on Political Talk: A Moderated-mediation Model // *The International Journal of Press/Politics*. 2010. Vol. 15. P. 482–498.
31. Lee H. Communication Mediation Model of Late-night Comedy: The Mediating Role of Structural Features of Interpersonal Talk between Comedy Viewing and Political Participation // *Mass Communication and Society*. 2012. Vol. 15(5). P. 647–671. DOI:10.1080/15205436.2012.64239
32. Lee F.L.F. The Impact of Online User-generated Satire on Young People's Political Attitudes: Testing the Moderating Role of Knowledge and Discussion // *Telematics and Informatics*. 2014. Vol. 31(3). P. 397–409. DOI:10.1016/j.tele.2013.08.002
33. Lee H., Jang M. Talking About What Provokes Us: Political Satire, Emotions, and Interpersonal Talk // *American Politics Research*. 2017. Vol. 45(1). P. 128–154.
34. Lee H., Kwak N. The Affect Effect of Political Satire: Sarcastic Humor, Negative Emotions, and Political Participation // *Mass Communication and Society*. 2014. Vol. 17(3). P. 307–328. DOI:10.1080/15205436.2014.891133
35. Matthes J., Rauchfleisch A. The Swiss “Tina Fey Effect”: The Content of Late-Night Political Humor and the Negative Effects of Political Parody on the Evaluation of Politicians // *Communication Quarterly*. 2013. Vol. 61(5). P. 596–614. DOI:10.1080/01463373.2013.822405
36. Mendiburo-Seguel A., Vargas S., Rubio A. Exposure to Political Disparagement Humor and Its Impact on Trust in Politicians: How Long Does It Last? // *Frontiers in Psychology*. 2017. Vol. 8. P. 2236. DOI:10.3389/fpsyg.2017.02236
37. Morris J.S. The Daily Show with Jon Stewart and audience attitude change during the 2004 party conventions // *Political Behavior*. 2009. Vol. 31. P. 79–102.
38. Nabi R.L., Moyer-Gusé E., Byrne S. All Joking Aside: A Serious Investigation into the Persuasive Effect of Funny Social Issue Messages // *Communication Monographs*. 2007. Vol. 74(1). P. 29–54.
39. Petty R.E., Brinol P. The Elaboration Likelihood Model // *Handbook of Theories of Social Psychology* / Ed. by P.A.M. Van Lange, A.W. Kruglanski, E.T. Higgins. Thousand Oaks, CA: Sage, 2012. Vol. 1. P. 224–245.
40. Polk J., Young D.G., Holbert R.L. Humor Complexity and Political Influence: An Elaboration Likelihood Approach to the Effects of Humor Type in The Daily Show with Jon Stewart // *Atlantic Journal of Communication*. 2009. Vol. 17. P. 202–219.
41. Shao L., Liu D. The Road to Cynicism: The Political Consequences of Online Satire Exposure in China // *Political Studies*. 2019. Vol. 67(2). P. 517–536. DOI:10.1177/0032321718791373
42. Smets K., Van Ham C. The Embarrassment of Riches? A Meta-analysis of Individual-level Research on Voter Turnout // *Electoral Studies*. 2013. Vol. 32. P. 344–359.
43. Tsfati Y., Tukachinsky R., Peri Y. Exposure to News, Political Comedy, and Entertainment Talk Shows, Concern about Security and Political Mistrust // *International Journal of Public Opinion Research*. 2009. Vol. 21. P. 399–423.
44. van Zomeren M., Spears R., Leach C.W. Exploring Psychological Mechanisms of Collective Action: Does Relevance of Group Identity Influence how People Cope with Collective Disadvantage? // *British Journal of Social Psychology*. 2008. Vol. 47. P. 353–372.
45. Walter N., Cody M.J., Xu L.Z., Murphy S.T. A Priest, a Rabbi, and a Minister Walk into a Bar: A Meta-Analysis of Humor Effects on Persuasion // *Human Communication Research*. 2018. Vol. 44(4). P. 343–373.
46. Young D.G., Hoffman L. Acquisition of Current-events Knowledge from Political Satire Programming: An Experimental Approach // *Atlantic Journal of Communication*. 2012. Vol. 20(5). P. 290–304. DOI:10.1080/15456870.2012.728121

Информация об авторах

Гулевич Ольга Александровна, доктор психологических наук, профессор, заведующий Научно-учебной лабораторией политико-психологических исследований, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО НИУ ВШЭ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3806-5064>, e-mail: ogulevich@hse.ru

Калашник Полина Владимировна, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории политико-психологических исследований, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО НИУ ВШЭ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9710-8522>, e-mail: pvkalashnik@yandex.ru

Information about the authors

Olga A. Gulevich, Doctor of Psychology, Professor, Laboratory Head, Politics & Psychology Research Laboratory, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3806-5064>, e-mail: ogulevich@hse.ru

Polina V. Kalashnik, Intern Researcher, Politics & Psychology Research Laboratory, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9710-8522>, e-mail: pvkalashnik@yandex.ru

Получена 12.01.2022

Принята в печать 25.01.2023

Received 12.01.2022

Accepted 25.01.2023

Взаимосвязь человека и робота как феномен социального взаимодействия

Моторина Л.Е.

**ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет)» (ФГБОУ ВО «МАИ»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4441-7452>, e-mail: lubov-motorina@yandex.ru**

Цель. Разработка общетеоретических и методологических концептов для анализа взаимосвязи человека и робота как феномена социального взаимодействия; введение в научный оборот понятия «человеко-технологическая реальность» (ЧТР); формулировка авторского определения персонального пространства (ПП) в качестве методологического основания исследования человеко-технологических отношений.

Контекст и актуальность. Создание высокотехнологичных компьютерных когнитивных агентов и человекоподобных роботов становится приоритетным предметом научных исследований в самых различных областях знания. Основная сложность в продвижении к каким-либо единым общезначимым результатам заключается в том, что в каждой дисциплине проблема исследуется в рамках ей присущей терминологии. Многовариантность интерпретаций исследований взаимодействия человека и социального робота особенно проявляется себя между представителями гуманитарного знания, специалистами в области искусственного интеллекта и инженерного программирования. Назрела необходимость в системной проработке понятийно-категориального аппарата, используемого для описания феноменов ЧТР, в которых человек сосуществует с новыми технологическими существами, призван устанавливать с ними определенный уровень отношений, переопределять ПП, формировать новые модели социального взаимодействия.

Используемая методология. Конвергентный подход, принцип целостности, типология отношений «Я – Ты» С.Л. Франка.

Основные выводы. Введение в научный оборот понятия ЧТР, авторское определение ПП, выявление социально-психологических критериев человеко-технологических отношений — предлагаются к применению в качестве концептуального и методологического инструментария исследований взаимосвязи человека и робота как феномена социального взаимодействия.

Ключевые слова: взаимосвязь человека и робота, социальное взаимодействие, социальный робот, персональное пространство, технологическое существо, человеко-технологическая реальность.

Для цитаты: Моторина Л.Е. Взаимосвязь человека и робота как феномен социального взаимодействия // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 38–54. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140103>

HRI as a Phenomenon of Social Interaction

Liubov E. Motorina

National Research University Moscow Aviation Institute, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4441-7452>, e-mail: lubov-motorina@yandex.ru

Objective. *Development of general theoretical and methodological concepts for the analysis of the interaction “human-robot” as a holistic human-technological gestalt; introduction into scientific circulation of the concept of human-technological reality; the formulation of the author’s definition of personal space as a methodological basis for the study of human-technological relations.*

Background. *The creation of high-tech computer cognitive agents and humanoid robots are becoming a priority subject of scientific research in various fields of knowledge. The main difficulty in moving towards any single generally valid results lies in the fact that in each discipline the problem is investigated within the framework of its inherent terminology. The multivariance of interpretations of studies of human-social robot interaction is especially observed between representatives of the humanities, specialists in the field of artificial intelligence and engineering programming. There is a need for a systematic elaboration of the conceptual and categorical apparatus used to describe the phenomena of human-technological reality, in which a person coexists with new technological beings, is called upon to establish a certain level of relations with them, redistribute personal space, and form new models of social interaction.*

Methodology. *Convergent approach, system analysis, principle of integrity, typology of relations “I-Thou” by S.L. Frank.*

Conclusions. *Consideration of the typology of I-Thou relations, the author’s definition of personal space, the introduction into scientific circulation of the concept of human-technological reality, highlighting the features of human-technological relations are proposed for use as a conceptual and methodological toolkit for researching human-robot interaction as a phenomenon of social interaction.*

Keywords: *computer cognitive agents, human-technological reality, human-robot interaction (HRI), personal space, social interaction, social robot.*

For citation: Motorina L.E. HRI as a Phenomenon of Social Interaction. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 38–54. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140103> (In Russ.).

Введение

Взаимодействие человека и робота представляет собой имитацию межличностных отношений. Создание компьютерных когнитивных агентов и человекоподобных роботов ставит вопрос о сосуществовании человека с новыми технологическими существами¹, с которыми человек призван сотрудничать и устанав-

ливать определенный уровень отношений, а также о новом способе управления персональным пространством (ПП). Новая динамика понимания субъекта навязывается личности как по отношению к другим людям, равным с ней онтологически, так и по отношению к гуманоидным машинам (роботам). Такой контекст нового типа отношений требует крити-

¹ В статье термин «технологическое существо» будет рассматриваться как феномен XXI века в виде человекоподобных персонажей на экране компьютера или воплощенных в тело робота с жизнеподобным поведением.

ческого осмысления онтологического статуса человеко-технологической реальности (ЧТР), новых видов социального взаимодействия, трансформаций персонального пространства. Несмотря на относительную замкнутость и обособленность гуманитарно-научного, естественно-научного и технологического дискурсов, эти сферы знания и практики стремительно движутся навстречу друг другу. Ситуация осложняется тем, что в компьютерных науках, инженерном проектировании широко используется принцип антропоморфизма как основа языковой номинации. Отсюда в описании так называемых технологических существ, включая человекоподобных роботов, часто используются *антропоморфные понятия*. Содержание понятий, которыми пользуются специалисты в области инженерного программирования, искусственного интеллекта и специалисты в области гуманитарных наук, далеко не совпадает по содержанию и смыслу [4; 6; 7; 10]. Возникает методологическая проблема отнесения социально-психологических понятий, раскрывающих социально-психологические критерии взаимодействия человека и робота, к неодушевленным объектам в их традиционном понимании. Возникают феномены, по существу, новой реальности, в которой человеческое существование сливается, переплетается с миром технологическим. По своему содержанию данная проблема принципиально неразрешима в рамках одной конкретной дисциплины. Именно в рамках конвергентного подхода возможны иные правила категоризации новых форм и моделей социального взаимодействия, связанных с встраиванием технологической реальности в социум и культуру.

Разрыв между технологическим и гуманитарно-научным дискурсом обна-

руживает необходимость формирования единого проблемного поля изучения феноменов ЧТР, разработки общей понятийно-категориальной системы исследований в области информационных технологий, всех направлений робототехники и гуманитарного знания.

Целью статьи являются разработка общетеоретических и методологических концептов для анализа взаимосвязи человека и робота как особого вида социального взаимодействия; введение в научный оборот понятия ЧТР; предложение авторского определения ПП в качестве методологического основания исследования человеко-технологических отношений.

Онтологический статус робота: от предметного бытия к социальному взаимодействию

Первоначально онтологический статус робота можно определить в качестве *средства (инструмента)* деятельности человека. Основная цель разработки роботов в промышленных приложениях (сборка, упаковка, транспортировка и т.д.) заключалась в том, чтобы освободить людей-операторов от выполнения опасных или повторяющихся задач. То есть функции робота не переходили границ предметного бытия [5; 36], представляющего собой сферу отношений человека к вещам. Такая ситуация развивалась с 1960 года и мало касалась проблем социализации робототехники. В 1990-е годы намечаются новые тенденции, которые стали возможными благодаря синтезу робототехники и искусственного интеллекта. Социальная робототехника начинает придавать роботам *значение социального взаимодействия*. Социальные роботы проникают постепенно во все сферы жизни человека, но особенно интенсивно становятся востребованными в

основном в трех видах социальной среды: домашние условия, учебные аудитории, общественные места. Выделяется класс роботов, специально предназначенный для ухода за детьми, за больными и престарелыми людьми, который обозначается как социально-вспомогательный [22], обеспечивающий эффективное общение, уход и социальную поддержку [35]. Социально-вспомогательные роботы характеризуются многовариантностью функциональных требований: уход за пожилыми людьми [24], лечение когнитивных нарушений [43], депрессии и одиночества [12], помощь во взаимодействии детям начальной школы [37] и др. Помимо функционального аспекта такой робот обретает социально-коммуникативный аспект, поскольку задействован в социально значимых отношениях, нацеленных на личное благополучие и благополучие в отношениях. Во всех функциональных ролях от робота требуется быть «психологически чувствительным» к своему партнеру и вести себя в соответствии с его потребностями, то есть обладать способностью эффективного *квазимежличностного общения*: следить за своим собеседником, прислушиваться к его опыту, поддерживать беседу или совместное действие. В литературе приводятся примеры исследований, где робот, ухаживающий за детьми, выслушивает и жизненный опыт опекуна [26]. То, как робот реагирует на человеческое общение и как личность реагирует на взаимоотношение с роботом, может иметь глубокое влияние на ряд личностных и межличностных результатов взаимодействия, в том числе на психическое здоровье людей, их готовность продолжать

доверять роботу и в целом благополучие человека.

Исследования в этой сфере явились в свое время необходимым научным фактом-фундаментом, на основе которого возникла трансдисциплинарная область знания и практики, известная как взаимодействие человека и робота (HRI)² [14; 15; 17]. Первоначально внимание исследователей было сосредоточено на выявлении параметров *сходства* как внешнего дизайна (тела) робота, так и «личностных» характеристик в качестве аналогов человеческих способностей. Но постепенно акцент переместился с исследований параметров сходства человека и робота на проблему их взаимодействия как более существенный элемент системы HRI. Именно понятие *взаимодействия* становится ключевым в разработке когерентной методологии исследования всей системы HRI как особого вида социального взаимодействия в качестве целостного человеко-технологического феномена. Цель оптимизации HRI привела к изменению *стратегии* разработки роботов, способных действовать в *личностно значимых* отношениях с самыми разными возрастными и социальными группами [21; 34; 40]. Новая стратегия потребовала программирования новых свойств: способности робота производить впечатление отзывчивости, успешно взаимодействовать с людьми в ходе беседы, использовать человеческие механизмы понимания и действия. Последняя волна исследований связана с проектированием социальных роботов, *максимально учитывающих личностный фактор*, т.е. адаптированных не просто к личностно значимым отношениям, а к

² Аббревиатура «HRI» [Human-Robot-Interaction] в статье будет использована и в отношении словосочетания на русском языке — «взаимодействие человека и робота» — в качестве уже устоявшегося обозначения данной области знания и практики в международном научном сообществе.

определенным психологическим критериям социального взаимодействия между людьми [39; 44; 45].

Личностное измерение HRI в функции имитации межличностных контактов выводит взаимодействие на новый уровень, когда человек может воспринимать робота уже не как вещь предметного мира, а как действующее лицо его PPP в качестве помощника, партнера, т.е. как существо, которое делает его жизнь более комфортной и качественной. Оптимизации HRI способствуют исследования психометрических показателей того, насколько робот соответствует правилам социального поведения личности [31].

В концептуальном пространстве HRI можно выделить человеко-ориентированный подход, целью которого является поиск сбалансированного и последовательного формата социально приемлемого «поведения» роботов, основанного на правилах поведения человека в обществе [3; 11; 16]. В последние десятилетия появилось много научных исследований, ориентированных на понимание робота не как инструмента, а как компаньона и даже друга. Авторы подчеркивают, что назрела необходимость разработки новых методологий и критериев оценки HRI [7; 39; 41]. Специалист-компьютерщик из Канады Керстин Даутенхан (Kerstin Dautenhahn) замечает, что хотя осталась доля сомнений в том, что роботы в будущем преодолеют свое роботизированное наследие, рассмотрение их в качестве части социальной среды является более реалистичным и более адекватным видением социальных роботов, чем рассмотрение их как просто машин, выполняющих определенную технологическую задачу [18]. Она пишет: «Становится все более очевидным, что социальные и интерактивные навыки являются

необходимыми требованиями во многих областях применения и контекстах, где роботы должны взаимодействовать и сотрудничать с другими роботами или людьми» [18, с. 679]. Думается, введение понятия ЧТР позволит сфокусировать предмет исследований HRI на совокупности путей и способов встраивания технологической реальности, в том числе и искусственно созданных технологических существ, в социокультурную реальность и личностное пространство. С методологической точки зрения это означает, что цели социальной робототехники определяются в основном не приоритетами технологических решений, а смысловым горизонтом существующего общества и культуры. В этом контексте термин ЧТР означает единство экзистенциального и технологического аспектов деятельности, коммуникативного и социально-психологического взаимодействия людей с технологическими существами. Рассмотрение ЧТР в качестве феномена социального взаимодействия в его личностном измерении предполагает исследование трансформаций PPP в технологическом контексте. Понятие PPP означает целостный сложно структурированный феномен «Я», личностное измерение бытия человека в его едином и единичном статусах. Экзистенциальный опыт и экзистенциальный проект PPP являются основой смысложизненных, ценностных, ментальных и практических ориентиров личности в актуальном и потенциальном модусах существования человека. Термин «пространство» в сочетании с термином «персональное» имплицитно границы между личным и безличным, между отношениями «Я — Ты» (социальная реальность), отношениями «Я — Оно» (предметная реальность), между человеком и технологическими существами (ЧТР) [36]. Авторское определение PPP

предлагается в качестве методологического концепта для выявления социально-психологических параметров НРИ.

Понятие персонального пространства и его действующие лица

Одним из важнейших методологических оснований исследования персонального пространства является *принцип целостности*. ПП реального человека есть целостная экзистенциальная история с рождением, социализацией, личностными драмами, взлетами и падениями, самореализацией и, наконец, завершением жизненного пути. Как в пространстве, так и во времени эту целостность нельзя собрать или разобрать по частям. Ее нельзя описать исключительно рациональным способом и тем более воссоздать технически, ибо ПП как *целостный феномен «Я»* представляет собой не только данность, но и незавершенную возможность.

В качестве методологического основания исследований ПП как целостного феномена предлагается рассмотреть *типологию отношений «Я — Ты»*, которую развивал русский философ С.Л. Франк в известном труде «Непостижимое» (1939). С.Л. Франк выделил два основных типа отношений «Я — Ты»: а) *отношения вражды, угрозы, ужаса* и б) *отношения сердечности, тепла, партнерства, переживания единства*.

Рассматривая первый тип отношений «Я — Ты», С.Л. Франк объясняет эти переживания тем, что «Ты» в этих отношениях находится на одном уровне с «Я»; и в этом смысле подобно и равно ему [9, с. 363]. «Ты» в качестве «второго я» противоречит единственности «Я», а потому обладает всей жуткостью «двойника». «Ты» в данном случае как бы копирует «Я». С.Л. Франк подходит к исследованию сложной и малоизученной пробле-

мы «границ Я». Он пишет, что когда «Я» сталкивается с «Ты», то чувствует себя уязвимым, потому что через отношение «Я — Ты» впервые становится подлинным «Я», *узнает свою границу*, а следовательно — опасность. С.Л. Франк замечает, что и вне этого отношения «Я» имеет границу с миром предметов, но предметное бытие как нечто инородное находится на другом уровне, и граница осознается здесь иначе, поскольку предметное бытие не вторгается активно *внутрь «Я»*.

Второй тип отношений определяется им как отношения сердечности, несущие собой всю *полноту переживаемого единства*: «Я» узнает себя в «Ты», находит в нем «успокоительную, отрадную для него реальность *сходного, сродного* — некую свою *родину»* [9, с. 363]. В этом случае, встречаясь с «Ты», «Я» осознает себя уже не единственным, не одиноким, а встретившим существо, «исполненного стихии собственного внутреннего бытия». Это есть чуткое, понимающее, проникающее *внутрь «Я» «Ты»*, где впервые это отношение конституируется в его *полной актуальности»* [9, с. 363].

Типология отношений «Я — Ты», предложенная С.Л. Франком, очень современна. Она в какой-то мере проясняет феномен «зловещей долины» (UVE), открытый японским робототехником и инженером Мосахиро Мори (Mosahiro Mori) еще в 1978 году. Мори зафиксировал факт, который заключался в том, что чем больше роботы становились похожими на реальных людей, тем чаще (при предельных значениях схожести) у людей возникало резкое отторжение робота, сопровождаемое переживаниями ужаса [32]. Это состояние ужаса, которое на графике показывало резкое падение кривой симпатии к объекту восприятия, М. Мори назвал «зловещая долина» (Uncanny Valley). Позднее (сначала в 2005, а за-

тем в 2012 годах) американский ученый Карл Ф. МакДорман (Karl F. McDorman) опубликовал переводы статей М. Мори с японского языка на английский. С этого момента начались многочисленные исследования данного явления в самых различных областях знания. Уже почти пятьдесят лет публикуются статьи, в названии которых повторяются слова «Uncanny Valley» (UVE), но до сих пор ученые независимо от области исследования приходят к одному и тому же выводу, что феномен «зловещей долины» не может быть признанным научно доказанным, объясненным и повторяющим результаты фактом [8; 33; 42].

Думается, что природа феномена «зловещей долины» становится более понятной, если исходить из анализа типов отношений «Я — Ты», рассмотренных С.Л. Франком. В ходе экспериментов, когда наступают предельные значения параметров сходства человека и робота (исследователи фиксируют от 60 до 90%), личность уже не воспринимает робота как феномен предметного мира, который в меньшей степени угрожает ей. Она начинает воспринимать его как «Ты», как второе «Я», которое может нести угрозу единственности «Я», его обособленности. Робот воспринимается личностью уже не как предмет, вещь, но еще и не как партнер, помощник. Феномен предельной схожести *неявно* запускает сценарий по первому типу. Личность начинает оценивать робота как свое второе «Я», как существо, которое находится на ее же уровне, что противоречит единственности «Я», а потому переживается со всей жуткостью «двойника». Единство и раздельность «Я» и «Ты» выявляют противоречивую природу бытия человека как общественного существа, которая проявляется в механизмах открытости/закрытости ПП. *Открытость и закрытость*

ПП являются *структурообразующими характеристиками*, определяющими его целостность, обособленность, избирательность в социальном взаимодействии. Посредством избирательности допуска к себе других людей ПП регулирует степень свободы личности, качество и количество отношений между людьми.

Впервые концепция ПП была введена в научный оборот американским антропологом и исследователем культур Эдвардом Т. Холлом (Edward T. Hall). Он рассматривал ПП как невидимую сферу (пузырь), которая окружает человека, имеет «скрытые» границы и повсюду его сопровождает. Попытки проникнуть в это пространство воспринимаются личностью как посягательство на личную свободу. Невидимая граница ПП то расширяется, то сужается в зависимости от ряда обстоятельств: отношений с окружающими людьми, эмоционального состояния личности, культурной составляющей и той деятельности, которая происходит в момент общения [25, с. 101—111]. В концепции Э. Холла можно выделить три продуктивные идеи, которые имеют методологическое значение как для исследования межличностных отношений, так и HRI.

Во-первых, идея о четырех зонах ПП (интимная, персональная, социальная и публичная), которые он выделил в структуре межличностных контактов. Каждая из зон, в свою очередь, представлена двумя «фазами»: закрытой и открытой. Допуск другой личности в каждую зону и каждую фазу зоны строго избирателен [25, с. 113—125]. Идея о зонах и фазах ПП ориентирует на дальнейшие исследования многовариантности HRI, механизмов избирательности ПП в различных контекстах: интимно-персональном, социально-групповом, публичном и, что особенно актуально, в технологическом.

Во-вторых, идея о коммуникативном контексте культуры. Э. Холл создал классификацию культур, выделил культуры с высоким и низким коммуникативным контекстом, где индивидуальные дистанции ПП и другие его характеристики существенно различаются. Отсюда в разработке социальных роботов необходимо учитывать, что смысл всякого взаимодействия, рассматриваемого как часть социальной среды, определяется богатством и глубиной той или иной культуры.

В-третьих, в качестве основополагающей характеристики ПП Э. Холл ввел понятие «скрытое измерение» («The Hidden Dimension» — так называется его работа) [25]. Исследования скрытых уровней когнитивной, коммуникативной и деятельностной активности человека становятся значимым предметом науки как в области философско-методологического анализа, так и в сфере конкретно-научного знания.

Немецкий исследователь когнитивных технологий Франк Гегель (Frank Hegel), обобщая исследования *скрытых уровней* процессов восприятия людей друг другом, отмечает, что, встречаясь впервые, мы почти автоматически полагаемся на визуальные и другие подсказки, указывающие на принадлежность к той или иной социальной группе или культуре. По мнению ряда авторов, так называемые бессознательные подсказки представляют собой «активированные структуры неявных знаний», интуитивно понятные людям [13; 19; 20; 23; 30].

Американский нейрофизиолог Д. Хьюбел (David Hubel) и шведский нейробиолог Т. Визель (Thorsten Wiesel) показали, что скрытые слои нейронов извлекают информацию, позволяющую понять смысл видимой картины, и связывают ее в целое. Следует заметить, что искусственная нейронная сеть в отличие от природной нейронной сети не содер-

жит скрытых уровней, что явно накладывает ограничение на ее эффективность. Лишь в 1980 году стало технологически возможным введение одного-двух скрытых уровней, что значительно увеличивало эффективность искусственной нейронной сети, в частности, зрительного анализатора, хотя разработчики были нередко разочарованы своей работой, поскольку «зрение роботов» оставалось по человеческим меркам достаточно примитивным [2, с. 271].

Скрытые уровни во всей архитектуре ПП обеспечивают его целостность, уникальность, избирательность и защиту границ. Взаимодействие человека с технологическими существами перестраивает механизмы избирательности и границы ПП, расширяет экзистенциальный опыт личности.

Наряду с изучением механизмов избирательности и границ ПП все более актуальной становится проблема его участников. Если прежде действующим лицом ПП, вступающим во взаимодействие, была другая личность (или социальная группа), то в контексте развития человеко-технологических отношений таким участником становится технологическое существо. Трансформации ПП приводят к расширению *понятия социального взаимодействия*, традиционно связанного с изучением *межличностных отношений*. Возникает новый вид *социального взаимодействия*, основанный на *человеко-технологических отношениях*, к которым относится HRI.

Взаимосвязь «человек-робот» как целостный человеко- технологический феномен

Взаимосвязь человека и робота (HRI) представляет собой феномен человеко-технологической реальности (ЧТР), в котором люди и роботы призваны взаи-

модействовать друг с другом и даже сотрудничать. Изучение HRI в различных областях технического, естественно-научного и гуманитарного знания выявило целый ряд проблемных точек, главной из которых является связывание воедино *экзистенциального* и *технологического* аспектов ЧТР.

В дискуссиях, обобщающих результаты исследований, направленных на оптимизацию HRI, авторы выделяют три сценария:

1. Программирование и обучение (машинное обучение и искусственный интеллект), направленное на развитие способности реагирования социального робота на потребности, ментальные и экзистенциальные ожидания личности.

2. Психологическая подготовка людей к пониманию и сотрудничеству с роботом как с ресурсом.

3. Обучение людей (психологическое) и роботов (технологическое), чтобы взаимодействовать сплоченно на основе *общего понимания* выполнения задачи [37, с. 1].

Выделение и анализ данных сценариев показывают, что первый и второй сценарии в отдельности друг от друга не приводят к нужным результатам. Воплощение третьего сценария, по замечаниям разработчиков, пока не предвидится. Основное беспокойство вызывают *ограниченная психологическая грамотность инженеров и ограниченные инженерные знания психологов*. Исследователи HRI полагают, что новое поколение людей, обученных одновременно психологии и инженерному программированию, сможет в будущем приблизиться к реализации третьего сценария, в котором роботы смогут на равных общаться с человеком и вносить свой вклад во взаимодействие. Сейчас, по их мнению, это остается пока далекой мечтой [38].

В области HRI можно выделить два направления исследований. Первое ориентировано на результат совместной работы робота и человека, второе — на процесс взаимодействия: общения, обучения, воспитания, лечения, спасения от одиночества и т.д. В первом варианте робот воспринимается личностью как вещь предметного мира, как инструмент. Во втором — робот обретает онтологический статус помощника и порой даже друга. *А главное отличие — робот становится действующим лицом ПП*.

В том и в другом направлениях исследуется ЧТР, а именно человеко-технологические отношения, но при этом используются различные концептуальные средства. Представители первого направления предлагают *концепцию смешанных навыков* человека и роботизированных систем, где перспективы развития HRI рассматриваются через *расширение возможностей* каждого участника социального взаимодействия на основе общего понимания выполнения задачи [38].

Второе направление акцентирует исследования социально-психологических критериев HRI в качестве условия принятия личностью другого в свое ПП, в данном случае технологического существа, что определяется границами ПП и механизмом избирательности [6; 29]. Границы ПП остаются сложной мало изученной темой, но уже сегодня существуют исследования, позволяющие наметить контуры дальнейшего движения научной мысли в данном направлении.

Известный эксперт и исследователь в области HRI Гай Хоффман (Guy Hoffman) задается вопросом: *чего ждут люди от роботов?* Начиная свои эксперименты, он ожидал, что люди захотят видеть роботов как можно более точными и предсказуемыми в выполнении команд. Напротив, проведенные исследования и

эксперименты показали, а впоследствии и подтвердили вывод о том, что люди предпочитают роботов менее точных и предсказуемых, но проявляющих инициативу и собственное понимание ситуации, импровизацию и способность хотя бы на ограниченные самостоятельные суждения и действия. Обобщая результаты исследований, Г. Хоффман формулирует ответ на поставленный вопрос так: *люди ожидают от робота эмоций, вовлеченности в совместное действие, а не просто точное выполнение задач* [27].

Профессор психологии Вашингтонского университета Питер Х. Кан (Peter H. Kahn) предлагает разработать систему психологических критериев, с помощью которой можно было бы измерять успех способа интегрирования человекоподобных роботов в социальную жизнь и ПП. Кан определяет *психологические критерии* как *категории взаимодействия*, которые отражают концептуально-фундаментальные аспекты человеческой жизни, заданные достаточно абстрактно, но способные быть переведенными в проверяемые эмпирические утверждения [28, с. 363]. Американский ученый рассматривает девять возможных «претендентов» на статус психологических критериев взаимодействия: автономию, имитацию, внутреннюю моральную ценность, моральную ответственность, конфиденциальность, взаимность, условность, творчество и подлинность. Список критериев, подчеркивает автор, не ограничен. По его мнению, можно попытаться предложить группы критериев отдельно для эмоций, привязанности, познания и памяти; можно попытаться установить ориентиры на уровень группового взаимодействия в отличие от индивидуального взаимодействия человека и робота; существуют также важные инженерные

ориентиры, которые необходимо разработать. Возможно, наши исследования покажут, отмечает американский психолог, что предложенные критерии не являются важными и значимыми на достаточно высоком уровне абстракции, чтобы охватить надежные фундаментальные аспекты того, что значит быть человеком. Но в результате можем взглянуть на каждый из критериев по-новому. Или нет. Ответы ждут дальнейших эмпирических исследований. В любом случае психологические критерии служат своей цели, позволяя нам создавать все более человекоподобных роботов и — во все более технологичном мире — помогая нам не упускать из виду то, что возможно, этично и красиво в человеческой жизни [28, с. 383—384].

Изучение психологических критериев HRI другой группой ученых [1; 11; 14] показало, что положительные эмоции усиливают чувство доверия личности к роботу, негативные — его разрушают, вплоть до феномена «зловещей долины», выявленного М. Мори. Обобщая результаты исследований в этой области, можно назвать ряд ситуаций (экспериментально подтвержденных), в которых негативные эмоции возникали:

- если активное поведение робота нарушало безопасное для личности расстояние, определяемое границами ПП; насильственное проникновение в любую зону ПП порождало страх, тревогу и снижало доверие к роботу;

- если взаимодействие с роботом не вело к полезному результату, у личности возникали негативные чувства, и робот становился раздражающим фактором;

- если люди приписывали роботу личностные характеристики, которые не были реализованы в программном обеспечении, т.е. поведение робота не соответствовало ожиданиям личности;

— если в поведении робота становился заметным его машинно-онтологический статус, личность избегала взаимодействия с роботом, называя его бессмысленным и вызывающим раздражение;

— если социальные сигналы робота не поддавались интерпретации со стороны личности [11].

Авторы часто указывают на ограниченность методики исследований, подчеркивая, что выводы основываются в основном на прямых вербальных показателях (самоотчетах испытуемых), которые не всегда сочетаются с невербальными косвенными показателями (поведенческими индикаторами). Выявление имплицитных показателей вовлечения людей в долгосрочные и тесные личные отношения с роботами — это область дальнейших исследований. Перспективы изучения HRI как феномена ЧТР связаны с раскрытием потенциальной динамики того, насколько способности робота смогут воспроизводить человеческие модели познания и поведения, тем самым способствуя развитию новых форм и моделей социального взаимодействия, а также с тем, как эта динамика будет меняться в зависимости от технологических, социокультурных и личностных факторов взаимосвязи робота и человека.

Выводы

1. В статье предлагаются общетеоретические и методологические концепты для исследования феноменов, по существу, новой реальности, в которой чело-

веческое сливается, переплетается с технологическим.

2. Введение понятия человеко-технологической реальности (ЧТР) позволяет сфокусировать предмет исследований взаимодействия человека и робота (HRI) как совокупность путей и способов встраивания технологической реальности, в том числе и искусственно созданных технологических существ, в социокультурную реальность и персональное пространство (ПП) личности.

3. Авторское определение ПП предлагается в качестве методологического основания исследования социально-психологических критериев HRI, способствующих восприятию роботов не как вещи предметного мира, а как помощника, друга, как действующего лица ПП.

4. Трансформации ПП в технологическом контексте приводят к расширению понятия социального взаимодействия, традиционно связанного с изучением межличностных отношений. Возникает новый вид социального взаимодействия, основанный на человеко-технологических отношениях, к которым относится HRI.

5. Назрела необходимость развития конвергентного подхода применительно к HRI, на основе которого возможны иные правила категоризации новых форм и моделей социального взаимодействия, связанных с встраиванием технологической реальности в социум и культуру, чтобы создать безопасные, значимые и востребованные HRI для людей и общества.

Литература

1. *Акимова А.Ю.* Типология доверия и недоверия человека технике [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Мир науки». 2018. Т. 6. № 2. С. 1–14. URL: <https://mir-nauki.com/issue-2-2018.htm> (дата обращения: 12.01.2021).
2. *Вильчек Ф.* Скрытые уровни // Эта книга сделает вас умнее. Новые научные концепции эффективности мышления / Под ред. Джона Брокмана. М.: АСТ, 2016. С. 269–273.

3. *Жданова С.Ю., Пузырева Л.О., Середкина Е.В.* Особенности восприятия робота человеком // Материалы международной научно-практической конференции «Будущее умных голов в Европе и Средней Азии: проблемы и перспективы» (г. Томск, 6-8 июня 2021 г.) / Под ред. Н.А. Колодий, Н.А. Гончаровой. Томск: Изд-во ТПУ, 2021. С. 32–34.
4. *Миронова А.А.* Использование информационно-коммуникационных технологий и социальный капитал: природа взаимосвязи // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 5–21. DOI:10.17759/sps.2022130101
5. *Моторина Л.Е., Сытник В.М.* Фундаментальные отношения человека к миру // Вопросы философии. 2017. № 8. С. 69–79.
6. *Моторина Л.Е., Черняева Г.В.* Психологическая виртуальная реальность в компьютерной интерактивной среде // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 1. С. 8–26. DOI:10.17759/sps.2020110102
7. *Середкина Е.В.* Философские основания прикладного антропоморфизма в социальной робототехнике // Технологос. 2020. № 4. С. 56–63. DOI:10.15593/perm.kipf/2020.4.05
8. *Столбова Н.В., Середкина Е.В., Мышкин О.С.* Насколько «Зловещая долина» зловеща на самом деле? Опыт деконструкции дискурса // Вестник Пермского университета. Серия: Философия. Психология. Социология. 2022. № 1. С. 91–107. DOI:10.17072/2078-7898/2022-1-91-107
9. *Франк С.Л.* Непостижимое // Сочинения. М.: Правда, 1990. 363 с.
10. *Цвык В.А., Цвык И.В.* Социальные проблемы развития и применения искусственного интеллекта // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2022. Т. 22. № 1. С. 58–69. DOI:10.22363/2313-2272-2022-22-1-58-69
11. *Banks J.* Of Like Mind: The (Mostly) Similar Mentalizing of Robots and Humans // Technology, Mind and Behavior. 2021. Vol. 1. № 2. P. 1–13. DOI:10.1037/tmb0000025
12. *Banks M.R., Willoughby L.M., Banks W.A.* Animal-assisted therapy and loneliness in nursing homes: use of robotic versus living dogs // Journal of the American Medical Directors Association. 2008. Vol. 9. № 3. P. 173–177. DOI:10.1016/j.jamda.2007.11.007
13. *Bargh J.A.* The cognitive monster: The case against controllability of automatic stereotype effects // Dual processes theories in social psychology. Chaiken S., Trope Y. (eds). New York: Guilford, 1999. P. 361–382.
14. *Brinck I., Balkenius C.* Mutual Recognition in Human-Robot Interaction: Deflationary Account // Philosophy and Technology. 2020. Vol. 33. № 1. P. 53–70. DOI:10.1007/s13347-018-0339-x
15. *Chesher C., Andreallo F.* Robotic Faciality: The Philosophy, Science and Art of Robot Faces // International Journal of Social Robotics. 2021. Vol. 13. № 1. P. 83–96. DOI:10.1007/s12369-020-00623-2
16. *Chesher C., Silveira-Tawil D.* A Robot-Human Handshake in Space: Touch and Lively Alterity Relations in Social Robotics // Frontiers in Artificial Intelligence and Applications. 2021. Vol. 335. P. 86–95. DOI:10.3233/FAIA200903
17. *Conti D., Cattani A., Nuovo C.D.* et al. A cross-cultural study of acceptance and use of robotics by future psychology practitioners // 24th International Symposium IEEE on Robot and Human Interactive Communication (RO-MAN), Japan: Kobe, August. 2015. P. 555–560. DOI:10.1109/ROMAN.2015.7333601
18. *Dautenhahn K.* Socially Intelligent Robots: Dimensions of Human-Robot Interaction // Philosophical Transactions of the Royal Society B Biological Sciences. 2007. Vol. 362. № 1480. P. 679–704. DOI:10.1098/rstb.2006.2004
19. *Devine P.G.* Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components // Journal of Personality and Social Psychology. 1989. Vol. 56. № 1. P. 5–18. DOI:10.1037//0022-3514.56.1.5
20. *Eyssel F., Hegel F.* et al. Activating elicited agent knowledge: How robot and user features shape the perception of social robot // IEEE RO-MAN 2012: The 21st IEEE International

- Symposium on Robot and Human Interactive Communication. 2012. P. 851–857. DOI:10.1109/ROMAN.2012.6343858
21. *Eyssel F.* What's Social about Social Robots? A Psychological Perspective // HRI '22: Proceedings of the 2022 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction. Japan: Sapporo Hokkaido, 2022. P. 2.
 22. *Feil-Seifer D., Mataric M.* Socially Assistive Robotics // IEEE Robotics and Automation Magazine. 2011. Vol. 18. № 1. P. 24–31. DOI:10.1109/MRA.2010.940150
 23. *Fiske S.T.* Stereotyping, prejudice, and discrimination // Handbook of Social Psychology. Vols. 1 and 2, 4th Edition, ch. 25 / D.T. Gilbert, S.T. Fiske et al. (eds). New York: McGraw-Hill, 1998. P. 357–411.
 24. *Forlizzi J.* Robotic products to assist the aging population // Interactions. 2005. Vol. 12. № 2. P. 16–18. DOI:10.1145/1052438.1052454
 25. *Hall E.T.* The Hidden Dimension. New York: Doubleday and company, 1966. 217 p.
 26. *Hoffman G., Birnbaum G. et al.* Robot Responsiveness to Human Disclosure Affects Social Impression and Appeal // 9th ACM/IEEE International Conference on Human – Robot Interaction (HRI), Germany, Bielefeld, 3-6 March 2014. P. 513–516. DOI:10.1145/2559636.2559660
 27. *Hoffman G.* What Makes Us Human? The future of human-robot interaction [Электронный ресурс] // Society and Culture, Listen on Apple Podcasts. 9/27/2017. URL: <https://as.cornell.edu/news/future-human-robot-interaction> (дата обращения: 02.04.2020).
 28. *Kahn P.H., Ishiguro H., Friedman B., Kanda T. et al.* What is a Human? – Toward Psychological Benchmarks in the Field of Human-Robot Interaction // ПОМАН 2006: 15th IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication. P. 363–390. DOI:10.1109/ROMAN.2006.314461
 29. *Kerzel M., Pekarek-Rosin T., Strahl E., Heinrich S., Wermter S.* Teaching NICO How to Grasp: An Empirical Study on Crossmodal Social Interaction as a Key Factor for Robots Learning from Humans // Frontiers in Neurorobotics. 2020. Vol. 14. № 28. P. 1–22. DOI:10.3389/fnbot.2020.00028
 30. *Ko S.J. et al.* What the voice reveals: Within and between-category stereotyping on the basis of voice // Personality and Social Psychology Bulletin. 2006. Vol. 32. № 6. P. 806–819. DOI:10.1177/0146167206286627
 31. *Krägeloh C.U. et al.* Questionnaires to Measure Acceptability of Social Robots: A Critical Review // Robotics. 2019. Vol. 8. № 4. 88 p. DOI:10.3390/robotics8040088
 32. *MacDorman K.F., Entezari S.O.* Individual differences predict sensitivity to the uncanny valley // Interaction Studies. 2015. Vol. 16. № 2. P. 141–172. DOI:10.1075/is.16.2.01mac
 33. *MacDorman K.F., Ho C.C.* Measuring the Uncanny Valley Effect: Refinements to Indices for Perceived Humanness, Attractiveness, and Eeriness // International Journal of Social Robotics. 2017. Vol. 9. № 1. P. 129–139. DOI:10.1007/s12369-016-0380-9
 34. *Martinez-Miranda J. et al.* Age-based differences in preferences and affective reactions towards a robot's personality during interaction // Computers in Human Behavior. 2018. Vol. 84. P. 245–257. DOI:10.1016/j.chb.2018.02.039
 35. *Meghdari A. et al.* Arash: A social robot buddy to support children with cancer in a hospital environment // Journal of Engineering in Medicine. 2018. Vol. 232. № 6. P. 605–618. DOI:10.1177/0954411918777520
 36. *Motorina L.E., Sytnik V.M.* Existential, Instrumental and Cyber Spaces as Ontological Modi of Human Being // Nova prisutnost. 2020. Vol. 18. № 3. P. 485–499. DOI:10.31192/np.18.3.4
 37. *Nagar S.* Human-robot interactions: A psychological perspective. Nagar, Sandeep. 3/3/2016. P. 1–12. DOI:10.13140/RG.2.1.2035.1763
 38. *Norbert H. et al.* Empowering Workers in a Mixed Skills Concept for Collaborative Robot Systems [Электронный ресурс]. URL: https://www.dropbox.com/s/fhvaeshkloh696y/Submission_2.pdf?dl=0 (дата обращения: 19.02.2022).

39. Ost E., Reed D. Towards a Sociological Understanding of Robots as Companions // Human-Robot Personal Relationships. HRPR 2010. Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social Informatics and Telecommunications Engineering / Lamers M.H., Verbeek F.J. (eds). Springer, Berlin, Heidelberg, 2011. Vol. 59. P. 11–18. DOI:10.1007/978-3-642-19385-9_2
40. Reis H.T. Steps toward the ripening of relationship science // Personal Relationships. 2007. Vol. 14. № 1. P. 1–23. DOI:10.1111/j.1475-6811.2006.00139.x
41. Sciutti A., Rea F., Sandini G. When you are young, (robot's) looks matter. Developmental changes in the desired properties of a robot friend [Электронный ресурс]. DOI:10.1109/ROMAN.2014.6926313 (дата обращения: 02.09.2020).
42. Stephanie L. et al. Circling Around the Uncanny Valley: Design Principles for Research into the Relation between Human Likeness and Eeriness // I-Perception. 2016. Vol. 7. № 6. P. 1–11. DOI:10.1177/2041669516681309
43. Tapus A., Tapus C., Mataric M.J. The use of socially assistive robots in the design of intelligent cognitive therapies for people with dementia // IEEE International Conference on Rehabilitation Robotics (Japan, Kyoto, 23–26 June 2009). 2009. P. 924–929. DOI:10.1109/ICORR.2009.5209501
44. Trovato G. et al. Investigating the effect of relative cultural distance on the acceptance of robots // Proceedings of the 7th International Conference on Social Robotics (France, Paris, 26–30 October 2015). 2015. P. 664–673. DOI:10.1007/978-3-319-25554-5_66
45. Takayama L. Putting Human-Robot Interaction Research into Design Practice // HRI '22: Proceedings of the 2022 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction Sapporo Hokkaido Japan March 7–10. 2022. P. 1.

References

1. Akimova A.Yu. Tipologiya doveriya i nedoveriya cheloveka tekhnike [The typology of human trust and distrust of technics] [Electronic resource]. *Internet-zhurnal «Mir nauki» = Online magazine “World of Science”*, 2018. Vol. 6, no. 2, pp. 1–14. URL: <https://mir-nauki.com/issue-2-2018.htm> (Accessed 12.01.2021). (In Russ.).
2. Vil'chek F. Skrytye urovni [Hidden Levels]. In Brokman J. (ed). *Eta kniga sdelat vas umnee. Novye nauchnye kontseptsii effektivnosti myshleniya* [This book will make you smarter. New scientific concepts to improve your thinking]. Moscow: Publ. AST, 2016, pp. 269–273. (In Russ.).
3. Zhdanova S.Yu., Puzyreva L.O., Seredkina E.V. Osobennosti vospriyatiya robota chelovekom [Features of human perception of the robot]. In Kolodiy N.A. (ed). *Materialy mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii “Budushchee umnykh golov v Evrope i Srednei Azii: problemy i perspektivy”* (g. Tomsk, 6-8 iyunya 2021 g.) [Proceedings of the international scientific and practical conference “The future of smart heads in Europe and Central Asia: problems and prospects”]. Tomsk: Publ. TPU, 2021, pp. 32–34. (In Russ.).
4. Mironova A.A. Ispol'zovanie informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii i sotsial'nyi kapital: priroda vzaimosvyazi [The use of information and communication technologies and social capital: the nature of interconnection]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 1, pp. 5–21. DOI:10.17759/sps.202213010 (In Russ.).
5. Motorina L.E., Sytnik V.M. Fundamental'nye otnosheniya cheloveka k miru [Fundamental human relations to the world]. *Voprosy filosofii = Questions of philosophy*, 2017, no. 8, pp. 69–79. (In Russ.).
6. Motorina L.E., Chernyaeva G.V. Psikhologicheskaya virtual'naya real'nost' v komp'yuterno interaktivnoi srede [Psychological virtual reality in an interactive computer environment]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 1, pp. 8–26. DOI:10.17759/sps.2020110102 (In Russ.).
7. Seredkina E.V. Filosofskie osnovaniya prikladnogo antropomorfizma v sotsial'noi robototekhnike [Philosophical foundations of applied anthropomorphism in social robotics]. *Tekhnologos = Technologos*, 2020, no. 4, pp. 56–63. DOI:10.15593/perm.kipf/2020.4.05 (In Russ.).

8. Stolbova N.V., Serehdina E.V., Myshkin O.S. Naskol'ko «Zloveshchaya dolina» zloveshcha na samom dele? Opyt dekonstruktsii diskursa [How sinister is “Uncanny Valley” really? Experience of discourse deconstruction]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiy = Bulletin of the Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology*, 2022, no. 1, pp. 91–107. DOI:10.17072/2078-7898/2022-1-91-107 (In Russ.).
9. Frank S.L. Nepostizhimoe [The Unfathomable]. *Sochineniy [Oeuvre]*. Moscow: Pravda, 1990. 363 p. (In Russ.).
10. Tsvyk V.A., Tsvyk I.V. Sotsial'nye problemy razvitiya i primeneniya iskusstvennogo intellekta [Social problems of development and application of artificial intelligence]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sotsiologiya = RUDN Journal of Sociology*, 2022. Vol. 22, no. 1, pp. 58–69. DOI:10.22363/2313-2272-2022-22-1-58-69 (In Russ.).
11. Banks J. Of Like Mind: The (Mostly) Similar Mentalizing of Robots and Humans. *Technology, Mind and Behavior*, 2021. Vol. 1, no. 2, pp. 1–13. DOI:10.1037/tmb0000025
12. Banks M.R., Willoughby L.M., Banks W.A. Animal-assisted therapy and loneliness in nursing homes: use of robotic versus living dogs. *Journal of the American Medical Directors Association*, 2008. Vol. 9, no. 3, pp. 173–177. DOI:10.1016/j.jamda.2007.11.007
13. Bargh J.A. The cognitive monster: The case against controllability of automatic stereotype effects. In Chaiken S., Trope Y. (eds.). *Dual processes theories in social psychology*. New York: Guilford, 1999, pp. 361–382.
14. Brinck I., Balkenius C. Mutual Recognition in Human-Robot Interaction: Deflationary Account. *Philosophy and Technology*, 2020. Vol. 33, no. 1, pp. 53–70. DOI:10.1007/s13347-018-0339-x
15. Chesher C., Andreallo F. Robotic Faciality: The Philosophy, Science and Art of Robot Faces. *International Journal of Social Robotics*, 2021. Vol. 13, no. 1, pp. 83–96. DOI:10.1007/s12369-020-00623-2
16. Chesher C., Silvera-Tawil D. A Robot-Human Handshake in Space: Touch and Lively Alterity Relations in Social Robotics. *Frontiers in Artificial Intelligence and Applications*, 2021. Vol. 335, pp. 86–95. DOI:10.3233/FAIA200903
17. Conti D., Cattani A., Nuovo C.D. et al. A cross-cultural study of acceptance and use of robotics by future psychology practitioners. 24th International Symposium IEEE on Robot and Human Interactive Communication (RO-MAN). Japan: Kobe, August, 2015, pp. 555–560. DOI:10.1109/ROMAN.2015.7333601
18. Dautenhahn K. Socially Intelligent Robots: Dimensions of Human-Robot Interaction. *Philosophical Transactions of the Royal Society B Biological Sciences*, 2007. Vol. 362, no. 1480, pp. 679–704. DOI:10.1098/rstb.2006.2004
19. Devine P.G. Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989. Vol. 56, no. 1, pp. 5–18. DOI:10.1037//0022-3514.56.1.5
20. Eyssel F., Hegel F. et al. Activating elicited agent knowledge: How robot and user features shape the perception of social robot. *IEEE RO-MAN 2012: The 21st IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication*, 2012, pp. 851–857. DOI:10.1109/ROMAN.2012.6343858
21. Eyssel F. What's Social about Social Robots? A Psychological Perspective. *HRI '22: Proceedings of the 2022 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction*. Japan: Sapporo Hokkaido (March 7–10), 2022, p. 2.
22. Feil-Seifer D., Mataric M. Socially Assistive Robotics. *IEEE Robotics and Automation Magazine*, 2011. Vol. 18, no. 1, pp. 24–31. DOI:10.1109/MRA.2010.940150
23. Fiske S.T. Stereotyping, prejudice, and discrimination. *Handbook of Social Psychology*. D.T. Gilbert, S.T. Fiske et al. (eds). Vol. 1 and 2, 4th Edition, ch. 25. New York: McGraw-Hill, 1998, pp. 357–411.
24. Forlizzi J. Robotic products to assist the aging population. *Interactions*, 2005. Vol. 12, no. 2, pp. 16–18. DOI:10.1145/1052438.1052454

25. Hall E.T. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday and company, 1966. 217 p.
26. Hoffman G., Birnbaum G. et al. Robot Responsiveness to Human Disclosure Affects Social Impression and Appeal. *9th ACM/IEEE International Conference on Human – Robot Interaction (HRI)*, Germany, Bielefeld, (3-6 March) 2014, pp. 513–516. DOI:10.1145/2559636.2559660
27. Hoffman G. What Makes Us Human? The future of human-robot interaction [Electronic resource]. *Society and Culture, Listen on Apple Podcasts*. 9/27/2017. URL: <https:as.cornell.edu/news/future-human-robot-interaction> (Accessed 02.04.2020).
28. Kahn P.H., Ishiguro H., Friedman B., Kanda T. et al. What is a Human? – Toward Psychological Benchmarks in the Field of Human-Robot Interaction. *ROMAN 2006: 15th IEEE International Symposium on Robot and Human Interactive Communication*, pp. 363–390. DOI:10.1109/ROMAN.2006.314461
29. Kerzel M., Pekarek-Rosin T., Strahl E., Heinrich S., Wermter S. Teaching NICO How to Grasp: An Empirical Study on Crossmodal Social Interaction as a Key Factor for Robots Learning from Humans. *Frontiers in Neurorobotics*, 2020. Vol. 14, no. 28, pp. 1–22. DOI:10.3389/fnbot.2020.00028
30. Ko S.J. et al. What the voice reveals: Within and between-category stereotyping on the basis of voice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2006. Vol. 32, no. 6, pp. 806–819. DOI:10.1177/0146167206286627
31. Krägeloh C.U. et al. Questionnaires to Measure Acceptability of Social Robots: A Critical Review. *Robotics*, 2019. Vol. 8, no. 4. 88 p. DOI:10.3390/robotics8040088
32. MacDorman K.F., Entezari S.O. Individual differences predict sensitivity to the uncanny valley. *Interaction Studies*, 2015. Vol. 16, no. 2, pp. 141–172. DOI:10.1075/is.16.2.01mac
33. MacDorman K.F., Ho C.C. Measuring the Uncanny Valley Effect: Refinements to Indices for Perceived Humanness, Attractiveness, and Eeriness. *International Journal of Social Robotics*, 2017. Vol. 9, no. 1, pp. 129–139. DOI:10.1007/s12369-016-0380-9
34. Martínez-Miranda J. et al. Age-based differences in preferences and affective reactions towards a robot's personality during interaction. *Computers in Human Behavior*, 2018. Vol. 84, pp. 245–257. DOI:10.1016/j.chb.2018.02.039
35. Meghdari A. et al. Arash: A social robot buddy to support children with cancer in a hospital environment. *Journal of Engineering in Medicine*, 2018. Vol. 232, no. 6, pp. 605–618. DOI:10.1177/0954411918777520
36. Motorina L.E., Sytnik V.M. Existential, Instrumental and Cyber Spaces as Ontological Modi of Human Being. *Nova prisutnost*, 2020. Vol. 18, no. 3, pp. 485–499. DOI:10.31192/np.18.3.4
37. Nagar S. Human-robot interactions: A psychological perspective. Nagar, Sandeep, 3/3/2016, pp. 1–12. DOI:10.13140/RG.2.1.2035.1763
38. Norbert H. et al. Empowering Workers in a Mixed Skills Concept for Collaborative Robot Systems [Electronic resource]. URL: https://www.dropbox.com/s/fhvahekl0h696y/Submission_2.pdf?dl=0 (Accessed 19.02.2022).
39. Ost E., Reed D. Towards a Sociological Understanding of Robots as Companions. In Lamers M.H., Verbeek F.J. (eds). *Human-Robot Personal Relationships. HRPR 2010. Lecture Notes of the Institute for Computer Sciences, Social Informatics and Telecommunications Engineering*, 2011. Vol. 59, pp. 11–18. Springer, Berlin, Heidelberg. DOI:10.1007/978-3-642-19385-9_2
40. Reis H.T. Steps toward the ripening of relationship science. *Personal Relationships*, 2007. Vol. 14, no. 1, pp. 1–23. DOI:10.1111/j.1475-6811.2006.00139.x
41. Sciutti A., Rea F., Sandini G. When you are young, (robot's) looks matter. Developmental changes in the desired properties of a robot friend [Electronic resource]. DOI:10.1109/ROMAN.2014.6926313 (Accessed 02.09.2020)
42. Stephanie L. et al. Circling Around the Uncanny Valley: Design Principles for Research into the Relation between Human Likeness and Eeriness. *I-Perception*, 2016. Vol. 7, no. 6, pp. 1–11. DOI:10.1177/2041669516681309

43. Tapus A., Tapus C., Mataric M.J. The use of socially assistive robots in the design of intelligent cognitive therapies for people with dementia. *IEEE International Conference on Rehabilitation Robotics (Japan, Kyoto, 23–26 June 2009)*, 2009, pp. 924–929. DOI:10.1109/ICORR.2009.5209501
44. Trovato G. et al. Investigating the effect of relative cultural distance on the acceptance of robots. *Proceedings of the 7th International Conference on Social Robotics (France, Paris, 26–30 October 2015)*, 2015, pp. 664–673. DOI:10.1007/978-3-319-25554-5_66
45. Takayama L. Putting Human-Robot Interaction Research into Design Practice. *HRI '22: Proceedings of the 2022 ACM/IEEE International Conference on Human-Robot Interaction (Japan: Sapporo Hokkaido, March 7–10, 2022)*, 2022, p. 1.

Информация об авторах

Моторина Любовь Евстафьевна, кандидат философских наук, профессор кафедры философии, Институт общепрофессиональной подготовки, ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)» (ФГБОУ ВО «МАИ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4441-7452>, e-mail: lubov-motorina@yandex.ru

Information about the authors

Liubov E. Motorina, PhD in Philosophy, Professor, Department of Philosophy, Institute of General Engineering Training, Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4441-7452>, e-mail: lubov-motorina@yandex.ru

Получена 04.02.2022

Received 04.02.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ EMPIRICAL RESEARCH

Взаимоотношения с родителями подростков из полных/неполных семей и статус среди одноклассников

Собкин В.С.

**ФГБНУ «Институт управления образованием РАО» (ФГБНУ «ИУО РАО»);
ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2339-9080>, e-mail: sobkin@mail.ru**

Калашикова Е.А.

**ФГБНУ «Институт управления образованием РАО» (ФГБНУ «ИУО РАО»);
ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4429-623X>, e-mail: 5405956@mail.ru**

Цель. Выявление содержательных особенностей соотношения самооценки подростками статуса среди одноклассников и стилевых аспектов взаимодействий с родителями среди учащихся из полных и неполных семей.

Контекст и актуальность. Семья и школа являются важнейшими институтами социализации подростка. В ходе складывающихся здесь социальных взаимоотношений формируются ценностные ориентации, осваиваются нормы социально-ролевого поведения, происходят фундаментальные изменения, связанные с развитием личности. Понятно, что в социально-психологическом отношении включенность подростка в эти институты существует не изолированно; содержательные жизненные контексты пересекаются, часто приобретая конфликтный характер. В связи с общей тенденцией увеличения неполных семей сравнительное исследование показателей, характеризующих особенности социализации подростков из полных и неполных семей, приобретает особую актуальность для организации воспитательного процесса среди учащихся основной и старшей школы.

Дизайн исследования. В работе изучались мнения подростков с различной самооценкой своего статуса в классе («лидеры» и «отверженные») относительно ряда показателей, которые характеризуют стилевые особенности их взаимодействия с родителями: «значимый другой» в ближайшем окружении; принятие родителями личностной позиции («мнений») подростка; формы наказаний родителей и реакция на них подростка. Проводится сопоставление стилевых особенностей взаимоотношений учащихся с родителями в полных и неполных семьях в зависимости от самооценки статуса («лидер» или «отверженный») среди одноклассников.

Участники. 40575 учащихся 7-11-х классов из 17 регионов Российской Федерации. Подвыборки: из полных семей – 73,7%; из неполных – 26,3%; в полной семье: «лидеры» в классе – 7,0%, «отверженные» в классе – 4,7%; в неполной семье соответственно: 6,5% и 5,8%.

Методы (инструменты). Анонимный опрос с применением авторской анкеты, содержащей закрытые вопросы. Обработка материалов исследования проводилась с использованием

статистического пакета программ SPSS 21 и StatSoft Statistica 7.0. Для сравнения пропорций, наблюдаемых в двух независимых выборках и выраженных процентами, использовался критерий хи-квадрат в модуле «Basic statistics – Difference tests» пакета StatSoft Statistica 7.0. Факторный анализ с применением метода выделения главных компонент с вращением по критерию Verimax Кайзера.

Результаты. Анализ особенностей частоты распределения ответов учащихся относительно различных аспектов их взаимоотношений с родителями показал, что такие социальные параметры, как полнота/неполнота семьи, в которой воспитывается подросток, и его самооценка статуса среди одноклассников дифференцируют мнение подростков о стилевых особенностях детско-родительских отношений. Результаты факторного анализа позволили выделить четыре фактора, которые характеризуют своеобразие взаимосвязей между разными аспектами взаимоотношений подростков со своими родителями: «авторитарность – демократичность»; «отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями»; «поиск согласия – ограничение социальных контактов ребенка»; «стремление к отстаиванию своей позиции – запрет межличностных контактов с друзьями». Выявлена взаимосвязь особенностей социально-психологического взаимодействия подростка с родителями и его самочувствия в коллективе класса.

Основные выводы. Полученные результаты свидетельствуют о своеобразных взаимопроекциях социально-психологических отношений подростка с родителями и его взаимодействий с одноклассниками. В этой связи школьные образовательные программы должны учитывать типы детско-родительских отношений, которые складываются в полных и неполных семьях. Проблема социально-психологического благополучия подростка требует координации усилий семьи и школы с учетом возрастных особенностей развития.

Ключевые слова: подросток, социализация, полная/неполная семья, взаимодействие в ближайшем окружении, статус в классе, социально-психологическое самочувствие.

Для цитаты: Собкин В.С., Калашникова Е.А. Взаимоотношения с родителями подростков из полных/неполных семей и статус среди одноклассников // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 55–73. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140104>

Relationships with Parents of Teenagers from Full/Incomplete Families and Status among Classmates

Vladimir S. Sobkin

Institute of Education Management; Psychological Institute of the Russian Academy of Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2339-9080>, e-mail: sobkin@mail.ru

Ekaterina A. Kalashnikova

Institute of Education Management; Psychological Institute of the Russian Academy of Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4429-623X>, e-mail: 5405956@mail.ru

Objective. Identification of meaningful features of the ratio of adolescents' self-esteem of status among classmates and stylistic aspects of interactions with parents among students from full and incomplete families.

Background. Family and school are the most important institutions of a teenager's socialization. In the course of the social relationships developing here, value orientations are formed, norms

of social role behavior are mastered, fundamental changes related to the development of personality occur. It is clear that, from a socio-psychological point of view, a teenager's involvement in these institutions does not exist in isolation; meaningful life contexts intersect, often acquiring a conflict character. In connection with the general trend of increasing single-parent families, a comparative study of indicators characterizing the features of socialization of adolescents from full and single-parent families is of particular relevance for the organization of the educational process among primary and high school students.

Study design. The paper studied the opinions of adolescents with different self-assessment of their status in the classroom (“leaders” and “outcasts”) regarding a number of indicators that characterize the stylistic features of their interaction with parents: “significant other” in the immediate environment; parents’ acceptance of the personal position (“opinions”) of a teenager; forms of punishment of parents and reaction to them a teenager. A comparison of the stylistic features of the relationship between students and parents in full and single-parent families is carried out, depending on the self-assessment of the status (“leader” or “outcast”) among classmates.

Participants. 40575 students in grades 7-11 from 17 regions of the Russian Federation. Sub-samples: from full families – 73,7%; from incomplete families – 26,3%; in a full family: “leaders” in the class – 7,0%, “outcasts” in the class – 4,7%; in a single-parent family, respectively: 6,5% and 5,8%.

Measurements. Anonymous survey using an author’s questionnaire containing closed questions. The processing of the research materials was carried out using the statistical software package SPSS 21 and StatSoft Statistica 7.0. To compare the proportions observed in two independent samples and expressed as percentages, the chi-square criterion was used in the module “Basic statistics – Difference tests” of the StatSoft Statistica 7.0 package. Factor analysis using the method of selecting the Main components with rotation according to the criterion Kaiser’s Verimax.

Results. The analysis of the characteristics of the frequency of distribution of students’ responses regarding various aspects of their relationship with parents showed that such social parameters as completeness/incompleteness of the family in which the teenager is brought up and his self-assessment of status among classmates differentiate the opinion of schoolchildren about the stylistic features of child-parent relations. The results of the factor analysis allowed us to identify four factors that characterize the peculiarity of the relationships between different aspects of the relationship of adolescents with their parents: “authoritarianism – democracy”; “upholding independence in relations with parents”; “seeking consent – limiting the child’s social contacts”; “striving to defend their position – prohibition of interpersonal contacts with friends”. The interrelation of the features of the socio-psychological interaction of a teenager with his parents and his well-being in the class team is revealed.

Conclusions. The results obtained indicate a kind of mutual projection of the socio-psychological relationships of a teenager with his parents and his interactions with classmates. In this regard, school educational programs should take into account the types of child-parent relationships that develop in full and incomplete families. The problem of the socio-psychological well-being of a teenager requires coordination of the efforts of the family and the school, taking into account the age-specific features of development.

Keywords: teenager, socialization, full/incomplete family, interaction in the immediate environment, status in the classroom, socio-psychological well-being.

For citation: Sobkin V.S., Kalashnikova E.A. Relationships with Parents of Teenagers from Full/Incomplete Families and Status among Classmates. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 55–73. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140104> (In Russ.).

Введение

Статья подготовлена по материалам доклада, представленного на VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» 12 мая 2022 г. [12]. С одной стороны, она продолжает цикл наших публикаций, посвященных особенностям взаимоотношений подростков со своими родителями, с другой — работ, которые касаются социально-психологического самочувствия учащихся в школе. При этом особое внимание уделено оценке подростком своих отношений в коллективе сверстников — самооценке подростком статуса в коллективе класса. Данный показатель применяется в наших исследованиях с 90-х годов и имеет высокую содержательную валидность [13; 14]. Особенности его влияния на различные аспекты социализации подростка описаны также и в наших последних публикациях [11 и др.].

Обосновывая цель исследования, заметим, что в настоящий момент исследования, касающиеся особенностей социализации подростков из неполных семей, приобретают все большую актуальность. Основанием для этого могут служить демографические данные о числе разводов, количестве детей, воспитывающихся в неполных семьях, и др. [7; 10]. Поскольку все большее количество представителей подрастающего поколения воспитывается в неполной семье, есть основания рассматривать подобную ситуацию как особый тип социализации [4; 16]. Среди ключевых проблем здесь отмечаются особенности полнорольевой идентификации, гендерной идентичности [9], снижение авторитета родителей [8], специфика отношений со значимым взрослым [1—3; 15], социально-психологическое самочувствие [5; 6], учебная успешность [13] и др.

Целью настоящего исследования являлось выявление особенностей взаимосвязи статуса подростка среди сверстников с особенностями стиля его взаимоотношений с родителями в полных и неполных семьях.

Метод

Схема проведения исследования.

Опрос учащихся проводился с помощью специальной авторской анкеты, подготовленной в рамках реализации проекта «Влияние социальных факторов на особенности девиантного поведения в подростковом и юношеском возрасте», выполненного ЦСО ФГБНУ «ИУО РАО» для Департамента образования Министерства просвещения Российской Федерации в 2020/2021 г.

Выборка исследования (размер, репрезентативность, процедура формирования). Опрошено 40575 учащихся 7–11-х классов из 17 регионов Российской Федерации. Подвыборки формировались относительно результатов ответов на вопросы о полноте семьи («В Вашей семье: мать и отец состоят в браке; мать и отец разведены») и самооценки своего статуса в классе («Как Вы считаете, какую позицию Вы занимаете в классе?: я лидер в своем классе; многие одноклассники уважают меня; у меня ограниченный круг приятелей-одноклассников; в классе я чувствую себя одиноко; затрудняюсь ответить»). Доля школьников из полных семей — 73,7%, из неполных семей — 26,3%. В полной семье оценивают себя как «лидеров» в классе — 7,0%; как «отверженных» (чувствую себя в классе одиноким) — 4,7%. В неполной семье: «лидеры» — 6,5%, «отверженные» — 5,8%.

Методы исследования. Статистическая обработка материалов исследования проводилась с использованием стати-

стического пакета программ SPSS 21 и StatSoft Statistica 7.0. Для сравнения пропорций, наблюдаемых в двух независимых выборках и выраженных процентами, использовался критерий хи-квадрат в модуле «Basic statistics — Difference tests» пакета StatSoft Statistica 7.0. Факторный анализ с применением метода выделения главных компонент с вращением по критерию Verimax Кайзера.

Результаты

Описание полученных результатов структурировано относительно двух сюжетов. В первом охарактеризованы ответы респондентов, касающиеся стилевых особенностей их взаимоотношения с родителями с учетом полноты семьи, возрастной динамики и статуса среди одноклассников. Во втором — приводятся материалы факторного анализа, характеризующего взаимосвязь возрастных особенностей взаимодействия с родителями «лидеров» и «отверженных» среди одноклассников подростков из полных и неполных семей.

1. Стилевые особенности взаимоотношений подростка с родителями

Здесь мы коснемся анализа следующих аспектов: определение родителей как «значимых других» в ближайшем окружении; мнения подростков об учете родителями их позиции по тем или иным вопросам; использование родителями разных форм наказаний; реакции подростка на применение родительских санкций. Обсуждаемые ниже различия в ответах значимы на уровне $p \leq 0,05$.

1.1. «Значимые другие» в ближайшем окружении подростка. Для выявления данного показателя учащимся предлагалось ответить на вопрос «Есть ли в Вашем окружении люди, с которых Вы

хотели бы брать пример?» с вариантами ответов: отец; мать; некоторые из моих учителей; друг/подруга; в моем окружении нет таких людей.

Анализ полученных данных показал, что наиболее референтным взрослым в ближайшем окружении является мать — 40,6%, на втором месте отец — 33,9%; друга или подругу указывает каждый шестой — 18,8%; 13,6% подростков назвали некоторых из своих учителей. В то же время характерно, что каждый шестой (17,2%) из опрошенных отметил отсутствие личностного образца в своем ближайшем окружении.

Следует подчеркнуть, что ответы «лидеров» и «отверженных» существенно отличаются (см. рис. 1).

Из приведенных на рис. 1 данных видно, что в полных семьях родители (и мать, и отец) являются наиболее значимыми для подростков-«лидеров» по сравнению с подростками-«отверженными». В неполных же семьях как среди «лидеров», так и «отверженных» существенно более значимой, по сравнению с отцом, оказывается мать. Учащиеся с высоким статусом среди одноклассников чаще (как в полных, так и в неполных семьях) в качестве личностного образца указывают и некоторых из своих учителей. «Отверженные» же подростки значительно чаще, по сравнению с «лидерами», фиксируют отсутствие у себя значимых личностных образцов. Вместе с тем отметим, что друга или подругу как образец для подражания указывает в среднем каждый пятый подросток вне зависимости от полноты семьи или статуса в классе.

И, наконец, характерно, что отчетливая возрастная динамика прослеживается среди «лидеров», воспитывающихся в неполных семьях, относительно учителей: если среди семиклассников учителя в качестве личностного образца указыва-

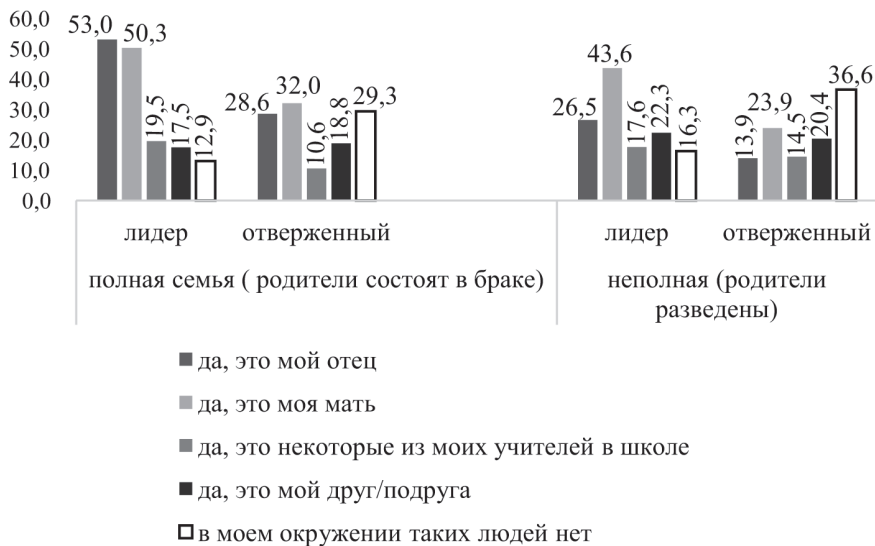


Рис. 1. Распределение ответов учащихся с разным статусом в классе на вопрос о значимости представителей ближайшего окружения в зависимости от полноты семьи (%)

ют 7,9%, то в 11-м классе уже 23,7%. При этом среди них параллельно снижается (с 19,7% до 6,6%) доля тех, кто отметил, что в их окружении подобных людей нет.

1.2. *Об учете родителями мнения подростков.* Для выяснения этого показателя учащимся предлагалось ответить на вопрос: «Считаются ли Ваши родители с Вашим мнением?». В качестве вариантов ответа давались следующие формулировки: родители уважают мое мнение; родители не считают с моим мнением и навязывают свое; я не высказываю свое мнение при родителях.

Анализ полученных результатов показал, что три четверти учащихся (74,0%) отметили, что родители «уважают их мнение». Остальные варианты ответов распределились следующим образом: «игнорируют» — 12,3%; «навязывают свое мнение» — 8,8%; «не высказываю свое мнение при родителях» — 4,9%. Характер ответов учащихся в исследуемых подвыборках приведен на рис. 2.

Из представленных на рис. 2 данных видно, что родители «лидеров» существенно чаще склонны учитывать мнение своего ребенка по сравнению с родителями подростков с низкой самооценкой своего статуса среди одноклассников («отверженных»). Причем эта тенденция характерна для подростков, воспитывающихся как в полных, так и в неполных семьях. «Отверженные» же подростки чаще отмечают остальные варианты ответов. Так, выбрали вариант «родители навязывают свое мнение» в неполных семьях 25,3%, а в полных — 17,2%. Добавим, что в выборе данного варианта ответа в неполных семьях выявлена противоположная возрастная динамика среди «лидеров» и «отверженных»: если у «лидеров» частотность его выбора с возрастом (от 7-го к 11-му классу) снижается с 13,4% до 7,7%, то у «отверженных», наоборот, увеличивается с 20,0% до 27,9%. В целом же полученные данные свидетельствуют о том, что подросток с низким статусом среди одноклассников находится

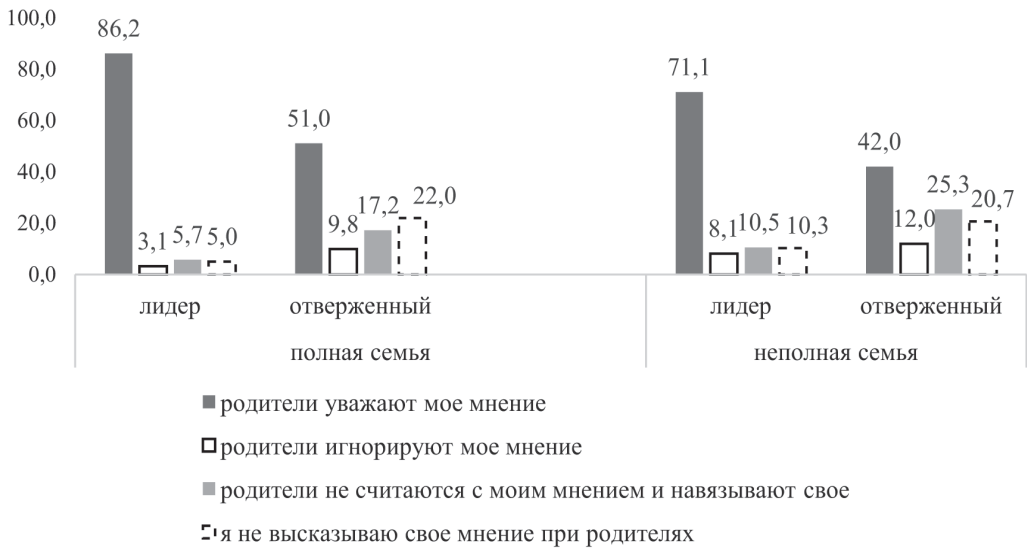


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос об учете родителями мнения подростка среди «лидеров» и «отверженных» в полных/неполных семьях (%)

под жестким прессом требований родителей. Причем в неполных семьях подобное давление с возрастом увеличивается.

1.3. *Об используемых родителями формах наказаний.* Для оценки данного показателя учащимся задавался соответствующий вопрос: «Какую форму наказания чаще всего используют Ваши родители?». При этом предлагались следующие формулировки ответов: они кричат и используют грубые выражения; применяют физическую силу; запрещают общаться с друзьями; лишают карманных денег; тактично выражают свое недовольство; не пускают гулять; не разговаривают, объявляют бойкот; они вообще не наказывают меня.

Анализ средних данных по всему массиву опрошенных показал, что каждого третьего родители вообще не наказывают — 31,1% (попустительская форма контроля); тактично высказывают свое недовольство — 28,2% (демократичная форма). Авторитарные формы: крик и

грубые выражения применяются к каждому шестому подростку — 16,3%; 13,1% указали на ограничения в прогулках. Остальные варианты ответов отметили суммарно около 10% учащихся, они связаны с: прекращением общения (не разговаривают, объявляют бойкот) — 5,0%, лишением карманных денег — 2,3%, применением физической силы — 1,9%; запретом общения с друзьями — 1,4%. Распределение трех наиболее распространенных вариантов ответов в исследуемых подвыборках приведено на рис. 3.

Как видно из представленных данных, в полных семьях чаще применяются попустительская и демократичная формы наказаний. В неполных — чаще фиксируются авторитарные формы. Среди особенностей возрастной динамики выявлено, что частотность выбора авторитарных форм (крик и грубость) снижается у «лидеров» в полных семьях с 15,1% в 7-м классе до 9,6% в 11-м, в то время как среди «отверженных» данную категорию указывает практически каждый



Рис. 3. Распределение ответов учащихся с разным статусом в классе на вопрос о формах наказаний в полной/неполной семье (%)

третий в период всего обучения в основной и старшей школе (в полной семье 32,5% в 7-м и 34,4% в 11-м классе; в неполной семье — 32,0% и 30,2% соответственно). Таким образом, подростки с низкой самооценкой своего социального статуса среди одноклассников («отверженные») существенно чаще по сравнению с «лидерами» подвергаются жестким авторитарным формам контроля со стороны родителей. Это, кстати, содержательно согласуется с результатами, приведенными в предыдущем разделе, о «навязывании родителями своего мнения» ребенку с низким статусом среди одноклассников.

1.4. Реакции подростка на применение родительских санкций. Особенности этого аспекта оценивались с помощью ответов учащихся на вопрос: «Как Вы реагируете на замечания родителей?». В качестве вариантов предлагались следующие формулировки: слушаю и делаю, как они говорят; пытаюсь понять их аргументацию, и в том случае, если она убедительна, соглашаюсь; слушаю, но делаю по-своему; не слушаю, это только мое дело; противоречу, вступаю в конфликт.

Анализ средних данных показал, что формулировку, выражающую наличие адекватной реакции на замечания родителей: «пытаюсь понять их аргументацию, и в том случае, если она убедительна, соглашаюсь», указали 53,0% учащихся. Реакцию подчинения — «слушаю и делаю, как они говорят» — отметили 26,0%. Остальные варианты ответов, связанные с отсутствием адекватного взаимодействия (пренебрежение, эскалация конфликта, игнорирование) с родителями, отмечались значительно реже: «слушаю, но делаю по-своему» — 12,0%; «противоречу, вступаю в конфликт» — 4,2%; «не слушаю, это только мое дело» — 3,2%.

Распределение ответов в исследуемых подвыборках представлено на рис. 4.

Из представленных на рис. 4 данных видно, что реакцию подчинения чаще демонстрируют учащиеся-«лидеры» в полных семьях. Среди «отверженных» чаще распространены реакции, связанные с игнорированием замечаний или эскалацией конфликта.

Анализ возрастной динамики показал, что у «лидеров» в полных семьях

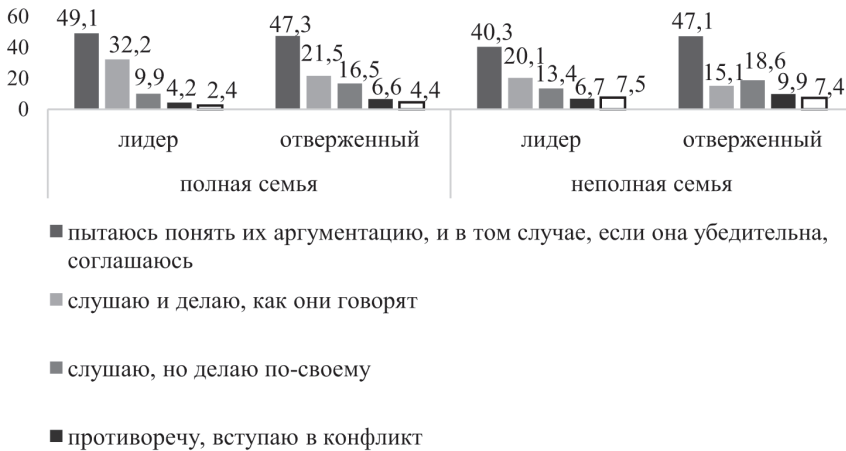


Рис. 4. Распределение ответов учащихся с разным статусом в классе на вопрос о реакции на применение родителями санкций в полных/неполных семьях (%)

с возрастом снижается частотность выбора категории, связанной с эскалацией конфликта («противоречу, вступаю в конфликт») с 4,4% в 7-м классе до 2,8% в 11-м, в то время как среди «отверженных» в неполных семьях, наоборот, увеличивается с 10,7% до 16,3% соответственно. Это позволяет сделать вывод о том, что учащиеся с низким статусом в классе из неполных семей чаще испытывают негативные эмоциональные состояния не только при общении с одноклассниками, но и в семье. Можно предположить, что в семье происходит своеобразная «разрядка» школьных конфликтов со сверстниками.

2. Взаимосвязь возрастных стилевых особенностей взаимоотношений подростков из полных и неполных семей с родителями в зависимости от самооценки учащихся своего статуса среди одноклассников

Выше мы провели анализ полученных материалов опроса учащихся относительно четырех аспектов, определяющих

своеобразие их стилевых взаимоотношений с родителями: принятие родителей как личностного образца — «примера для подражания»; учет родителями мнений своего ребенка — «принятие позиции ребенка»; характер контроля поведения ребенка — «используемые наказания»; реакция ребенка на санкции родителей — «противоречие/достижение согласия». Причем заметим, что эти аспекты рассматривались как независимые. Между тем возникают вопросы об особенностях их взаимосвязей. Например, как может быть связан (и связан ли) особый тип родительского отношения к ребенку с использованием тех или иных наказаний или с принятием ребенком позиции взрослого как образца для подражания? Меняется ли с возрастом стилистика взаимоотношений в полных и неполных семьях, как это связано со статусом ребенка в классе?

Круг подобных вопросов мы попытались рассмотреть с помощью использования процедуры факторного анализа полученных эмпирических материалов. Для этого была составлена матрица пер-

вичных данных, где строки обозначали формулировки вариантов ответов на перечисленные выше вопросы о стилевых особенностях взаимоотношений подростков с родителями, а столбцы — подвыборки учащихся «лидеров» и «отверженных» 7, 9 и 11-х классов в полных и неполных семьях. Ячейка матрицы (пересечение строки и столбца) обозначает процентный показатель выбора соответствующего варианта ответа в соответствующей

подвыборке. Данная матрица общей размерностью 22×12 (строки × столбцы) была обработана методом главных компонент с последующим вращением осей по критерию Varimax Кайзера.

2.1. *Характеристика выделенных факторов.* В результате факторного анализа были выделены четыре фактора, объясняющих 89,1% общей суммарной дисперсии. Их структурные содержательные особенности приведены в табл. 1.

Таблица 1

Содержание выделенных факторов, определяющих возрастные особенности взаимосвязи стиля взаимодействия с родителями в полной и неполной семье в зависимости от статуса подростка среди одноклассников

Содержание выделенных факторов	% дисперсии и весовые нагрузки
<i>F1+/-</i> Авторитарность — Демократичность	48,4%
они кричат и используют грубые выражения	0,971
я не высказываю свое мнение при родителях	0,927
в моем окружении таких людей нет	0,875
родители не считаются с моим мнением и навязывают свое	0,864
родители игнорируют мое мнение	0,825
применяют физическую силу	0,804
слушаю, но делаю по-своему	0,779
родители уважают мое мнение	0,952
да, это моя мать	-0,883
они вообще не наказывают меня	-0,862
да, это мой отец	-0,791
тактично выражают свое недовольство	-0,761
да, это некоторые из моих учителей в школе	-0,741
слушаю и делаю, как они говорят	-0,741
<i>F2+</i> Отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями	14,8%
не слушаю, это только мое дело	0,883
да, это мой друг/подруга	0,788
<i>F3+/-</i> Поиск согласия — Ограничение социальных контактов ребенка	13,1%

Содержание выделенных факторов	% дисперсии и весовые нагрузки
пытаюсь понять их аргументацию, и в том случае, если она убедительна, соглашаюсь	0,750
не разговаривают, объявляют бойкот	0,572
не пускают гулять	-0,901
<i>F4+/-</i> Стремление к отстаиванию своей позиции – Запрет межличностных контактов с друзьями	12,8%
лишают карманных денег	0,853
противоречу, вступаю в конфликт	0,651
запрещают общаться с друзьями	-0,812

Как видно из приведенных в табл. 1 данных, биполярный фактор *F1* объясняет 48,4% общей суммарной дисперсии. Содержательно он задается оппозицией: «авторитарность – демократичность». На положительном полюсе он представлен формулировками авторитарных форм игнорирования мнений подростка и наказаний, вплоть до применения родителями физической силы. В качестве его ответной реакции выступает непризнание родителей как личностных образцов и его автономизация от родителей («не высказываю свое мнение», «делаю по-своему»). Отрицательный же полюс данного фактора фиксирует принятие подростком матери и отца в качестве личностных образцов, их уважение к его мнению. Здесь в качестве реакции выступает готовность подростка следовать требованиям родителей.

Униполярный фактор *F2* (14,8%) «отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями» представляют формулировки, связанные с игнорированием подростком родительских требований, подчеркиванием своей независимости. При этом акцентируется значимость сверстников как личностных образцов в своем ближайшем окружении. В определенном

смысле этот фактор характеризует обостренное *чувство взрослости, ценностную значимость подростковой среды*.

Биполярный фактор *F3* (13,1%) «поиск согласия – ограничение социальных контактов ребенка» задан оппозицией по отношению подростка к применению родительских санкций. Его положительный полюс определяет его реакцию на требования родителей, которые применяют психологические (косвенные) способы воздействия («не разговаривают», «объявляют бойкот»). Характерно, что подобное поведение родителей выражено также ответной психологической реакцией подростка: стремлением к пониманию родителей, поиску согласия. В этом отношении противоположный отрицательный полюс не предполагает ориентации на психологические подтексты поведения, а ориентирован на открытое властное родительское воздействие: «не пускают гулять». В целом данный фактор фиксирует возрастные различия: в период обучения в 7-м классе это открытое ограничение родителями контактов ребенка со сверстниками, а в 11-м акцент делается на психологических особенностях во взаимоотношениях, поиске согласия (стремление к

взаимопониманию, принятие во внимание подростком убедительности аргументов родителей).

Биполярный фактор $F4$ (12,8%) «стремление к отстаиванию своей позиции — запрет межличностных контактов с друзьями». На положительном полюсе разместились формулировки, связанные с применением санкций со стороны родителей в виде лишения финансовой поддержки и реакцией, выражающей эскалацию конфликта со стороны ребенка («противоречу, вступаю в конфликт»). В принципе здесь, с одной стороны, явно проявляется агрессивность ребенка (борьба за равноправие), а с другой — оборонительная реакция взрослого, который подчеркивает свой статус и материальную зависимость от него ребенка. Отрицательный же полюс данного фактора представлен формулировкой санкций в виде запрета на общение с друзьями; здесь родители стремятся подчеркнуть свой социальный статус, осуществляя контроль

и ограничение дружеских межличностных контактов ребенка.

2.2. Дифференцирующее значение выделенных факторов. Помимо рассмотренной выше взаимосвязи стилевых характеристик взаимоотношений подростков с родителями особый интерес представляет своеобразие этих отношений среди подростков с разной самооценкой своего статуса среди одноклассников как из полных, так и неполных семей. Для этого обратимся к размещению значений подвыборки учащихся по осям выделенных факторов (см. табл. 2).

Из приведенных в табл. 2 данных видно, что на положительном полюсе фактора $F1$ разместились подвыборки подростков с низкой самооценкой своего статуса среди одноклассников как из полных, так и из неполных семей. Данный результат свидетельствует о том, что в ситуации семейного общения родители во взаимоотношениях с этими детьми используют авторитарный стиль общения (игно-

Таблица 2

Размещение подвыборок подростков с разной самооценкой своего статуса среди одноклассников из полных и неполных семей по осям выделенных факторов (значения по осям факторов)

Подвыборки			Факторы			
			$F1+/-$	$F2+$	$F3+/-$	$F4+/-$
полная семья	7-й класс	«лидер»	-0,9	-0,5	-1,3	0,3
		«отверженный»	1,0	-0,8	-1,3	-0,6
	9-й класс	«лидер»	-1,1	-1,0	0,0	0,5
		«отверженный»	0,8	-0,8	0,0	-0,4
	11-й класс	«лидер»	-1,5	-0,9	0,6	0,4
		«отверженный»	0,9	-1,3	0,9	-1,3
неполная семья	7-й класс	«лидер»	-0,1	1,0	-1,8	-0,2
		«отверженный»	1,0	1,4	0,1	-0,2
	9-й класс	«лидер»	-0,7	1,1	-0,3	0,3
		«отверженный»	1,1	0,4	0,5	1,0
	11-й класс	«лидер»	-1,1	1,2	1,3	-1,8
		«отверженный»	0,5	0,2	1,2	2,0

рируют мнение подростка, используют жесткие формы наказаний). Это, в свою очередь, ведет к автономизации подростка от родителей, непризнанию им родителей в качестве значимых личностных образцов. Таким образом, можно сделать вывод о наличии связи стиля родительских взаимоотношений с ребенком и его самооценки статуса во взаимоотношениях со сверстниками. И, напротив, подростки-«лидеры» разместились на отрицательном полюсе фактора *F1*, который характеризует демократический стиль общения родителей с ребенком (их уважение к его мнению), что, в свою очередь, связано с принятием подростками матери и отца в качестве личностных образцов. В целом анализ размещения подвыборок подростков по оси фактора *F1* свидетельствует о том, что он дифференцирует «отверженных» и «лидеров»; именно авторитарный и демократический стили родительского общения оказываются связаны с самооценкой подростком своего статуса среди сверстников.

Размещение подвыборок по оси фактора *F2* («отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями») четко дифференцирует подростков из полных и неполных семей. Так, подростки, чьи родители разведены, разместились на его положительном полюсе, который определяют такие стилевые особенности их поведения, как «игнорирование родительских требований», «подчеркивание своей независимости». Иными словами, подростки, воспитывающиеся в неполной семье, склонны к повышению своего статуса при общении с родителями. Причем подобная тенденция проявляется среди учащихся не только с высокой, но и с низкой самооценкой своего статуса среди одноклассников. В этой связи можно предположить, что «отвер-

женные» подростки компенсируют свой низкий статус в классе в ситуации семейного общения (как правило, с матерью), игнорируя родительские требования и подчеркивая свою независимость. Логика же поведения «лидеров», скорее всего, иная. Вероятно, здесь, напротив, «независимость» ребенка, поддерживаемая демократическим отношением к нему матери-одиночки, переносится и на взаимоотношения со сверстниками.

Размещение подвыборок по оси фактора *F3* («поиск согласия — ограничение социальных контактов ребенка») мы кратко уже прокомментировали выше. Данный фактор, судя по данным в табл. 2, дифференцирует возрастные стилевые особенности взаимоотношений подростка с родителями. Если к младшим подросткам (7-й класс) родители склонны применять тактику ограничения их поведения («не пускают гулять» — отрицательные значения по оси фактора), то в старшем школьном возрасте (11-й класс) доминирует противоположная тенденция — ориентация и родителей, и учащихся на психологические особенности поведения («бойкот», «прекращение общения», «поиск убедительных аргументов» — положительные значения по оси фактора). Причем это характерно как для «лидеров», так и для «отверженных», воспитывающихся и в полных, и в неполных семьях.

Размещение подвыборок по оси фактора *F4* («стремление к отстаиванию своей позиции — запрет межличностных контактов с друзьями») не дает оснований для однозначной интерпретации тех тенденций, которые он дифференцирует. В этой связи отметим два момента. Во-первых, данный фактор достаточно хорошо дифференцирует взаимоотношения подростков с родителями в полных семьях (см. табл. 2). Так, здесь подростки-

«лидеры» (независимо от возраста) расположились на полюсе его положительных значений, что свидетельствует об их готовности отстаивать свою позицию (вступать в конфликт с родителями). Родители же склонны занимать скорее оборонительную позицию, подчеркивая при этом свой статус и материальную зависимость от них ребенка. Иными словами, здесь конфликт строится относительно статусных ролевых отношений «взрослый-ребенок». Подростки же с низкой самооценкой своего социального статуса («отверженные») расположились в зоне отрицательных значений, причем особенно это выражено среди учащихся 11-х классов. Поскольку отрицательный полюс фактора определяет «запрет на общение с друзьями», то можно сделать вывод о том, что родители подростка с низким статусом в классе уделяют повышенное внимание его нежелательным в социальном плане межличностным контактам (по всей вероятности, среди «отверженных» одноклассниками старшеклассников это нежелательные, с точки зрения родителей, контакты вне школы).

Во-вторых, обращает на себя внимание принципиальное различие в размещении по оси этого фактора «лидеров» и «отверженных» среди учащихся 11-х классов, которые воспитываются в полных и неполных семьях (см. табл. 2). На характеристике ситуации в полной семье мы остановились выше. Здесь «лидеры» идут на обострение конфликта с родителями (скорее всего, из-за статусно-ролевых отношений и зависимости от родителей), а «отверженные» подвергаются жесткому контролю в своих контактах с друзьями (из-за нежелательной, с точки зрения родителей, социальной среды). Среди же учащихся 11-х классов из неполных семей не просто меняется характер размещения «лидеров» и «отверженных» относительно

но разных полюсов данного фактора, а изменяется сам *смысл социально-психологической ситуации детско-родительских отношений*. Так, например, здесь именно учащиеся с низкой самооценкой своего статуса среди одноклассников («отверженные») идут на обострение статусно-ролевого конфликта с родителями (как правило, с матерью, поскольку с ней и живет чаще всего ребенок из неполной семьи). Иными словами, переживание своей отверженности в среде сверстников он переносит в семью, пытаясь уже здесь «разрешить» (компенсировать) подобный конфликт в борьбе за свой статус с матерью. Весьма характерна и ситуация, складывающаяся в детско-родительских отношениях с ребенком-«лидером» в неполной семье. Можно предположить, что здесь мать испытывает своеобразную «ревность» к ребенку, который чувствует себя комфортно в среде сверстников и «уходит» из-под ее опеки и контроля. Поэтому она пытается наложить запрет на его межличностные контакты с друзьями.

Обсуждение результатов

Содержательную интерпретацию результатов исследования в значительной степени мы уже провели по ходу их изложения. Здесь же, пожалуй, стоит обратить внимание на ряд дополнительных моментов, которые отчетливо проявляются при рассмотрении особенностей размещения подвыборки учащихся одновременно в пространстве двух факторов. Наиболее показательны в этом отношении пересечения факторов $F1$ и $F2$; $F1$ и $F4$ (см. рис. 5а, 5б).

Как видно из рис. 5а, фактор $F1$ четко дифференцирует «лидеров» и «отверженных» школьников в отношениях со своими родителями, а фактор $F2$ — подростков из полных и неполных семей. Причем у «лидеров» из неполных семей

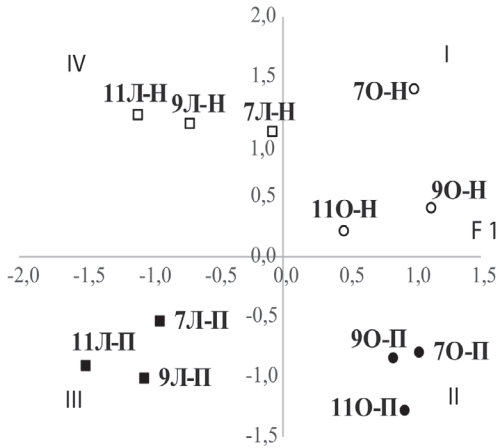


Рис. 5а. Размещение подвыборок учащихся в пространстве факторов F1 «Авторитарность — Демократичность» и F2 «Отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями»: 7, 9, 11 — классы; Л, О — лидер, отверженный; П — полная семья, Н — неполная семья

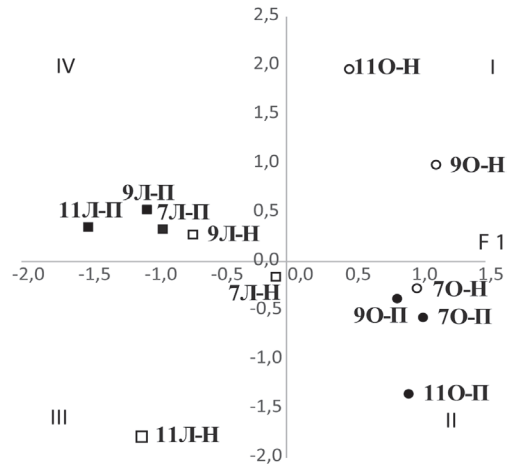


Рис. 5б. Размещение подвыборок учащихся в пространстве факторов F1 «Авторитарность — Демократичность» и F4 «Стремление к отстаиванию своей позиции — Запрет межличностных контактов с друзьями»: 7, 9, 11 — классы; Л, О — лидер, отверженный; П — полная семья, Н — неполная семья

(см. квадрант IV) отчетливо выражены демократические отношения с родителями ($F1-$) и подчеркивание своей независимости ($F2+$). Прямо противоположная по своему содержанию ситуация взаимоотношений с родителями складывается среди «отверженных» подростков из полных семей (см. квадрант II), которая определяется координатами $F1+$ («авторитарность») и $F2-$ («отсутствие значимых сверстников и стремления к независимости»). Таким образом, эти два типа взаимоотношений с родителями (определяемые квадрантами IV и II) можно рассматривать как два принципиально разных по своему содержанию контекста социализации подростка в семье. Один из них — учащиеся с высокой самооценкой своего статуса среди сверстников («лидеры») в неполной семье; другой — с низкой самооценкой («отверженные») в полной семье. Другая пара, характери-

зующая противоположные типы социализации, разместилась в квадрантах III ($F1-, F2-$) и I ($F1+, F2+$) соответственно: «лидеры» из полных семей и «отверженные» из неполных. Таким образом, совмещение двух параметров взаимоотношений в семье — «авторитарность — демократичность» и «стремление ребенка к самостоятельности» — позволяет охарактеризовать разные типы социализации подростка в семье, которые проецируются на его статусные взаимоотношения (лидерство/отверженность) с одноклассниками.

Другой важный аспект, касающийся социально-психологических особенностей социализации подростка, связан с анализом данных, которые связаны с размещением подвыборки учащихся в пространстве факторов $F1$ («авторитарность — демократичность») и $F4$ («стремление к отстаиванию своей позиции — запрет межличност-

ных контактов с друзьями»). Эти данные приведены на рис. 5б.

Выше мы уже подробно обсуждали размещение «лидеров» и «отверженных» школьников из полных и неполных семей по оси фактора $F4$. Здесь же обратим внимание на ряд дополнительных моментов. Как мы видим, данный фактор четко дифференцирует учащихся-старшекласников (9-й и 11-й классы) с низкой самооценкой своего статуса среди одноклассников из неполных и полных семей (см. квадранты I и II). В неполных семьях они склонны проявлять стремление к отстаиванию своей позиции ($F4+$), а в полных родители жестко контролируют их общение со сверстниками ($F4-$). Но при этом важно учесть, что в обоих случаях подростки сталкиваются с авторитарной позицией родителей, которая определяется фактором $F1+$. Напомним, что содержательно этот полюс положительных значений характеризует игнорирование родителями мнений подростка, использование ими наказаний, вплоть до применения физической силы. В свою очередь подросток не признает родителей в качестве личностных образцов и автономизируется от них («не высказываю свое мнение», «делаю по-своему»). Таким образом, у подростков с низким статусом в классе как в полной, так и в неполной семье ситуация носит в обоих случаях (и при накладывании ограничений на общение со сверстниками, и при отстаивании своей позиции) острый конфликтный характер с принятием авторитета взрослого.

Выводы

1. Анализ особенностей частоты распределения ответов учащихся относительно четырех аспектов их взаимоотношений с родителями (принятие родителей в качестве личностного об-

разца; учет родителями мнений своего ребенка; формы родительского контроля поведения ребенка; реакция ребенка на санкции родителей) показал, что такие социальные параметры, как полнота/неполнота семьи, в которой воспитывается подросток, и самооценка статуса среди одноклассников дифференцируют мнение подростков о стилевых особенностях детско-родительских отношений.

2. Результаты факторного анализа полученных эмпирических материалов позволили выделить четыре фактора, которые характеризуют своеобразие взаимосвязей между разными аспектами взаимоотношений подростков со своими родителями из полных и неполных семей в зависимости от самооценки ими статуса среди одноклассников: «авторитарность — демократичность»; «отстаивание самостоятельности в отношениях с родителями»; «поиск согласия — ограничение социальных контактов ребенка»; «стремление к отстаиванию своей позиции — запрет межличностных контактов с друзьями».

3. Полученные материалы позволили выявить стилевые особенности детско-родительских отношений у подростков с разным уровнем самооценки статуса в классе в зависимости от условий воспитания в полной и неполной семье. При этом, с одной стороны, показана взаимосвязь особенностей социально-психологического взаимодействия подростка с родителями и его самочувствия в коллективе класса, а с другой — установлена взаимосвязь статуса подростка в коллективе сверстников с его отношениями с родителями на разных этапах подросткового возраста.

4. Полученные результаты могут быть использованы при разработке программ по воспитанию с учетом контекста социально-психологических взаимоотношений подростка в семье и коллективе

класса. В качестве перспектив дальнейшего исследования предполагается провести анализ рассмотренных показателей с учетом гендерной специфики подростков с различным статусом в классе и условиями семейного воспитания.

Литература

1. *Авдулова Т.П., Уханова Д.П.* Представления о справедливости и стили воспитания родителей как фактор морального развития подростков // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 2. С. 81–92. DOI:10.17759/sps.2018090206
2. *Акимов И.Б.* Особенности отношений родителей к подросткам в полных и неполных семьях // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология. 2020. № 2(28). С. 71–81.
3. *Данилова Ю.Ю.* Проявление доверия у подростков в связи с семейной депривацией и восприятием отношений со значимым взрослым // Проблемы современного образования. 2020. № 5. С. 106–118.
4. *Дронова Т.А., Корнеева Я.А.* Особенности социализированности несовершеннолетних из неблагополучных семей // Психология и право. 2021. Т. 11. № 3. С. 2–14. DOI:10.17759/psylaw.2021110301
5. *Иванова О.И., Бусарова О.Р.* Особенности копинг-стратегий старших подростков из неполных семей // Психология и право. 2020. Том 10. № 1. С. 103–115. DOI:10.17759/psylaw.2020100109
6. *Капустина В.А.* Социально-психологические детерминанты процесса социализации подростков из полных и неполных семей // Психолог. 2017. № 1. С. 16–26.
7. *Количество неполных семей в России статистика 2020* [Электронный ресурс]. URL: <https://obrascidoc.ru/skolko-v-rossii-zaregistrovano-semej-odinokih-roditelej-statistika-20202020.html> (дата обращения 07.07.2022).
8. *Коновалова А.М.* Факторы, связанные с неуважительным отношением подростков к своим родителям // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2020. № 3. С. 69–87.
9. *Мещерякова И.Н., Хуторная М.Л., Демец Е.Г.* Влияние состава семьи на формирование гендерной идентичности подростков // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 54–3. С. 242–248.
10. *Прокофьева Л.М., Корчагина И.И.* Неполные семьи с детьми в России: масштабы распространения и материальная поддержка // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 9-1(48). DOI:10.24411/2500-1000-2020-11006
11. *Собкин В.С., Калашикова Е.А., Коломиец Ю.О.* Причины конфликтов подростков с учителями, родителями и одноклассниками: к вопросу о социальной ситуации развития. // Вопросы психологии. 2020. Т. 66. № 5. С. 13–25.
12. *Собкин В.С., Калашикова Е.А.* Особенности взаимоотношений подростка с родителями: роль полноты семьи и статуса среди одноклассников // Материалы VII Международной научно-практической конференции памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» (12–13 мая 2022 г., Москва). М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2022. С. 427–430.
13. *Собкин В.С., Калашикова Е.А.* Социология школьной отметки. // Педагогика. 2011. № 3. С. 8–20.
14. *Собкин В.С., Писарский П.С.* Социокультурный анализ образовательной ситуации в мегаполисе. М.: Министерство образования Российской Федерации, 1992. 159 с.
15. *Тарасова Л.Е.* Влияние детско-родительских отношений на самоотношение ребенка [Электронный ресурс] // Проблемы социальной психологии личности. Саратов: СГУ, 2008. URL: https://psyjournals.ru/nonserialpublications/sgu_socialpsy/contents/30309 (дата обращения 07.07.2022)

16. Усова О.В., Чевтаева Н.Г., Никитина А.С., Скаво К. Социальная репрезентация образа «благополучия/неблагополучия» современной российской семьи и поведения обучающегося: восприятие явления педагогами // Образование и наука. 2020. Т. 22. № 6. С. 102–136.

References

1. Avdulova T.P., Ukhanova D.P. Predstavleniya o spravedlivosti i stili vospitaniya roditel'ei kak faktor moral'nogo razvitiya podrostkov [Ideas about justice and parenting styles as a factor of moral development of adolescents]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2018. Vol. 9, no. 2, pp. 81–92. DOI:10.17759/sps.2018090206. (In Russ.).
2. Akimov I.B. Osobennosti otnoshenii roditel'ei k podrostkam v polnykh i nepolnykh sem'yakh [Peculiarities of parents' relations to adolescents in full and incomplete families]. *Vestnik Samarskoi gumanitarnoi akademii. Seriya: Psikhologiya = Bulletin of the Samara Humanitarian Academy. Series: Psychology*, 2020, no. 2(28), pp. 71–81. (In Russ.).
3. Danilova Yu. Yu. Proyavlenie doveriya u podrostkov v svyazi s semeinoi deprivatsiei i vospriyatiem otnoshenii so znachimym vzroslym [The manifestation of trust in adolescents in connection with family deprivation and the perception of relationships with a significant adult]. *Problemy sovremennogo obrazovaniya = Problems of modern education*, 2020, no. 5, pp. 106–118. (In Russ.).
4. Dronova T.A., Korneeva Ya.A. Osobennosti sotsializirovannosti nesovershennoletnikh iz neblagopoluchnykh semei [Features of socialization of minors from dysfunctional families]. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*, 2021. Vol. 11, no. 3, pp. 2–14. DOI:10.17759/psylaw.2021110301. (In Russ.).
5. Ivanova O.I., Busarova O.R. Osobennosti koping-strategii starshikh podrostkov iz nepolnykh semei [Features of coping strategies of older adolescents from single-parent families]. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*, 2020. Vol. 10, no. 1, pp. 103–115. DOI:10.17759/psylaw.2020100109. (In Russ.).
6. Kapustina V.A. Sotsial'no-psikhologicheskie determinanty protsessa sotsializatsii podrostkov iz polnykh i nepolnykh semei [Socio-psychological determinants of the process of socialization of adults from full and incomplete families]. *Psikholog = Psychologist*, 2017, no. 1, pp. 16–26. (In Russ.).
7. Kolichestvo nepolnykh semei v Rossii statistika 2020 [The number of single-parent families in Russia statistics 2020] [Electronic resource]. URL: <https://obrascidoc.ru/skolko-v-rossii-zaregistrirovano-semej-odinokih-roditel'ei-statistika-20202020.html> (Accessed: 07.07.2022). (In Russ.).
8. Konovalova A.M. Faktory, svyazannye s neuvazhitel'nym otnosheniem podrostkov k svoim roditelyam [Factors associated with the disrespectful attitude of adolescents to their parents]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya = Bulletin of the Moscow University. Episode 14: Psychology*, 2020, no. 3, pp. 69–87.
9. Meshcheryakova I.N., Khutornaya M.L., Demets E.G. Vliyanie sostava sem'i na formirovanie gendernoi identichnosti podrostkov [The influence of family composition on the formation of gender identity of adolescents]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of modern pedagogical education*, 2017, no. 54–3, pp. 242–248. (In Russ.).
10. Prokof'eva L.M., Korchagina I.I. Nepolnye sem'i s det'mi v Rossii: masshtaby rasprostraneniya i material'naya podderzhka [Single-parent families with children in Russia: the scale of distribution and material support]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2020. Vol. 9-1(48), pp. 172–179. DOI:10.24411/2500-1000-2020-11006. (In Russ.).
11. Sobkin V.S., Kalashnikova E.A., Kolomiets Yu.O. Prichiny konfliktov podrostkov s uchitelyami, roditelyami i odnoklassnikami: k voprosu o sotsial'noi situatsii razvitiya [Causes of conflicts between adolescents with teachers, parents and classmates: on the social situation of development]. *Voprosy psikhologii = Questions of psychology*, 2020. Vol. 66, no. 5, pp. 13–25. (In Russ.).
12. Sobkin V.S., Kalashnikova E.A. Osobennosti vzaimootnoshenii podrostka s roditelyami: rol' polnoty sem'i i statusa sredi odnoklassnikov [Features of a teenager's relationship with parents: role of fullness of family and status among classmates].

- the role of family completeness and status among classmates]. *Materialy VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii pamyati M.Yu. Kondrat'eva «Social'naya psikhologiya: voprosy teorii i praktiki»* (12–13 maya 2022 g., Moskva). [Materials of the VII International Scientific and Practical Conference in memory of M.Yu. Kondratiev “*Social psychology: questions of theory and practice*”]. Moscow, Publ. FSBEI HE MPPU, 2022, pp. 427–430. (In Russ.).
13. Sobkin V.S., Kalashnikova E.A. Sotsiologiya shkol'noi otmetki [Sociology of school grades]. *Pedagogika = Pedagogy*, 2011, no. 3, pp. 8–20. (In Russ.).
14. Sobkin V.S., Pisarskii P.S. Sotsiokul'turnyi analiz obrazovatel'noi situatsii v megapolise [Socio-cultural analysis of the educational situation in the metropolis]. Moscow: Ministry of Education of the Russian Federation, 1992. 159 p. (In Russ.).
15. Tarasova L.E. Vliyanie detsko-roditel'skikh otnoshenii na samootnoshenie rebenka [The influence of child-parent relations on the child's self-attitude] [Electronic resource]. *Problemy sotsial'noi psikhologii lichnosti [Problems of social psychology of personality]*. Saratov: SGU, 2008. URL: https://psyjournals.ru/nonserialpublications/sgu_socialpsy/contents/30309 (Accessed 07.07.2022). (In Russ.).
16. Usova O.V., Chevtayeva N.G., Nikitina A.S., Skavo K. Sotsial'naya reprezentatsiya obraza “blagopoluchiya/neblagopoluchiya” sovremennoi rossiiskoi sem'i i povedeniya obuchayushchegosya: vospriyatie yavleniya pedagogami [Social representation of the image of “well-being/disadvantage” of the modern Russian family and student behavior: perception of the phenomenon by teachers]. *Obrazovanie i nauka = Education and Science*, 2020. Vol. 22, no. 6, pp. 102–136. (In Russ.).

Информация об авторах

Собкин Владимир Самуилович, доктор психологических наук, профессор, академик РАО, руководитель Центра социологии образования, ФГБНУ «Институт управления образованием РАО» (ФГБНУ «ИУО РАО»), руководитель Центра социокультурных проблем современного образования, ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2339-9080>, e-mail: sobkin@mail.ru

Калашникова Екатерина Александровна, кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник Центра социологии образования, ФГБНУ «Институт управления образованием РАО» (ФГБНУ «ИУО РАО»), ведущий научный сотрудник Центра социокультурных проблем современного образования, ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4429-623X>, e-mail: 5405956@mail.ru

Information about the authors

Vladimir S. Sobkin, Doctor of Psychology, Professor, Academician of the Russian Academy of Education, Head of the Center for Sociology of Education of the Institute of Education Management, Center for Modern Problems of Modern Education at the Psychological Institute of the Russian Academy of Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2339-9080>, e-mail: sobkin@mail.ru

Ekaterina A. Kalashnikova, PhD in Psychology, Leading Researcher at the Center for Sociology of Education of the Institute of Education Management, Center of Modern Problems of Modern Education, Psychological Institute of the Russian Academy of Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4429-623X>, e-mail: 5405956@mail.ru

Получена 18.07.2022

Принята в печать 25.01.2023

Received 18.07.2022

Accepted 25.01.2023

Формы социальной активности как предикторы региональной идентичности у молодежи

Григорьева М.В.

**ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2541-2186>, e-mail: grigoryevamv@mail.ru**

Шаров А.А.

**ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0635-1413>, e-mail: sha555da@mail.ru**

Заграничный А.И.

**ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1383-9430>, e-mail: zagr.93@inbox.ru**

Цель. Рассмотреть формы социальной активности в роли предикторов формирования убеждений и региональной идентичности.

Контекст и актуальность. Социальная активность современной молодежи характеризуется многообразием различных форм как в реальной, так и в виртуальной среде. Необходимы анализ и научное осмысление влияния различных форм социальной активности на формирование региональной идентичности и убеждений молодежи.

Дизайн исследования. После проведения диагностического этапа исследования, включающего получение показателей касательно убеждений, региональной идентичности, а также социальной активности, был проведен регрессионный анализ. Данный метод применялся для выявления предикторов региональной идентичности и убеждений. Все авторские шкалы прошли экспертную оценку социальными психологами и проверку на внутреннюю согласованность.

Участники. 920 респондентов, 35% мужского пола, в возрасте 14–35 лет, средний возраст – 20 лет. Из них в сельской местности проживают 7%, в малых городах – 24%, в крупных городах – 63%, в мегаполисах – 6%.

Методы (инструменты). Шкалы, направленные на измерение различных видов социальной активности (Р.М. Шамионов, М.В. Григорьева, И.В. Арндачук и др.). Авторские шкалы, направленные на изучение оценки гражданского самосознания. Опросник «Шкала базисных убеждений» (в адаптации О.А. Кравцовой).

Результаты. Основными предикторами региональной идентичности выступают такие формы социальной активности, как интернет-поисковая, профессиональная и субкультурная. Положительными предикторами являются профессиональная группа, субкультурная группа, а отрицательным предиктором является форма активности, связанная с поиском информации и социальных контактов в виртуальной среде. Значимых предикторов из числа форм социальной активности для убеждений «Благосклонность мира» и «Справедливость мира» не выявлено. Для убеждения «Доброта людей» основными положительными предикторами являются гражданская, профессиональная, субкультурная формы активности, а отрицательным предиктором – интернет-сетевая активность. Основным положительным предиктором для убеж-

дения «Контролируемость мира» выступает гражданская активность, а отрицательным — семейно-бытовая активность. Для убеждения «Случайность происходящего» положительным предиктором является интернет-сетевая активность, а отрицательными предикторами — досуговая и субкультурная. Положительным предиктором для убежденности в ценности собственного «Я» выступает досуговая активность, а отрицательным предиктором — субкультурная. Для убеждения «Степень самоконтроля» основным положительным предиктором выступает интернет-сетевая активность, а отрицательными предикторами являются социально-политическая и интернет-поисковая активность. Основным отрицательным предиктором для убеждения «Степень удачи» является образовательно-развивающая активность.

Основные выводы. Региональная идентичность молодежи незначительно определяется формами социальной активности, в которые включена молодежь. Основными предикторами региональной идентичности являются те формы социальной активности, которые реализуются в локальных группах на региональном уровне (профессиональная, субкультурная). Наиболее значимыми предикторами из форм социальной активности молодежи для базисных убеждений личности являются интернет-сетевая и субкультурная активность, выступающие предиктором для 3-х базисных убеждений.

Ключевые слова: социальная активность молодежи, убеждения, региональная идентичность.

Финансирование. Исследование выполнено в Саратовском государственном университете имени Н.Г. Чернышевского за счет гранта Российского научного фонда № 18-18-00298, <https://rscf.ru/project/21-18-28004/>.

Для цитаты: Григорьева М.В., Шаров А.А., Заграничный А.И. Формы социальной активности как предикторы региональной идентичности у молодежи // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 74–91. DOI:<https://doi.org/10.17759/sps.2023140105>

The Forms of Social Activity as Predictors of Regional Identity among Young People

Marina V. Grigoryeva

Saratov State University, Saratov, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2541-2186>, e-mail: grigoryevamv@mail.ru

Aleksei A. Sharov

Saratov State University, Saratov, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0635-1413>, e-mail: sha555da@mail.ru

Anton I. Zagranichnyy

Saratov State University, Saratov, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1383-9430>, e-mail: zagr.93@inbox.ru

Objective. To consider the forms of social activity as predictors of the formation of beliefs and regional identity.

Background. The social activity of modern youth is characterized by a variety of different forms, both in real and virtual environments. It is necessary to analyze and scientifically comprehend the influence of various forms of social activity on the formation of regional identity and beliefs of young people.

Study design. After carrying out the diagnostic stage of the study, which includes obtaining indicators regarding beliefs, regional identity, as well as social activity, a regression analysis was carried out.

This method was used to identify predictors of regional identity and beliefs. All the author's scales have been peer-reviewed by social psychologists and checked for internal consistency.

Participants. 920 respondents, 35% male, aged 14–35 years, average age 20 years. Of these, 7% live in rural areas, 24% in small towns, 63% in large cities, and 6% in megacities.

Measurements. Scales aimed at measuring various types of social activity (R.M. Shamionov, M.V. Grigorieva, I.V. Arendachuk, etc.). Author's scales aimed at studying the assessment of civic consciousness. Questionnaire "Scale of basic beliefs" (adapted by O.A. Kravtsova).

Results. The main predictors of regional identity are such forms of social activity as Internet search, professional and subcultural. Positive predictors are a professional group, a subcultural group, and a negative predictor is a form of activity associated with the search for information and social contacts in a virtual environment. No significant predictors among the forms of social activity for the beliefs "Favor of the world" and "Justice of the world" have been identified. For the "Kindness of People" belief, the main positive predictors are civic, professional, and subcultural forms of activity, and the negative predictor is Internet-network activity. The main positive predictor for the belief "Controllability of the world" is civic activity, and the negative one is family and household activity. For the belief "Randomness of what is happening", the positive predictor is Internet network activity, and the negative predictors are leisure and subcultural. Leisure activity is a positive predictor for the belief in the value of one's self, and subcultural activity is a negative predictor. For the "Degree of self-control" belief, the main positive predictor is Internet network activity, and the negative predictors are socio-political and Internet search activity. The main negative predictor for the belief "Degree of luck" is educational and developmental activity.

Conclusions. The regional identity of young people is slightly determined by the forms of social activity in which young people are included. The main predictors of regional identity are those forms of social activity that are implemented in local groups at the regional level (professional, subcultural). The most significant predictors of the forms of social activity of young people for the basic beliefs of the individual are Internet-network and subcultural activity, acting as a predictor for the 3 basic beliefs.

Keywords: social activity of youth, beliefs, regional identity.

Funding. The reported study was funded by Russian Science Foundation № 18-18-00298, <https://rscf.ru/project/21-18-28004/> at Saratov State University.

For citation: Grigoryeva M.V., Sharov A.A., Zagranichnyi A.I. The Forms of Social Activity as Predictors of Regional Identity among Young People. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 74–91. DOI:<https://doi.org/10.17759/sps.2023140105> (In Russ.).

Введение

На сегодняшний день наблюдается рост числа исследований в рамках изучения различных сторон социальной активности молодежи. Интерес к рассмотрению данного социально-психологического феномена обуславливается трансформацией активности личности и группы во всех сферах жизни социума. И тому есть несколько причин. Во-первых, неблагоприятная геополитическая и экономическая обстановка, в которой с конца

февраля 2022 года оказалась наша страна (проведение специальной военной операции), во-вторых, свежий след обостренной пандемической ситуации и связанные с ней различного рода ограничения и запреты, в-третьих, стремительное развитие информационно-коммуникативных технологий, виртуальной среды в целом. Вышеупомянутые особенности закономерно приводят к необходимости рассмотрения и изучения различных психологических аспектов социальной активности

молодого поколения. Учитывая тот факт, что под социальной активностью понимается не только участие представителей молодежной демографической группы в различных сферах жизнедеятельности и исполнение социальных ролей, но и инициативное, творческое отношение к себе и различным сферам общественной жизни [20; 28], можно предположить появление и развитие нескольких направлений исследовательского характера в упомянутом контексте. Прежде всего это выделение и описание различных форм социальной активности [29]. Отталкиваясь от вышеупомянутого конструкта, берут начало и исследования деятельностных характеристик [2], ценностных [31], волевых [30] и социально-демографических предикторов активности молодежи [24], взаимосвязи со склонностью к рискованному поведению [27], мотивации социальной активности и ее соотношение с гражданским самосознанием [8]. Важным пластом в рамках современных научных изысканий является рассмотрение проблематики соотношения активности молодежи с такими психологическими характеристиками, как доверие, конформизм, психологическое благополучие и т.д. [13]. Рассматривается проблематика влияния социальной активности молодого поколения на: интеграцию его в современное общество [4], нравственное самоопределение [14], позиции на рынке труда [3].

Особенно интересным, на наш взгляд, является рассмотрение вопроса о формах социальной активности как предикторах региональной идентичности в молодежной среде.

Взаимосвязь обозначенных выше феноменов обусловлена, с одной стороны, тем, что система взглядов на мир и отношение к нему, а также социальные убеждения субъекта находят отражение в социальной активности, а с другой — сами

формы активности могут влиять на различного рода убеждения, в том числе касающиеся региональной идентичности [10]. Каждый акт поведения субъекта сопровождается возникновением своеобразного динамического элемента — убеждения, которое направляет развертывание процессов сознания и единиц поведения [15; 26]. Убеждения можно рассматривать как осознанно выбранные личностью и принятые за основу жизнедеятельности в социуме нормы и аксиомы [11]. Базисные убеждения представляют собой относительно устойчивые представления человека о мире, самом себе, влияющие на его психику и социальное поведение [16]. Совокупность базисных убеждений составляет собой мировоззрение, которое исходя из позиции М.Л. Хуторной и Е.В. Баркаловой может определяться как сложноструктурное фундаментальное образование зрелой психики, включающее в себя важнейшие знания человека о мире и отношения к нему, влияющее на процессы оценки, восприятия действительности и организации деятельности [25].

Региональная идентичность также входит в конструкцию сознания и понимается как объективное состояние, основанное на рефлексивном чувстве целостности и личной самоидентифицированности с региональным социумом [7; 22]. Идентичность, по мнению современных авторов, является отражением мотивационно-ценностной направленности личности. Важная роль отводится именно региональной идентичности как соотносительности индивида с его территорией проживания, определенной общностью, локализованной в пределах конкретного территориально-административного региона [9]. Аналогичную позицию занимают и другие исследователи. Так, К.Е. Тумакова, изучая факторы формирования социальной

идентичности, приходит к выводу, что региональная идентичность, являясь эмоционально-ценностным восприятием региона в деятельностном аспекте, является результирующей ценностного, эмоционального и когнитивного процесса самоотождествления личности с региональным сообществом, формируя определенный тип социальной активности субъекта [23].

Психологами отмечается большое количество работ, посвященных региональной идентичности молодежи в настоящее время. Это связывается как с необходимостью поиска основ психологического благополучия жителей того или иного региона, так и с поиском путей развития этого региона [17]. Чаще такие исследования направлены на выявление конкретной информации об эмоционально-ценностном восприятии определенных символов региона [5; 12].

На наш взгляд, заслуживает внимание точка зрения отечественных авторов, которые, обобщая теоретико-методологические и исследовательские работы в контексте региональной идентичности, приводят ее определение. По их мнению, региональная идентичность — это комплексный феномен взаимосвязанных когнитивных, ценностных, эмоциональных компонентов в рамках самоотнесения индивида (социальной группы) с территорией проживания, осознания принадлежности к региональному сообществу, действенно-деятельного отношения к региону [1].

Взаимосвязь феномена социальной активности и таких конструктов, как убеждения и региональная идентичность, можно объяснить основополагающим принципом психологической науки — принципом единства сознания и деятельности [15]. Сознание личности представляет собой внутренний план

осуществляемой ей деятельности, основанный на различного рода убеждениях и в том числе самоотождественности с региональным социумом. А сама деятельность, выражающаяся в единицах поведения в рамках реализации видов социальной активности — это внешняя форма выражения сознания. Несмотря на то, что предпосылки в рамках формирования убеждений начинают складываться в возрастной период раннего детства, окончательно убеждения вырабатываются именно на основе личного опыта, при реализации разных форм социальной активности (реальной, виртуальной, образовательной, социально-бытовой, гражданской и т.д.). Современными исследователями также обозначается первостепенная роль опыта взаимодействия с окружающим миром в контексте формирования базисных убеждений личности [18]. Л.С. Выготским подчеркивается, что базисные убеждения начинают формироваться на довербальных стадиях онтогенеза и в процессе общения ребенка со значимыми взрослыми. В то же время базисные убеждения также характеризуются той или иной степенью гибкости под влиянием социума (т.е. социальной активностью личности) [6].

С позиции субъектного подхода активность личности выступает механизмом поиска и проверки внутренних основ ее поведения и деятельности, а убеждения являются элементами экзистенциального опыта, относящимися не только к конкретным социальным ситуациям, но и к жизненной позиции субъекта [16]. С точки зрения ценностно-деятельностной концепции убеждения зависят от мировоззренческой ориентировки, которая в свою очередь является важным компонентом готовности к регуляции активности и поведения личности [15]. Можно предположить,

что социальная активность выступает механизмом, формирующим и изменяющим убеждения личности, а конкретные формы активности являются предикторами убеждений, в том числе по поводу социальной (региональной) идентичности личности. Необходимо заметить, что разнообразные виды социальной активности предполагают специфическую деятельность субъекта активности, особенности которой исходят из содержания, целей и конкретных форм активности. Следовательно, уместно говорить о том, что определенные виды активности могут выступать предикторами формирования конкретных убеждений индивида, что обусловлено спецификой различных видов активности. Сама возможность формирования и трансформации убеждений как личностного образования на основе участия в различных видах социальной активности исходит из представлений С.Л. Рубинштейна и А.Н. Леонтьева о взаимосвязи личности и деятельности [15; 19].

Комплексное исследование форм социальной активности проведено научным коллективом, в который входят авторы статьи. Рассмотрены различные аспекты социальной активности молодежи: предпочтение тех или иных форм, их взаимосвязь с ценностями, социально-демографическими характеристиками, уровнем образования, в том числе и соотношением социальной активности и гражданского самосознания молодежи [8]. Необходимо также изучить и вопросы соотношения форм социальной активности молодежи с региональной идентичностью, поскольку конкретные формы молодежной активности проявляются, прежде всего, в регионе проживания.

Цель настоящего исследования — рассмотреть формы социальной активности

в роли предикторов формирования убеждений и региональной идентичности.

Метод

Выборка исследования составила 920 респондентов, 35% мужского пола, в возрасте 14–35 лет, средний возраст — 20 лет. Из них в сельской местности проживают 7%, в малых городах — 24%, в крупных городах — 63%, в мегаполисах — 6%.

Методы и методики исследования. Социальная активность молодежи исследовалась на основе анализа ее форм при помощи анкеты измерения различных видов социальной активности (Р.М. Шамионов, М.В. Григорьева, И.В. Арендачук и др.) [27]. Анкета предполагает оценку частоты реализации респондентом 18 основных форм социальной активности молодежи (Альтруистическая деятельность; Досуговая активность; Спортивно-оздоровительная активность; Культурно-массовая активность; Семейно-бытовая активность; Экологическая активность; Социально-политическая активность; Интернет-сетевая активность; Интернет-поисковая активность; Гражданская активность; Социально-экономическая активность; Профессиональная активность; Образовательно-развивающая активность; Духовная активность; Религиозная активность; Протестная активность; Радикально-протестная активность; Субкультурная активность).

Уровень региональной идентичности определялся путем подсчета среднего значения по шкале «Региональная идентичность», характеризующей респондента с позиции постоянства проживания в регионе; наличия типичных черт, свойственных жителям данного региона; заинтересованности и готовности к деятельности, направленной на развитие своего региона. Показатели региональной идентичности были выделены из анкеты оценки гражданского самосознания [8]. В отличие от

существующих методов измерения региональной идентичности, например, опросника социокультурной идентичности О.В. Крупенко и О.В. Фроловой, который определяет в основном эмоциональное отношение к месту проживания, и методика «Идентификация с человечеством» (IWAN) С. МакФарленда, измеряющей когнитивно-аффективный компонент отношения к стране проживания, используемая в нашем исследовании методика «Региональная идентичность» позволяет комплексно оценить необходимые показатели. Учитывая представления о региональной идентичности как о комплексном явлении, формируемом и проявляющемся в многообразии структурных компонентов личности, предлагаемые шкалы позволяют проанализировать уровень региональной идентичности с позиции ценностного компонента, выражающегося в отношении к региону проживания и определяющегося готовностью выстраивать жизненный сценарий на основе устойчивой связи с регионом проживания; уровнем социальной идентификации (определением и оценкой у себя типичных черт региональной социальной общности); заинтересованностью и готовностью к деятельности в интере-

сах региона проживания. Такой подход позволяет рассмотреть региональную идентичность в контексте мировоззренческой структуры личности и открывает перспективу анализа взаимосвязи уровня региональной идентичности с социальной активностью, в которой ценности и мировоззренческие убеждения личности трансформируются и проявляются в качестве регулятора деятельности.

Установки в молодежной среде были выделены на основе опросника «Шкала базисных убеждений» (World assumptions scale – WAS) R. Janoff-Bulman (Р. Янов-Бульман), в адаптации О. Кравцовой [21]. Методика предполагает оценку сформированности 8 базисных убеждений («Благосклонность мира»; «Доброта людей»; «Справедливость мира»; «Контролируемость мира»; «Случайность происходящего»; «Ценность собственного “Я”»; «Степень самоконтроля»; «Степень удачи»).

Результаты

Из табл. 1 видно, что большинство показателей региональной идентичности молодежи находится на уровне выше среднего. В среднем выражено отсутствие

Таблица 1

Описательные статистики показателей региональной идентичности

Показатели	Минимум	Максимум	Среднее	Среднеквадратичное отклонение
Постоянный житель региона	1,00	5,00	3,64	1,32
Имею типичные черты жителя региона	1,00	5,00	3,09	1,29
Не хочу менять регион проживания	1,00	5,00	2,63	1,39
Многое связывает с регионом	1,00	5,00	3,46	1,29
Интересны идеи развития региона	1,00	5,00	3,61	1,24
Готов действовать для развития региона	1,00	5,00	3,42	1,23
Общее среднее значение региональной идентичности	1,00	5,00	3,31	0,94

желания поменять регион проживания, хотя по этому показателю выборка в большей степени разнородна. В результате проверки на нормальность распределения в программе SPSS было выявлено нормальное распределение по всем показателям региональной идентичности.

Убеждения у молодежи имеют достаточную выраженность (см. табл. 2). Из таблицы видно, что в большей степени у молодежи выражено убеждение в том, что возможно контролировать себя ($M = 17,33$), в меньшей степени — убеждение в ценности собственного «Я». Асимметрия и эксцесс близки к нулю, что свидетельствует о нормальности распределения признака по всем шкалам.

В результате регрессионного анализа были получены модели, объясняющие от 3,8 до 47,8% дисперсии. Относительно слабые с точки зрения вариативности признака модели, где зависимой переменной выступили региональная идентичность (5,3% дисперсии) и убеждения в контролируемости мира (3,9% дисперсии), в случайности происходящего (6,5% дисперсии), самоконтроле (4,4% дисперсии), удачливости (3,8% дисперсии), а независимыми переменными — самооценка

различных форм социальной активности. Кроме того, было выявлено, что два убеждения не имеют значимых предикторов со стороны форм социальной активности: убеждение в благосклонности и справедливости мира. Предиктором региональной идентичности и убеждений личности не является также возраст респондентов. Модели, где зависимыми переменными были убеждения в доброте людей, ценности собственного «Я», получили достаточный процент вариативности признака (29% и 47,8% соответственно).

Результаты регрессионного анализа представлены в табл. 3.

Из табл. 3 видно также, что предикторами региональной идентичности и убеждений молодежи не являются альтруистическая, спортивно-оздоровительная, культурно-массовая, экологическая, социально-экономическая, духовная, религиозная, протестная и радикально-протестная формы активности.

Интернет-сетевая и субкультурная формы социальной активности молодежи в сравнении с другими формами чаще выступают предикторами региональной идентичности и убеждений личности (см. табл. 3).

Таблица 2
Описательные статистики убеждений личности (max=24 для всех шкал)

Показатели убеждений	Благосклонность мира	Доброта людей	Справедливость мира	Контролируемость мира	Случайность происходящего	Ценность собственного «Я»	Степень самоконтроля	Степень удач
Статистические показатели								
Среднее значение	16,44	14,63	14,73	16,04	15,98	15,04	17,33	15,51
Стандартное отклонение	4,37	3,36	4,2	3,51	4,03	4,21	3,5	4,02
Медиана	17	14	15	16	16	14	17	16
Асимметрия	-0,27	0,07	-0,11	-0,04	-0,21	0,29	-0,1	-0,12
Эксцесс	-0,2	0,85	-0,17	0,07	0,07	0,02	-0,13	-0,19

Таблица 3
 Стандартизированные коэффициенты (β) значимых предикторов региональной идентичности и убеждений личности

Зависимые переменные	Досуговая	Семейно-бытовая	Социально-политическая	Интернет-сетевая	Интерне-поисковая	Гражданская	Профессиональная	Образовательно-развивающая	Субкультурная
Региональная идентичность	н/з	н/з	н/з	н/з	-0,170*	н/з	0,101*	н/з	0,113*
Убеждение в доброте людей	н/з	н/з	н/з	-0,205*	н/з	0,245**	0,396**	н/з	0,190*
Убеждение в контролируемости мира		-0,096*	н/з	н/з	н/з	0,154*	н/з	н/з	н/з
Убеждение в случайности происходящего	-0,169*	н/з	н/з	0,147*	н/з	н/з	н/з	н/з	-0,104*
Убеждение в ценности собственного «Я»	0,377**	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	-0,417**
Убеждение в самоконтроле	н/з	н/з	-0,135*	0,101*	-0,122*	н/з	н/з	н/з	н/з
Убеждение в удачливости	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	н/з	-0,133*	н/з

Примечания: * — при $p < 0,05$; ** — при $p < 0,01$, н/з — не значимо.

Обсуждение результатов

Как следует из табл. 3, основными предикторами региональной идентичности выступают такие формы социальной активности, как интернет-поисковая активность со знаком минус, профессиональная и субкультурная активность со знаком плюс. Из полученных данных видно, что положительными предикторами являются формы социальной активности молодежи, которые включают субъектов активности в малые социальные группы на локальном уровне (профессиональная группа, субкультурная группа), а отрицательным предиктором является форма активности, связанная с изучением и поиском информации и социальных контактов в глобальном сетевом пространстве. Следовательно, чем больше респонденты включены в социальную активность на уровне малых, локальных социальных групп в своем регионе и чем меньше они реализуют взаимодействие на глобальном уровне, тем выше уровень их региональной идентичности.

Интересная и неоднородная картина наблюдается в результатах регрессионного анализа базисных убеждений личности и различных форм социальной активности молодежи. Прежде всего необходимо заметить, что невысокие значения дисперсии, приведенные далее при интерпретации регрессионного анализа, объясняются тем, что нами были построены модели регрессии для каждого базисного убеждения отдельно, а не для объединенного набора базисных убеждений, выделяемых в методике. Это объясняется значительным объемом анализируемых переменных для каждого убеждения и целью исследования, которая предполагает определение предикторов на основе форм социальной активности не для системы убеждений личности, а для каждого кон-

кретного убеждения. Подробнее осветим полученные результаты.

Для таких базисных убеждений, как «Благосклонность мира» и «Справедливость мира», значимых предикторов из числа форм социальной активности молодежи не выявлено, что, возможно, связано с особенностями формирования этих убеждений не в процессе собственной активности. Скорее всего, данные убеждения формируются как отражение активности и отношений социального окружения и общественных процессов в целом.

Для убеждения «Доброта людей» основными положительными предикторами из числа форм социальной активности являются гражданская, профессиональная, субкультурная формы активности; отрицательным предиктором — интернет-сетевая активность (см. табл. 3). Можно предположить, что формы социальной активности, реализуемые совместно с единомышленниками, объединенными общими целями, взглядами и идеями, приводят к формированию положительной оценки соакторов активности, что выражается в увеличении уровня убежденности в доброте и благосклонности людей. В виртуальной среде деятельность реализуется посредством интернет-сетевой социальной активности. Как показывают наши исследования [8; 32], взаимодействие в виртуальной среде имеет свои специфические черты. К основным специфическим характеристикам такого взаимодействия можно отнести высокий уровень свободы поведения и высказываний, низкий уровень контроля и доступность высказывания, что приводит к более открытому выражению противоборствующих, а часто и агрессивных позиций во взаимодействии между субъектами активности, что выражается в снижении веры в базисную доброту людей.

Основным положительным предиктором для убеждения «Контролируемость мира» выступает гражданская активность, а отрицательным — семейно-бытовая активность (см. табл. 3). Из полученных данных видно, что выделенные формы активности находятся на разных полюсах шкалы уровневой организации социальной активности. Если семейно-бытовая активность относится к социальной активности в микрогруппе (микроуровень), то гражданская активность традиционно нацелена на макрогруппы (макроуровень). Можно сделать вывод о том, что чем чаще субъект реализует социальную активность на макроуровне, нацеленную на позитивную трансформацию социума (позитивная трансформация общества может рассматриваться как основная задача гражданской активности), тем сильнее укрепляется его вера в контролируемость мира. Тогда как предпочтение социальной активности на микроуровне не позволяет субъекту активности получить опыт влияния на общество в целом, что снижает убежденность в возможностях контроля мира как социальной системы.

В случае убеждения «Случайность происходящего» положительным предиктором является интернет-сетевая активность, отрицательными предикторами — досуговая и субкультурная активность (см. табл. 3). Результаты можно интерпретировать следующим образом: убеждение в случайности происходящих событий с наибольшей степенью интенсивности формируется тогда, когда субъект активности наблюдает значительное количество событий без понимания четкой причинно-следственной связи, что характерно для информационного пространства в виртуальной среде, взаимодействие с которым организуется на основе интернет-сетевой активности.

В виртуальной среде субъект активности становится свидетелем множества разнообразных событий, явлений, ситуаций и не всегда способен осознать и проанализировать причинно-следственные связи наблюдаемых событий, ситуаций и явлений, что приводит к формированию убежденности в случайности происходящих событий. С другой стороны, чем активнее субъект деятельности реализует формы социальной активности, связанные с восполнением социально-коммуникативных и рекреационных потребностей (субкультурная и досуговая формы активности), тем больше он целенаправленно организует собственное свободное время, управляет своим жизненным сценарием. Респондент, активно организующий собственную деятельность, напрямую не регулируемую социальными ролями, к которым можно отнести досуговую и субкультурную активность, склонен к формированию противоположных убеждений, не связанных с представлениями о случайности происходящих событий. Можно предположить, что опыт организации дает человеку уверенность в том, что события, происходящие с ним и вокруг него, не случайны, а организованы и имеют причинно-следственные связи с деятельностью субъекта активности и окружающих его социальных агентов.

Убежденность в ценности собственного «Я» на 48% дисперсии объясняется формами социальной активности. Положительным предиктором выступает досуговая активность, отрицательным предиктором — субкультурная активность. Из результатов регрессионного анализа следует, что чем активнее человек участвует в организации субъективно значимой деятельности, направленной на восполнение потребностей в рекреации, удовлетворение интереса, поиск и реализацию различных форм времяпре-

проведения, имеющих субъективную значимость (досуговая активность), тем выше его убежденность в ценности собственного «Я». Эта взаимосвязь может основываться на доминировании определенных компонентов в структуре ценностных ориентаций личности. Человек, уделяющий время субъективно значимой деятельности, направленной на восполнение собственных рекреационных потребностей, очевидно, считает деятельность подобного рода значимой и представляющей ценность для собственного «Я», что, вероятно, укрепляет убеждение и в ценности собственного «Я».

В случае с отрицательным предиктором (субкультурная активность) объяснение исходит из представлений о феноменах групповой динамики, присущих в том числе и субкультурным группам. В данном случае можно говорить о явлении относительной деиндивидуализации, диффузии ответственности, доминирующей групповой идентичности. Комплекс групповых социально-психологических параметров способствует актуализации социально-групповой мотивации, снижению уровня индивидуальности в деятельности, что приводит к снижению ценности собственного «Я» у субъектов, реализующих социальную активность в достаточно регламентированных и формализованных субкультурных группах.

Для убеждения «Степень самоконтроля» основным положительным предиктором выступает интернет-сетевая активность, а отрицательными предикторами являются социально-политическая и интернет-поисковая активность (см. табл. 3). Необходимо заметить, что интернет-сетевая активность отличается от интернет-поисковой тем, что интернет-сетевая подразумевает более широкие представления о деятельности в виртуальном пространстве. К элементам такой

деятельности можно отнести общение, публичные высказывания; создание и размещение контента; игру и т.д. Тогда как интернет-поисковая активность сосредоточена на поиске новой информации, коммуникативных контактов, возможностей и т.д. На основе полученных ранее данных о способности форм социальной активности взаимодействовать, интегрироваться и образовывать метаформы [6] можно предположить, что в случае, если субъект активности реализует те виды деятельности, которые направлены на активное участие в социально-политическом процессе (социально-политическая активность), в том числе и при помощи поиска актуальной информации социально-политического характера (интернет-поисковая активность), убежденность в контролируемости собственной жизни снижается. Респондент в процессе такого рода активности получает представление о значительном объеме внешних факторов, влияющих на жизненный сценарий через социально-политическую структуру общества, и осознает свою роль в процессе принятия и реализации глобальных социально-политических решений, которые влекут за собой последствия для жизненного сценария субъекта, как малозначимую. С другой стороны, в силу специфических особенностей виртуального пространства [32] активная деятельность, направленная на взаимодействие в виртуальной среде, приводит к росту убеждения в «степени самоконтроля» собственной жизни, поскольку сам субъект такого рода виртуальной активности является творцом виртуальной действительности, который конструирует свое социальное пространство, начиная от коммуникативной составляющей, заканчивая характеристиками и содержанием информационного поля.

Для убеждения «Степень удачи» были получены следующие данные. Основным отрицательным предиктором является образовательно-развивающая активность, это объясняется тем, что активное участие в образовательно-развивающей деятельности повышает уровень образования и общей осведомленности, что приводит к осознанию причинно-следственных связей между явлениями и формирует представления о событиях как о результатах деятельности, что уменьшает уверенность в удаче как в случайном порядке благополучно сложившихся обстоятельств.

Выводы

Таким образом, можно подвести следующие итоги. Региональная идентичность молодежи незначительно определяется формами социальной активности, в которые включена молодежь. Основными предикторами региональной идентичности являются те формы социальной активности, которые реализуются в локальных группах на региональном уровне.

Исходя из показателей дисперсии, формы социальной активности являются наиболее значимыми предикторами таких убеждений, как «Доброта людей» и «Ценность собственного «Я»». Это объясняется тем, что социальная активность как форма деятельности невозможна вне социального контекста и без взаимодействия с другими субъектами активности. Следовательно, социальная активность

наиболее значимо влияет на те убеждения личности, которые в наибольшей степени формируются на основе качества и содержания социального взаимодействия. В случае с «Добротой людей» социальная активность способствует совместной деятельности субъектов активности, на основе которой и формируется оценка доброты и благосклонности людей. В случае с «Ценностью собственного «Я»» некоторые формы социальной активности предполагают включение субъекта активности в формализованные социальные группы, где на убеждения и поведение личности активно влияют социально-психологические групповые параметры, что отражается на самооценке индивидуальности.

Исходя из количественных показателей, наиболее значимыми предикторами из форм социальной активности молодежи для базисных убеждений личности являются интернет-сетевая и субкультурная активность, выступающие предиктором для 3-х базисных убеждений. Интернет-сетевая активность выступает положительным предиктором для таких убеждений, как «Степень самоконтроля», «Случайность происходящего», и отрицательным предиктором для убеждения «Доброта людей». Субкультурная активность является положительным предиктором для убеждения «Доброта людей» и отрицательным предиктором для таких убеждений, как «Случайность происходящего» и «Ценность собственного «Я»».

Литература

1. Авилон Г.М., Кранзеева Е.А., Яницкий Л.С. Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1(33). С. 110–119.
2. Арендачук И.В. Деятельностные характеристики социальной активности молодежи разных возрастных групп // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Акмеология образования. Психология развития. 2020. Т. 9. № 2. С. 148–161. DOI:10.18500/2304-9790-2020-9-2-148-161

3. *Балог А.И.* Влияние социальной активности молодежи на ее позиции на рынке труда // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Т. 3. № 1. С. 55–62.
4. *Балог А.И.* Социальная активность молодежи как фактор ее интеграции в современное общество [Электронный ресурс] // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 29. С. 318–321. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770870.htm> (дата обращения: 20.04.2022).
5. *Березутский Ю.В., Стасюк Е.В.* Региональная идентичность молодежи Хабаровского края и ее «социальные якоря» // Власть и управление на Востоке России. 2022. № 1(98). С. 91–106.
6. *Выготский Л.С.* История развития высших психических функций. М.: Педагогика, 1983. 328 с.
7. *Гальченко А.С.* Методологические проблемы исследования гражданской идентичности как психологического феномена // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2018. Т. 4. № 4. С. 107–117. DOI:10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-10
8. *Григорьева М.В., Шаров А.А., Заграничный А.И.* Структура и мотивация социальной активности и ее соотношение с гражданским самосознанием молодежи // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 142–158. DOI:10.17759/sps.2022130109
9. *Гриценко В.В., Остапенко Л.В., Субботина И.А.* Значимость гражданской, этнической и региональной идентичности для жителей малых российских городов и ее детерминанты // Социальная психология и общество. 2020. Том 11. № 4. С. 165–181. DOI:10.17759/sps.2020110412
10. *Еремина Е.В., Ретинская В.Н.* Региональная и гражданская идентичность: взаимосвязь и механизмы формирования // Социальные и гуманитарные знания. 2016. № 9. С. 190–197.
11. *Залесский Г.Е.* Психология мировоззрения и убеждений личности. М.: Изд-во МГУ, 1994. 138 с.
12. *Казанцев Д.А., Качусов Д.А.* Региональная идентичность в сознании молодежи Сибири и Дальнего Востока // Социальные и гуманитарные знания. 2021. Т. 7. № 2(26). С. 134–145.
13. *Кисляков П.А., Шмелева Е.А.* Психология безопасного просоциального поведения личности. М.: Когито-Центр, 2021. 357 с.
14. *Кобышева Л.И.* Влияние социальной активности на нравственное самоопределение студентов [Электронный ресурс] // Интернет-журнал науковедение. 2013. № 4(17). С. 72. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/73pvn413.pdf> (дата обращения: 29.04.2022).
15. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977. 304 с.
16. *Лодде О.А.* Основные положения субъектно-деятельностного подхода в рамках исследования адаптивности личности // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. 2019. Т. 8. № 4А. С. 175–181. DOI:10.34670/AR.2019.44.4.021
17. *Максимова Л.А., Валиев Р.А., Руженцева Н.Б., Валиева Т.В.* Региональная идентичность в юношеском возрасте как маркер личностной связи с территорией проживания // Психологическая наука и образование. 2019. Т. 24. № 2. С. 82–92. DOI:10.17759/pse.2019240208
18. *Меркурьев Д.В.* Феномен базисных убеждений личности: обзор исследований // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. 2022. № 1(17). С. 71–78. DOI:10.24411/2409-4102-2022-10111
19. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000. 705 с.
20. *Ситаров В.А., Маралов В.Г.* Социальная активность личности (уровни, критерии, типы и пути ее развития) // Знание. Понимание. Умение. 2015. № 4. С. 164–176.
21. *Солдатова Г.У., Шайгерова Л.А., Прокофьева Т.Ю.* Психодиагностика толерантности личности. М.: Смысл, 2008. 112 с.
22. *Сычева Т.Ю.* Социально-психологические установки как фактор, определяющий моральное сознание личности // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2009. № 6. С. 242–249.
23. *Тумакова К.Е.* Региональная идентичность и брендинг как социально-управленческий ресурс // Власть. 2010. № 3. С. 70–73.

24. Усова Н.В. Социально-демографические детерминанты направленности социальной активности современной молодежи // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2019. Т. 18. № 2. С. 15–22. DOI:10.17922/2071-2019-18-2-15-22
25. Хуторная М.А., Баркалова Е.В. Психологический анализ компонентов понятия «мировоззрение» // Перспективы Науки и Образования. 2018. № 2(32). С. 188–191.
26. Цильмак А.Н. Типология жизнедеятельностных установок личности [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование. 2012. № 1. URL: https://psyjournals.ru/files/50199/psyedu_ru_2012_1_Tsilmak.pdf (дата обращения: 29.04.2022).
27. Шамионов Р.М. Социальная активность и склонность к риску студентов с автономным и зависимым типами субъектной регуляции // Социальная психология и общество. 2021. Т. 12. № 1. С. 94–112. DOI:10.17759/sps.2021120107
28. Шамионов Р.М. Соотношение социальной активности и удовлетворенности базовых психологических потребностей, субъективного благополучия и социальной фрустрированности молодежи // Сибирский психологический журнал. 2020. № 77. С. 176–195.
29. Шамионов Р.М. Социальная активность личности и группы: определение, структура и механизмы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2018. Т. 15. № 4. С. 379–394. DOI:10.22363/2313-1683-2018-15-4-379-394
30. Шамионов Р.М., Григорьева М.В., Григорьев А.В. Волевые качества как предикторы значимости социальной активности студентов // Социальная психология и общество. 2019. Том 10. № 1. С. 18–34. DOI:10.17759/sps.2019100102
31. Шамионов Р.М., Невский Е.В. Специфика глазодвигательных реакций и ценностей как предикторов социальной активности студентов // Перспективы науки и образования. 2020. № 3. С. 294–307. DOI:10.32744/pse.2020.3.22
32. Zagranchniy A.I. Study of the correlation of factors affecting frequency of social activity transfer from virtual environment to real-world environment and vice versa people // SHS Web Conf. Trends in the Development of Psycho-Pedagogical Education in the Conditions of Transitional Society (ICTDPP-2019). 2019. Vol. 70. P. 08046. DOI:10.1051/shsconf/20197008046

References

1. Avilov G.M., Kranzeeva E.A., YAnickij L.S. Regional'naya identichnost' molodezhi i problema formirovaniya imidzha regiona [Regional identity of youth and the problem of forming the image of the region]. *Professional'noe obrazovanie v Rossii i za rubezhom = Professional Education in Russia and Abroad*, 2019, no. 1(33), pp. 110–119. (In Russ.).
2. Arendachuk I.V. Deyatel'nostnye kharakteristiki sotsial'noi aktivnosti molodezhi raznykh vozrastnykh grupp [Activity characteristics of social activity of young people of different age groups]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = News of Saratov University. New series. Series: Acmeology of Education. Developmental Psychology*, 2020. Vol. 9, no. 2, pp. 148–161. DOI:10.18500/2304-9790-2020-9-2-148-161 (In Russ.).
3. Balog A.I. Vliyaniye social'noj aktivnosti molodyozhi na eyo pozitsii na rynke truda [The influence of social activity of young people on its position on the labour market]. *Social'nye i gumanitarnye znaniya = Social and humanitarian knowledge*, 2017. Vol. 3, no. 1, pp. 55–62. (In Russ.).
4. Balog A.I. Social'naya aktivnost' molodyozhi kak faktor eyo integracii v sovremennoe obshchestvo [Elektronnyj resurs] [Social activity of youth as a factor of its integration into modern society]. *Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal Koncept = Scientific and methodological electronic journal Koncept*, 2017. Vol. 29, pp. 318–321. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770870>. HTML (Accessed 20.04.2022).
5. Berezutskij YU.V., Stasyuk E.V. Regional'naya identichnost' molodezhi habarovskogo kraya i ee «social'nye yakorya» [Regional identity of the youth of the Khabarovsk Territory and its «social

- anchors»]. *Vlast' i upravlenie na Vostoke Rossii = Power and management in the East of Russia*, 2022, no. 1(98), pp. 91–106. (In Russ.).
6. Vygot'skij L.S. Istorija razvitiya vysshih psicheskikh funkcij [History of Development of Higher Mental Functions]. Moscow: Pedagogika Publ., 1983. Vol. 3. 328 p.
7. Gal'chenko A.S. Metodologicheskie problemy issledovaniya grazhdanskoj identichnosti kak psichologicheskogo fenomena [Methodological problems of research of civil identity as a psychological phenomenon]. *Nauchnyi rezul'tat. Pedagogika i psichologiya obrazovaniya = Scientific Result. Education and psychology of education*, 2018, no. 4, pp. 107–117. DOI:10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-10 (In Russ.).
8. Grigoryeva M.V., Sharov A.A., Zagranichnij A.I. Struktura i motivaciya social'noj aktivnosti i ee sootnoshenie s grazhdanskim samosoznaniem molodezhi [The Structure of Social Activity and its Correlation with the Civic Consciousness of Young People]. *Sotsial'naya psichologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 1, pp. 142–158. DOI:10.17759/sps.2022130109 (In Russ.).
9. Gritsenko V.V., Ostapenko L.V., Subbotina I.A. Znachimost' grazhdanskoj, etnicheskoi i regional'noj identichnosti dlya zhitelej malyh rossijskih gorodov i ee determinanty [The Importance of Civil, Ethnic and Regional Identity for Residents from Small Russian Towns and its Determinants]. *Sotsial'naya psichologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 4, pp. 165–181. DOI:10.17759/sps.2020110412 (In Russ.).
10. Eremina E.V., Retinskaya V.N. Regional'naya i grazhdanskaya identichnost': vzaimosvyaz' i mekhanizmy formirovaniya [Regional and civic identity: interrelation and mechanisms of formation]. *Social'nye i gumanitarnye znaniya = Social and humanitarian knowledge*, 2016, no. 9, pp. 190–197. (In Russ.).
11. Zalesskij G.E. Psihologiya mirovozzreniya i ubezhdenij lichnosti [Psychology of a person's worldview and beliefs]. Moscow: MGU Publ., 1994. 138 p.
12. Kazancev D.A., Kachusov D.A. Regional'naya identichnost' v soznanii molodezhi Sibiri i Dal'nego Vostoka [Regional identity in the minds of the youth of Siberia and the Far East]. *Social'nye i gumanitarnye znaniya = Social and humanitarian knowledge*, 2021. Vol. 7, no. 2(26), pp. 134–145. (In Russ.).
13. Kislyakov P.A., Shmeleva E.A. Psihologiya bezopasnogo prosocial'nogo povedeniya lichnosti [Psychology of safe prosocial behavior of a person]. Moscow: Cogito-Center Publ., 2021. 357 p.
14. Kobysheva L.I. Vliyanie social'noj aktivnosti na nraivstvennoe samoopredelenie studentov [Elektronnyj resurs] [The influence of social activity on the moral self-determination of students]. *Internet-zhurnal naukovedenie = Online journal of Science Studies*, 2013, no. 4(17), p. 72. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/73pvn413.pdf> (Accessed 21.04.2022).
15. Leont'ev A.N. Deyatel'nost'. Soznanie. Lichnost [Activity. Conscience. Personality]. Moscow: Politizdat Publ., 1977. 304 p.
16. Lodde O.A. Osnovnye polozheniya sub'ektno-deyatelnostnogo podhoda v ramkah issledovaniya adaptivnosti lichnosti [The main provisions of the subject-activity approach in the framework of the study of personality adaptability]. *Psihologiya. Istoriko-kriticheskie obzory i sovremennye issledovaniya = Psychology. Historical-critical Reviews and Current Researches*, 2019, no. 8(4A), pp. 175–181. DOI:10.34670/AR.2019.44.4.021 (In Russ.).
17. Maksimova L.A., Valiev R.A., Ruzhenceva N.B., Valieva T.V. Regional'naya identichnost' v yunosheskom vozraste kak marker lichnostnoj svyazi s territoriej prozhivaniya [Regional identity in adolescence as a marker of personal connection with the territory of residence]. *Psihologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2019. Vol. 24, no. 2, pp. 82–92. DOI:10.17759/pse.2019240208 (In Russ.).
18. Merkur'ev D.V. Fenomen bazisnyh ubezhdenij lichnosti: obzor issledovanij [The phenomenon of personal basic beliefs: a review of research]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Obrazovanie i zdravoohranenie = Bulletin of Chelyabinsk State*

- University. Education and Healthcare*, 2022, no. 1(17), pp. 71–78. DOI:10.24411/2409-4102-2022-10111 (In Russ.).
19. Rubinshtejn S.L. *Osnovy obshchej psikhologii* [Fundamentals of general psychology]. Saint Petersburg: Piter Publ., 2000. 705 p.
20. Sitarov V.A., Maralov V.G. Social'naya aktivnost' lichnosti (urovni, kriterii, tipy i puti ee razvitiya) [A person's social activity (levels, types, criteria and ways of development)]. *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Skill*, 2015, no. 4, pp. 164–176. (In Russ.).
21. Soldatova G.U., Shajgerova L.A., Prokof'eva T.Yu. et al. *Psihodiagnostika tolerantnosti lichnosti* [Psychodiagnostics of personality tolerance]. Moscow: Smysl, 2008. 112 p. (In Russ.).
22. Sychyova T.YU. Social'no-psihologicheskie ustanovki kak faktor, opredelyayushchij moral'noe soznanie lichnosti [Socio-psychological attitudes as a factor determining the moral consciousness of the individual]. *Interekspo Geo-Sibir' = Interexpo Geo-Siberia*, 2009, no. 6, pp. 242–249. (In Russ.).
23. Tumakova K.E. Regional'naya identichnost' i brending kak social'no-upravlencheskij resurs [Regional identity and branding as a socio-managerial resource]. *Vlast' = Power*, 2010, no. 3, pp. 70–73. (In Russ.).
24. Usova N.V. Sotsial'no-demograficheskie determinanty napravlenosti sotsial'noi aktivnosti sovremennoi molodezhi [Socio-demographic determinants of the orientation of social activity of modern youth]. *Uchenye zapiski Rossiiskogo gosudarstvennogo sotsial'nogo universiteta = Scientific notes of the Russian State Social University*, 2019. Vol. 18, no. 2, pp. 15–22. DOI:10.17922/2071-2019-18-2-15-22 (In Russ.).
25. Hutornaya M.A., Barkalova E.V. Psihologicheskij analiz komponentov ponyatiya «mirovozzrenie» [Psychological analysis of the components of the concept «worldview»]. *Perspektivy Nauki i Obrazovaniya = Prospects of Science and Education*, 2018, no. 2(32), pp. 188–191. (In Russ.).
26. Cil'mak A.N. Tipologiya zhiznedeyatel'nostnyh ustanovok lichnosti [Elektronnyj resurs] [Typology of life-activity attitudes of personality]. *Psihologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2012, no. 1. URL: https://psyjournals.ru/files/50199/psyedu_ru_2012_1_Tsil'mak.pdf (Accessed 04/29/2022).
27. Shamionov R.M. Sotsial'naya aktivnost' i sklonnost' k risku studentov s avtonomnym i zavisimym tipami sub"ektnoi regulyatsii [Social activity and risk propensity of students with autonomous and dependent types of subject regulation]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2021. Vol. 12, no. 1, pp. 94–112. DOI:10.17759/sps.2021120107 (In Russ.).
28. Shamionov R.M. Sootnoshenie sotsial'noi aktivnosti i udovletvorennosti bazovykh psikhologicheskikh potrebnosti, sub"ektivnogo blagopoluchiya i sotsial'noi frustrirovannosti molodezhi [Ratio of social activity to satisfaction of basic psychological needs, subjective well-being and social frustration of youth]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal = Siberian Psychological Journal*, 2020, no. 77, pp. 176–195. (In Russ.).
29. Shamionov R.M. Sotsial'naya aktivnost' lichnosti i gruppy: opredelenie, struktura i mekhanizmy [Social activity of the individual and group: definition, structure and mechanisms]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Psikhologiya i pedagogika = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Psychology and Pedagogy*, 2018. Vol. 15, no. 4, pp. 379–394. DOI:10.22363/2313-1683-2018-15-4-379-394 (In Russ.).
30. Shamionov R.M., Grigoryeva M.V., Grigoryev A.V. Volevye kachestva kak prediktory znachimosti social'noj aktivnosti studentov [Volitional qualities as predictors of the importance of social activity of students]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2019. Vol. 10, no. 1, pp. 18–34. DOI:10.17759/sps.2019100102 (In Russ.).
31. Shamionov R.M., Nevskii E.V. Spetsifika glazodvigatel'nykh reaktsii i tsennosti kak prediktorov sotsial'noi aktivnosti studentov [Specificity of oculomotor reactions and values as

predictors of social activity of students]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya = Science and education perspectives*, 2020, no. 3, pp. 294–307. DOI:10.32744/pse.2020.3.22 (In Russ.).

32. Zagranichniy A.I. Study of the correlation of factors affecting frequency of social activity transfer from virtual environment to real-world environment and vice versa people. *Trends in the Development of Psycho-Pedagogical Education in the Conditions of Transitional Society (ICTDPP-2019)*, SHS Web Conf., 2019. Vol. 70, p. 08046. DOI:10.1051/shsconf/20197008046

Информация об авторах

Григорьева Марина Владимировна, доктор психологических наук, профессор, заведующая кафедрой педагогической психологии и психодиагностики, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2541-2186>, e-mail: grigoryevamv@mail.ru

Шаров Алексей Александрович, кандидат психологических наук, доцент кафедры педагогической психологии и психодиагностики, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0635-1413>, e-mail: sha555da@mail.ru

Заграничный Антон Игоревич, ассистент кафедры социальной психологии образования и развития, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»), г. Саратов, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1383-9430>, e-mail: zagr.93@inbox.ru

Information about the authors

Marina V. Grigoryeva, Doctor of Psychology, Professor, Head of the Department of Educational Psychology and Psychodiagnostics, Saratov State University, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2541-2186>, e-mail: grigoryevamv@mail.ru

Aleksei A. Sharov, PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Educational Psychology and Psychodiagnostics, Saratov State University, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0635-1413>, e-mail: sha555da@mail.ru

Anton I. Zagranichniy, Assistant of the Department of Social Psychology of Education, Saratov State University, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1383-9430>, e-mail: zagr.93@inbox.ru

Получена 11.06.2022

Received 11.06.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

Диспозиционные предикторы конфликтоустойчивости студентов

Лепехин Н.Н.

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9160-0519>, e-mail: n.lepehin@spbu.ru**

Круглов В.Г.

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8282-5476>, e-mail: v.kruglov@spbu.ru**

Круглова М.А.

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7959-7097>, e-mail: m.kruglova@spbu.ru**

Тихомирова Н.В.

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-8800>, e-mail: gipsr.tikhomirova@yandex.ru**

Яшина М.А.

**ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»
(ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0909-5558>, e-mail: yashina.margarita.99@mail.ru**

Цель. Изучение диспозиционных предикторов конфликтоустойчивости студентов.

Контекст и актуальность. На фоне последствий самоизоляции и ограничений реального общения актуальным является исследование устойчивости к конфликтам как характеристики социального самоопределения. Изучение диспозиционных предикторов конфликтоустойчивости позволяет создать научно обоснованные программы по ее формированию у студентов.

Дизайн исследования. Было изучено влияние выраженности стресса, агрессии, эмпатии, асертивности на конфликтоустойчивость студентов. Проверка статистических гипотез осуществлялась посредством подтверждающего факторного анализа и метода моделирования структурными уравнениями (SEM).

Участники. Выборку составили студенты естественных и гуманитарных факультетов СПбГУ в количестве 205 человек: 156 девушек (76%) и 49 юношей (24%) в возрасте от 17 до 27 лет, медиана – 19 лет.

Методы (инструменты). Тест асертивности личности (В.П. Шейнов); Шкала психологического стресса PSM-25 (Н.Е. Водопьянова); Опросник диагностики эмпатии (А. Мехрабиен, Н. Эпштейн); Методика диагностики показателей и форм агрессии (А. Басс, А. Дарки); Тест опережения уровня конфликтоустойчивости (Н.П. Фетискин и др.).

Результаты. В результате факторного анализа переменные «стресс», «враждебность», «раздражение» были объединены в фактор «паранойяльность» (подозрительность, мнительность, обидчивость, стресс и раздражительность). Переменные «вербальная агрессия», «физическая агрессия», «косвенная агрессия» и «негативизм» объединены в фактор «агрессия»

(противоречие нормам общества и направленность на причинение вреда окружающим). Переменные «эмпатия», «ассертивность» (–), «вина» объединены в фактор «терпимость» (сопереживание, стремление понять причины поведения другого, уступчивость и аутоагрессия из-за регулярного жертвования собственными интересами). Выявлено совместное влияние данных факторов на конфликтустойчивость, суммарная дисперсия – 55%. «Паранойяльность» и «агрессия» снижают конфликтустойчивость и способствуют конфликтостремлению, «терпимость» усиливает конфликтустойчивость, но при высоких значениях вызывает конфликтоизбегание.

Основные выводы. Психологические диспозиции, влияющие на конфликтустойчивость, могут быть объединены в три фактора: «паранойяльность», «агрессия», «терпимость», оказывающие разнонаправленное влияние. «Паранойяльность» и «агрессия» способствуют поведению конфликтостремления и снижают конфликтустойчивость. «Терпимость» повышает конфликтустойчивость, но способствует конфликтоизбеганию. Динамика конфликтустойчивости может быть описана инвертированной V-образной кривой, которая показывает, что конфликтустойчивость возникает в результате баланса выделенных факторов.

Ключевые слова: студенты, ассертивность, эмпатия, стресс, агрессия, конфликтустойчивость, конфликтостремление, конфликтоизбегание.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта «Концепция устойчивого развития команд в организации», № 22-28-01232, <https://rscf.ru/project/22-28-01232/> в Санкт-Петербургском государственном университете.

Для цитаты: Лепехин Н.Н., Круглов В.Г., Круглова М.А., Тихомирова Н.В., Яшина М.А. Диспозиционные предикторы конфликтустойчивости студентов // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 92–110. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140106>

Dispositional Predictors of Students' Conflict Resilience

Nikolai N. Lepekhin

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9160-0519>, e-mail: n.lepehin@spbu.ru

Vladimir G. Kruglov

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8282-5476>, e-mail: v.kruglov@spbu.ru

Marina A. Kruglova

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7959-7097>, e-mail: m.kruglova@spbu.ru

Nadezhda V. Tikhomirova

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-8800>, e-mail: gipsr.tikhomirova@yandex.ru

Margarita A. Iashina

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0909-5558>, e-mail: yashina.margarita.99@mail.ru

Objective. The study of dispositional predictors of students' conflict resilience.

Background. Against the background of the consequences of self-isolation and the limitations of real communication, it is relevant to study resilience to conflicts as an important communicative and

professional characteristic of social self-determination. The study of dispositional predictors of conflict resilience allows creating scientifically based programs for its formation among students.

Study design. *The influence of the severity of stress, aggression, empathy, assertiveness and other independent variables on conflict resilience, considered as a dependent variable, was studied. Statistical hypotheses were verified by means of factor analysis and structural equation modeling (SEM).*

Participants. *The sample consisted of students of the natural sciences and humanities faculties of St. Petersburg State University in the number of 205 people, 49 of them men (24%) and 156 women (76%), aged 17 to 27 years, the median value is 19 years.*

Methods (tools). *Questionnaire Determination of the level of conflict resilience (N.P. Fetiskin, V.V. Kozlov, G.M. Manuilov); Personality assertiveness test (V.P. Sheinov); PSM-25 psychological stress scale, in adaptation by Vodopyanova N.E.; diagnostic questionnaire for empathy A. Mehrabian, N. Epstein; diagnostic questionnaire for indicators and forms of aggression A. Bass, A. Darkey.*

Results. *Because of confirmatory factor analysis, the variables stress, hostility, irritation were combined into the factor “paranoia” (suspicion, suspiciousness, resentment, stress and irritability). The variables verbal, physical, indirect types of aggression and negativism are combined into the factor “aggressiveness” (contradiction to the norms of society and the focus on causing harm to others). The variables empathy, assertiveness (–), guilt are combined into the “tolerance” factor (empathy, the desire to understand the reasons for the behavior of another, compliance and auto-aggression due to regular sacrifice of one’s own interests). The joint influence of these factors on conflict resistance was revealed, the total variance is 55%. “Paranoia” and “aggression” reduce conflict resilience and promote conflict striving, “tolerance” enhances conflict resilience, but at high values, causes conflict avoidance.*

Conclusions. *Psychological dispositions that affect conflict resilience can be combined into three factors: paranoia, aggression, tolerance, which have a multidirectional effect. Paranoia and aggression promote conflict-seeking behavior and reduce conflict resilience. Tolerance increases conflict resilience, but contributes to conflict avoidance. This conflict resilience dynamics can be described by an inverted V-shaped curve, which shows that conflict resilience arises because of a balance of the identified factors.*

Keywords: *students, conflict resilience, assertiveness, empathy, stress, aggression.*

Funding. The reported study was funded by Russian Science Foundation, project number 22-28-01232, <https://rscf.ru/project/22-28-01232/> at the St. Petersburg State University.

For citation: Lepekhina N.N., Kruglov V.G., Kruglova M.A., Tikhomirova N.V., Iashina M.A. Dispositional Predictors of Students’ Conflict Resilience. *Sotsial’naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 92–110. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140106> (In Russ.).

Введение

Последствием ограничений социальной и физической активности в 2020–2021 гг. стало повышение уровня социального стресса. Исследователи отметили следующие тенденции: повышенный уровень одиночества, стресса, тревожности, депрессии, страха, симптомы интернализации, нарушение регуляции эмоций, повышение конфликтности и случаев насилия [30].

В данной связи актуальным является замечание Ф. Глазла, что в случае серьез-

ных общественных потрясений недостаточно использование только политических и экономических мер. «Лучшее решение состоит в развитии у многих людей социальных способностей, чтобы в конфликтных ситуациях они, насколько это возможно, были способны помочь себе сами» [26, с. 9].

Исследование конфликтоустойчивости в любой социальной структуре должно учитывать межуровневые взаимодействия и связи и поэтому должно

начинаться с факторов индивидуально-го уровня [36]. Признается необходимость «исследований, направленных на углубление понимания факторов возникновения и динамического развития конфликтного взаимодействия», среди которых важное значение играют негативные эмоции, аттитюды и личностные диспозиции, отвечающие за развертывание сценария конфликтного взаимодействия [23, с. 161–162].

Конфликтоустойчивость студентов как фактор позитивного социального самоопределения. Согласно Дж. Хекман, академические компетенции («hardskills») необходимы, но недостаточны, чтобы обеспечить достижение жизненных целей. Особую роль в достижении этих целей играют универсальные навыки («softskills»), используемые вместе с «hardskills» и дополняющие их. Эти навыки позволяют ориентироваться в социуме, сотрудничать с другими, конструктивно принимать совместные решения и достигать общих целей [37]. Студенты должны приобретать универсальные компетенции, одной из которых является конфликтоустойчивость.

Ю.П. Платонов отмечает, что конфликты молодых людей порождаются «обостренным чувством собственного достоинства, максимализмом, категоричностью критериев оценок фактов, событий, своего поведения, а в целом, недостаточно высоким уровнем Я-концепции» [20, с. 252].

Для снижения конфликтности в социуме образовательные программы должны быть направлены на развитие компетенций, связанных с конфликтоустойчивостью [3]. М.В. Ланских и соавторы пишут о целесообразности внедрения в систему профессиональной подготовки программ, направленных на формирование высокого уровня конфликтоустойчиво-

сти [11]. Отмечается необходимость научить студентов находить конструктивные способы разрешения конфликтных ситуаций на конкретных примерах [25]. М.М. Кашапов считает, что конфликтоустойчивость играет значительную роль в процессе адаптации будущих специалистов, которые должны быть готовы к определенным затруднениям конфликтного типа, возникающим в их деятельности [16]. Признается, что управление конфликтами является одной из важнейших функций конкурентоспособных выпускников как будущих сотрудников и руководителей организаций [39]. Конфликтоустойчивость является «важным качеством современного специалиста, которое помогает эффективно взаимодействовать, строить отношения, принимать разумные решения в непростых ситуациях» [15, с. 126].

Работодатели ожидают от будущего работника грамотного поведения в конфликте и ориентацию на сотрудничество. Для формирования конфликтоустойчивости предлагается обучать студентов работе в команде, обсуждению чужих точек зрения, учету интересов сторон, толерантности, разрешению конфликтов [41]. Игнорирование конфликта негативно сказывается на работе, поскольку «тлеющие» конфликты поглощают эмоциональную энергию и внимание, отрицательно влияя на прогресс проекта, однако если динамика не выходит из-под контроля и конфликты решаются осознанно, они способствуют развитию компетенций [38].

Недостаток конфликтоустойчивости усиливается при сокращении сферы непосредственного общения. Онлайн копинг-стратегия в ответ на негативный опыт реального взаимодействия нередко становится самым привычным и единственным способом совладания со

стрессом. Происходит преодоление гнева, страха и других негативных эмоций, но при этом не решается реальная проблема. Привычка к анонимному общению через интернет приводит к отмиранию навыков обсуждения лицом к лицу и уходу от решения проблем, что способствует закреплению конфликтоизбегания [32]. Сокращение сфер непосредственного общения может приводить к деструкции социального капитала как структуры, в которой уменьшается значение потребностей в принятии, любви, близости и заботе и нарастает отчужденность индивидов, рассматривающих других как социальную вещь [17]. Формирование диспозиций конфликтоустойчивости способствует социальному самоопределению студентов и оказывает влияние на культуру разрешения конфликтов в социуме [10].

Конфликтоустойчивость как интегральная характеристика поведения. Конфликтоустойчивое поведение находится в диапазоне между конфликтоизбеганием и конфликтостремлением [34]. Феноменология форм поведения в конфликте и механизмы их возникновения подробно изложены в современной литературе [8]. Обе крайности поведения в конфликте придают конфликту деструктивный характер, поскольку противоречия, лежащие в основе конфликта, не находят конструктивного разрешения [21, с. 39]. В организационной культуре наряду с деструктивными конфликтами присутствуют боязнь конфликта, стереотип, что конфликт несет в себе только негативные функции и способствует разрушению организации [12]. Конфликтоустойчивость занимает положение «золотой середины», которая, не замалчивая проблему и не разрушая отношения, позволяет конструктивно разрешать имеющиеся противоречия.

Д. Айзенберг описывает устойчивость как действия, направленные на управление поведением в условиях угроз, смысл которых не только в сопротивлении негативному сценарию, но и в том, чтобы вернуться в оптимальное состояние [33]. П. Аалл и К.А. Крокер описывают три основных способа устойчивого поведения: сопротивление конфликту; адаптация к конфликту при сохранении своей идентичности; радикальный сдвиг в структуре поведения при сохранении основной цели деятельности [28].

Психологическая устойчивость — это «сохранение оптимального функционирования психики в условиях фрустрирующего и стрессогенного воздействия трудных ситуаций» [2, с. 218]. Конфликтоустойчивость — «это специфическое проявление психологической устойчивости <...> способность оптимально организовать свое поведение в трудных ситуациях социального взаимодействия, бесконфликтно решать возникшие проблемы в отношениях с другими людьми» [2, с. 219–220]. На низком уровне устойчивости конфликт развивается из-за небольших противоречий, а на высоком — происходит сопротивление эскалации конфликта и конструктивное урегулирование противоречий [11]. Интегральную конфликтоустойчивость в социальных ситуациях обеспечивают мотивационный, эмоциональный, волевой, психомоторный компоненты [18].

Итак, конфликтоустойчивость — это поведение, связанное с сохранением психологического равновесия в конфликте, противодействием его эскалации, обсуждением и разрешением противоречий, позитивным изменением отношений сторон. Конфликтоустойчивость опирается на эмоциональные, коммуникативные, волевые диспозиции, определяющие конструктивное поведение на микро- и макроуровнях [13; 14].

Диспозиционные предикторы конфликтоустойчивости. Общим предиктором конфликтоустойчивости является эгоцентризм, который стремится защитить Я субъекта: или агрессивным путем, или путем избегания. Эгоцентризм мешает рассмотреть иные точки зрения, а сосредоточенность на своей защите не дает увидеть ресурсы для преодоления конфликта [34].

Г. Нотлаерс отмечает различие конфликтного поведения и агрессии. Конфликт может предполагать позитивные последствия, а агрессия совершается с прямым намерением причинить вред другому [40]. Конфликтоустойчивость направлена на отстаивание своих интересов, но она не перерастает в агрессивность к оппоненту.

Среди диспозиций, прогнозирующих высокий уровень конфликтоустойчивости, выделяют эмпатию и ассертивность [3]. Эмпатия как противоположность эгоцентризму способствует продуктивному разрешению конфликтов в молодежной среде, и чем выше у человека развита способность сочувствовать, сопереживать, ставить себя на место партнера по коммуникации, тем больше доверия и отклика у окружающих это вызывает [31]. Исследование участников молодежных клубов показало, что чем выше способность к эмпатии, тем реже юноша или девушка создают конфликты в общении [14].

Ассертивность предполагает уверенное выражение чувств и мыслей; конструктивную обратную связь; отстаивание своих интересов без ущемления интересов окружающих [27]. Ассертивность наряду с оптимизмом, стрессоустойчивостью, эмпатией является предиктором высокого уровня эмоционального интеллекта [29]. Также обнаружена положительная связь ассертивности и стрессоустойчивости [35].

Конфликтоустойчивость основывается на психологической устойчивости как способности справиться со стрессом [2, с. 218]. Стрессоустойчивость определяется как способность переносить значительные интеллектуальные, волевые и эмоциональные нагрузки. Студенты, обладающие высокой стрессоустойчивостью, не склонны к проявлению конфликтных намерений, и поэтому стрессоустойчивость можно рассматривать в качестве диспозиционного предиктора конфликтоустойчивости [1].

Теоретический анализ позволяет выдвинуть гипотезу, что диспозиционными предикторами конфликтоустойчивости студентов являются эмпатия, ассертивность, стрессоустойчивость и низкий уровень агрессивности.

Организация и методы эмпирического исследования

Целью эмпирического исследования явилось изучение влияния эмпатии, ассертивности, стрессоустойчивости и агрессивности на конфликтоустойчивость, а также оценка вклада данных переменных как предикторов конфликтоустойчивости студентов.

Выборка исследования. Выборку составили студенты естественных и гуманитарных факультетов СПбГУ в количестве 205 человек, из них — 49 мужчин (24%) и 156 женщин (76%) в возрасте от 17 до 27 лет, мода и медиана — 19 лет. Студенты 1-5 курсов бакалавриата и специалитета составили 85% выборки, а магистратуры — 15%.

Схема проведения исследования. Сбор данных осуществлялся с помощью онлайн google-формы. Ссылка в социальной сети «ВКонтакте» распространялась по научным обществам и советам биологического, медицинского, физического, юридического, филологического и дру-

гих факультетов СПбГУ. Google-форма включала: приветствие, демографическую анкету, шесть блоков вопросов с инструкциями, предложение получить обратную связь, благодарность за участие.

Методики исследования. Анкета демографического характера: пол, возраст, курс обучения, а также вопросы о количестве конфликтов в месяц.

«Опросник для диагностики способности к эмпатии» А. Мехрабиена, Н. Эпштейна: включал 33 утверждения, с которыми следует согласиться либо не согласиться. Оценивался уровень способности к эмпатии: очень низкий, низкий, средний и высокий, границы уровней сдвигались в зависимости от пола респондента [19].

«Тест ассертивности» (В.П. Шейнов): предлагалось оценить по 4-балльной шкале встречаемость в своей жизни 26 ситуаций; определялся характер поведения: зависимый; ассертивный; агрессивный [27].

«Шкала психологического стресса PSM-25» в адаптации Н.Е. Водопьяновой: предлагалось оценить по 8-балльной шкале 25 описаний стресса; определялись низкий, средний и высокий уровни стресса [7].

«Методика диагностики показателей и форм агрессии» А. Басса, А. Дарки: предлагалось выразить свое согласие или несогласие по 75 утверждениям. Определялись оценки по восьми шкалам: физическая агрессия; косвенная агрессия; раздражение; негативизм; обида; подозрительность; вербальная агрессия; чувство вины [26].

«Определение уровня конфликтостойчивости» (Н.П. Фетискин и др.): 10 пар полярных суждений относительно поведения в ситуациях спора оценивались по 5-балльной шкале; определялся уровень устойчивости к конфликтам:

высокий, средний, низкий (конфликтность) и очень низкий (выраженная конфликтность).

Результаты использования методики описаны в статьях [11; 12; 22; 25; 26]. Наивысшие баллы по опроснику соответствуют конфликтоизбеганию («уклоняюсь от спора», «уступаю в споре»), а самые низкие баллы соответствуют конфликтостремлению («рвусь в спор», «легко завожусь»), и только средние баллы определяют конфликтоустойчивость. В качестве групп были выделены респонденты с высоким, средним и низким уровнями конфликтостойчивости по тесту. Дисперсионный анализ выявил статистические различия трех групп ($N = 205$, $F = 38,57$, $p < 0,000$), что позволило обосновать возможность диагностики трех форм поведения:

– конфликтоизбегание, боязнь конфликтов, предпочтение стратегии избегания и приспособления – 40–50 баллов;

– конфликтостойчивость, ориентация личности на сотрудничество или компромисс в решении противоречий, понимание, что конфликт имеет и конструктивные функции – 30–39 баллов;

– конфликтостремление, ориентация на соперничество – 20–29 баллов.

Методы математико-статистической обработки данных.

Распределение измеряемых переменных удовлетворяет проверке на нормальность по критерию Колмогорова-Смирнова ($p > 0,05$) и другим, что позволило применить методы факторного анализа. Эксплораторный факторный анализ (ЭФА) был применен для снижения размерности входных переменных. Конфирматорный факторный анализ (КФА) использовался для построения уточненной факторной модели. Моделирование структурными уравнениями позволило

объединить результаты факторного и регрессионного анализов и представить итоговую структурную модель предикторов конфликтоустойчивости. Для обработки данных применялись программы SPSS Statistics и AMOS 22.0.

Результаты

Количество конфликтов: 46% студентов имеют в месяц 1 и менее конфликтов, 47% — 2–5 конфликтов, 7% — 6 и более конфликтов, от 35 до 50% конфликтов происходят в учебной группе.

Причины конфликтов:

— недопонимание между одногруппниками, разногласия, разные мнения, восприятие ситуации, двусмысленные фразы, неудачные шутки — 22%;

— особенности характеров и темпераментов — агрессивность, грубость, эгоизм, борьба за лидерство, демонстративность, повышенная инициативность, низкий уровень ответственности, чрезмерная активность, наглость, импульсивность, навязчивость, надменность, мнительность, невнимательность, тревожность — 14%;

— полярные мнения, нетерпимость к другой точке зрения, столкновение ценностных ориентаций и мировоззрений, различная мотивация обучения — 8%;

— неумение работать в группе, распределение обязанностей, затаенность обсуждений, борьба за статус и влияние — 12%;

— отсутствие переговорных компетенций, чувства такта, эмпатии, личные столкновения — 6%;

— организация учебного процесса: поведение преподавателей, отношение к преподавателю и борьба за его внимание, температура и проветривание в аудитории, распределение учебников, искажение информации при передаче заданий преподавателя — 11%.

Различия между юношами и девушками. Показатели переживаемого стресса, эмпатии, чувства вины и конфликтоустойчивости у девушек выше, чем у юношей. У юношей больше, чем у девушек, выражены показатели assertивности, вербальной и физической агрессии (t -критерий, $0,05 > p > 0,001$).

Возрастные различия. Дисперсионный анализ показателей групп 17–19 лет, 20–22 года, 23–27 лет обнаружил снижение уровня переживаемого стресса, возрастание показателей assertивности и косвенной агрессии ($0,05 > p > 0,01$). Других значимых возрастных различий обнаружено не было.

Различия выраженности стресса, assertивности и конфликтоустойчивости у студентов бакалавриата и магистратуры. У студентов магистратуры по сравнению с бакалаврами меньше выражен уровень переживаемого стресса, более высокий показатель assertивности, а также показатель конфликтоустойчивости (t -критерий; $0,05 > p > 0,01$). По остальным показателям статистических различий не обнаружено.

Определение факторов конфликтоустойчивости посредством факторного анализа: ЭФА и КФА. Для факторизации входных переменных использовался метод максимального правдоподобия с показателями: КМО = 0,752; критерий Бартлетта — хи-квадрат = 687,7 при $p < 0,001$ и выделено три фактора с полнотой факторизации 55%. В связи с наличием переменных в разных факторах был проведен подтверждающий факторный анализ (КФА) и получена факторная модель с критериями согласия: хи-квадрат = 27,836; $df = 21$; $p = 0,145$; $CMIN/df = 1,326$; $GFI = 0,974$; $AGFI = 0,933$; $CFI = 0,99$; $RMSEA = 0,04$, которая позволяет дать описание факторов и их интерпретацию.

Фактор 1 объединил стресс, раздражение (вспыльчивость, грубость), враждебность как интеграцию обиды и подозрительности (недоверия, осторожности по отношению к людям, опасения, что они могут нанести вред), объясняет 22% дисперсии. Этот фактор можно назвать «Паранойяльность» — склонность усматривать у окружающих людей агрессивные проявления без достаточных на то оснований, повышенная подозрительность и болезненная обидчивость, влекущие за собой психологическую напряженность и раздражительность.

Фактор 2 объединил раздражение, негативизм (протестность), физическую, вербальную и косвенные формы агрессии, объясняет 21% дисперсии. Этот фактор можно назвать «Агрессия» — предрасположенность к поведению, противоречащему нормам сосуществования людей, направленному на причинение физического и/или морального вреда окружающим.

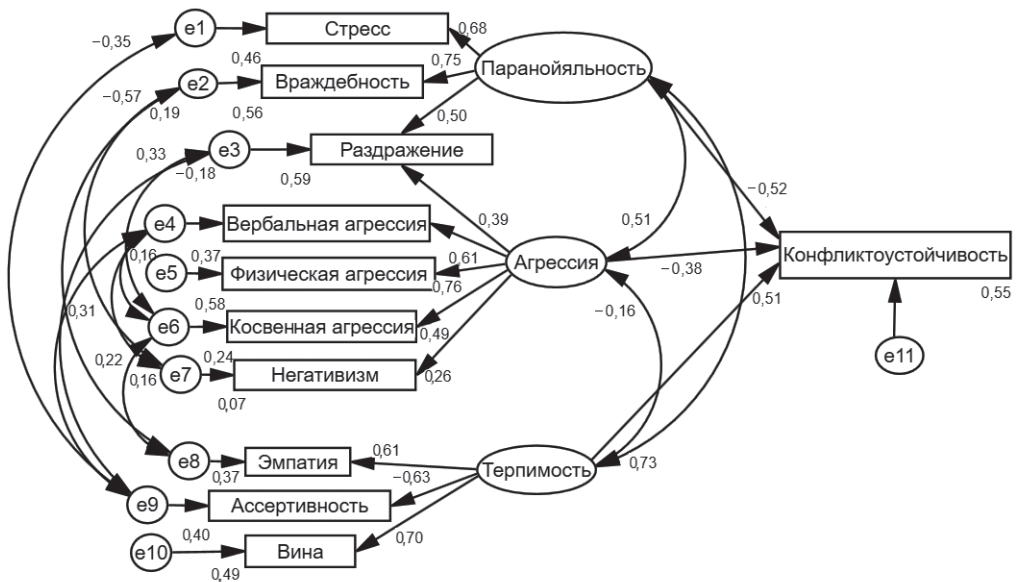
Фактор 3 объединил эмпатию, вину (аутоагрессию) и склонность к зависимому поведению (ассертивность с отрицательным знаком), объясняет 12% дисперсии. Этот фактор можно назвать «Терпимость» — способность к сопереживанию и стремление понять причины чужого поведения, уступчивость и жертвование своими интересами, внутренняя напряженность в связи с регулярным отказом от своих интересов в пользу окружающих.

Построение структурной модели диспозиционных предикторов конфликтоустойчивости. Структурная модель конфликтоустойчивости получена в программной среде AMOS (Analysis of Moment Structures) с критериями согласия: хи-квадрат = 41,685; $df = 30$; $p = 0,076$; $RMSEA = 0,044$, что подтверждает состоятельность модели и возможность ее интерпретации.

Модель представлена на рис. 1. Слева направо показаны: входные переменные (прямоугольники); факторы, выделенные в результате КФА (овалы); выходная переменная — конфликтоустойчивость (прямоугольник с коэффициентом 0,55, показывающим, что выделенные факторы суммарно объясняют 55% дисперсии влияния на конфликтоустойчивость). Односторонние стрелки с числовыми значениями регрессионных коэффициентов β (стандартизированные бета) описывают прямые эффекты (direct effects), отражающие вклад каждого фактора в дисперсию конфликтоустойчивости.

Переменные «враждебность», «стресс», «раздражение» образуют фактор «Паранойяльность» с отрицательным вкладом влияния на конфликтоустойчивость ($\beta = -0,52$). Переменные «физическая агрессия», «вербальная агрессия», «косвенная агрессия», «негативизм» и «раздражение» образуют фактор «Агрессия» с отрицательным вкладом влияния на конфликтоустойчивость ($\beta = -0,38$). Переменные «эмпатия», «аутоагрессия», «зависимое поведение» (–ассертивность) образуют фактор «Терпимость» с положительным вкладом влияния на конфликтоустойчивость ($\beta = 0,51$). Значимость влияния каждого из данных факторов статистически достоверна, $p < 0,001$. Знак регрессионных коэффициентов показывает, что факторы «Паранойяльность» и «Агрессия» отрицательно связаны с конфликтоустойчивостью, а фактор «Терпимость» — положительно.

Модель также показывает взаимное влияние выделенных факторов. Сильная положительная связь (0,51) обнаружена между факторами «Паранойяльность» и «Агрессия», а также между факторами «Паранойяльность» и «Терпимость». Фактор «Паранойяльность» значимо



хи-квадрат = 41,685; df = 30; p = ,076; RMSEA = ,044

Рис. 1. Структурная модель предикторов конфликтоустойчивости: e1–e11 — названия входных и выходной (конфликтоустойчивость) переменных; рядом с односторонними стрелками указаны значения β — стандартизованных коэффициентов регрессии, позволяющих оценить величину вклада влияния переменной в направлении стрелки; двусторонние стрелки с коэффициентами отражают взаимную корреляцию пар переменных

коррелирует с фактором «Агрессия», что может быть объяснено вкладом общей переменной «раздражение», а также взаимосвязями враждебности и негативизма; раздражения и косвенной агрессии. Фактор «Паранойальность» также значимо коррелирует с фактором «Терпимость», что может быть объяснено отрицательной взаимосвязью переменных «ассертивность» и «стресс», а также переменных «эмпатия» и «враждебность». Также присутствует небольшая отрицательная взаимосвязь факторов «Агрессия» и «Терпимость».

Обсуждение результатов

Результаты исследования показали, что конфликтоустойчивость не развивается сама по себе в процессе взросления

человека, а скорее является результатом позитивного анализа конфликтных ситуаций. Этим можно объяснить отсутствие влияния фактора возраста на конфликтоустойчивость и в то же время различие в выраженности конфликтоустойчивости у студентов бакалавриата и магистратуры.

Конфликтоустойчивость — это сложный конструкт, находящийся под влиянием трех групп главных предикторов, которые можно объединить в факторы «Паранойальность», «Агрессия» и «Терпимость», суммарно объясняющих 55% дисперсии, что говорит о возможности влияния на конфликтоустойчивость других характеристик, например, ситуационных и личностных детерминант, связанных с восприятием межкультурного контекста ситуации [4].

Диспозиции, объединенные фактором «Агрессия», — вербальная, косвенная, физическая формы агрессии, а также негативизм; диспозиции, объединенные фактором «Паранойяльность», — уровень переживаемого стресса, враждебность, раздражительность совместно способствуют поведению конфликтостремления, что полностью соответствует теоретическим предпосылкам.

Сравнивая эти две группы предикторов, можно отметить, что диспозиции фактора «Паранойяльность» отражают наличие внутреннего конфликта как потенциала конфликтного поведения, тогда как диспозиции фактора «Агрессия» отражают готовность к его прямой реализации.

Влияние диспозиций внутреннего потенциала конфликта (фактор «Паранойяльность») выражается коэффициентом регрессии $\beta = -0,52$, что превышает влияние диспозиций прямой агрессии ($\beta = -0,38$). Возможно, это отражает стремление респондентов-студентов смещать самооценки своих диспозиций в сторону социальной желательности. Агрессия порицается как обществом, так и культурой вуза, тогда как при переживании стресса и негативных чувств к коллеге внешняя атрибуция более извинительна и может быть приписана влиянию факторов ситуации.

В аспекте профилактики конфликтов различия коэффициентов регрессии позволяют предположить, что только при превышении порога стрессоустойчивости у субъекта начинает реализовываться внешняя агрессия, сначала в косвенной и вербальной, а затем и в физической формах. Соответственно, профилактика, направленная на снижение конфликтности, должна прежде всего предусматривать снижение уровня переживаемого стресса.

Более сложной является интерпретация влияния предикторов, объеди-

ненных в факторе «Терпимость», в который вошли эмпатия, ассертивность и вина. Эмпатия является качеством, способствующим профилактике и урегулированию конфликта. В нашей модели эмпатия отрицательно связана с враждебностью ($\beta = -0,57$), но также и позитивно, хотя и незначительно, с косвенной агрессией ($\beta = 0,22$). Исследование студентов медвузов показало высокую связь конфликтоустойчивости и принятия других [5]. На наш взгляд, позитивная связь эмпатии с косвенной агрессией показывает, что эмпатия, как и принятие других, позволяет отрефлексировать, понять и выразить отрицательную оценку другого наиболее неагрессивным способом и при этом не накапливать агрессивные чувства в себе.

Подобной амбивалентностью обладает и ассертивность. Ассертивность как установка на открытое выражение чувств и интересов отрицательно связана с уровнем стресса, переживаемого субъектом, что видно на диаграмме ($\beta = -0,35$). Это подтверждает позитивную функцию ассертивности, связанную с открытым высказыванием своих чувств, как позитивных, так и негативных. В то же время ассертивность, хотя и незначительно, связана с вербальной агрессией ($\beta = 0,22$), т.е. может использоваться для защиты своих интересов в вербальной форме. Поэтому «Терпимость» как фактор конфликтоустойчивости включает ассертивность со знаком минус ($\beta = -0,63$), т.е. «Терпимость» фактически основывается не на ассертивном, а на противоположном ему зависимом поведении.

В фактор «Терпимость» также с высоким влиянием входит переменная «вина» ($\beta = 0,70$), которую можно интерпретировать как аутоагрессию, перенаправленную с партнера на себя, что, безусловно,

можно рассматривать как предиктор конфликтоизбегания, т.е. неконструктивного поведения в конфликте.

Характер влияния позволяет говорить о нелинейной зависимости конфликтоустойчивости от выделенных факторов. Эта нелинейная зависимость выражается в том, что, с одной стороны, нарастание влияния факторов «Паранойяльность» и «Агрессия» ожидаемо приводит к конфликтостремлению и снижению конфликтоустойчивости, но, с другой стороны, влияние фактора «Терпимость», тормозящего конфликтостремление, с определенного уровня приводит к конфликтоизбеганию. Таким образом, совместное влияние факторов «Агрессия», «Паранойяльность» и «Терпимость» на конфликтоустойчивость можно описать инвертированной V-образной кривой, представленной на рис. 2.

На рис. 2 показано, что оптимум конфликтоустойчивого поведения в конкретной ситуации присутствует в случае сбалансированного влияния всех трех факторов. При малых значениях факторов «Паранойяльность» и «Агрессия» и одновременно больших значениях фактора «Терпимость» наблюдается поведение конфликтоизбегания. Тогда как при больших значениях факторов «Паранойяльность» и «Агрессия» и одновременно малых значениях фактора «Терпимость» наблюдается поведение конфликтостремления.

Результаты показывают, что конфликтоустойчивое поведение опирается на ряд универсальных диспозиций: эмпатии, асертивности, стрессоустойчивости и низкой предрасположенности к агрессии. Задача формирования конфликтоустойчивости студентов требует дальнейшей разработки программ для

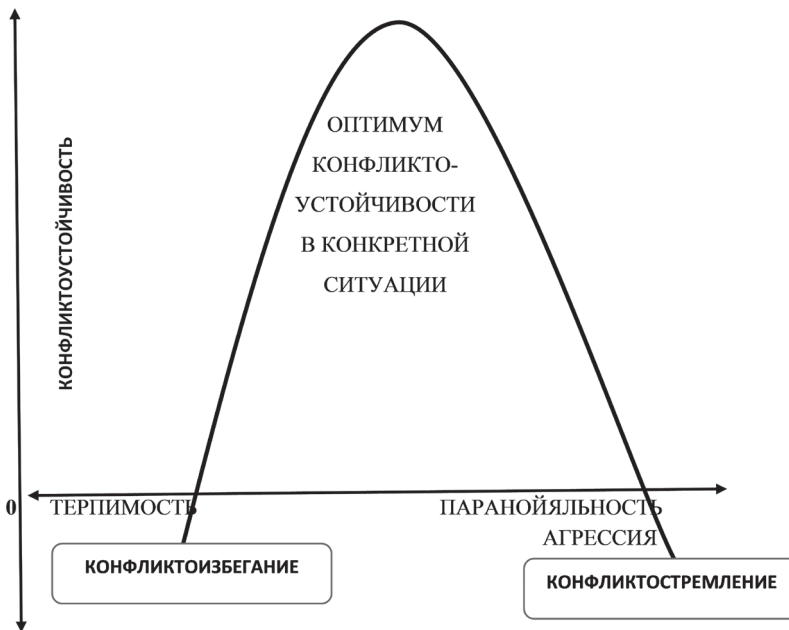


Рис. 2. Инвертированная V-образная кривая конфликтоустойчивости

специалистов помогающих профессий или работающих в условиях повышенного стресса [6]. В приеме специалистов с позитивным социальным самоопределением, способных повысить конфликтостойчивость организаций, заинтересованы службы персонала [24].

Ограничения данного исследования. Выборка исследования не является равномерной по соотношению женского и мужского пола: 156 (76%) девушек и 49 (24%) юношей, что могло отразиться на факторизации переменных: стресса, эмпатии, агрессивности и ассертивности.

Выводы

1. Конфликтостойчивость поведения (conflict resilience) опирается на диспозиции, которые в ситуации конфликта помогают организовать поведение таким образом, чтобы не допускать эскалации конфликта и ассертивно отстаивать свои интересы.

2. Диспозиции, влияющие на изменение поведения от конфликтостремления к конфликтостойчивости и далее к конфликтоизбеганию, могут быть объединены в три фактора: «Паранойяльность» (враждебность, стресс, раздражение); «Агрессия» (негативизм, физическая, вербальная, косвенная формы агрессии); «Терпимость» (эмпатия, вина, зависимое поведение).

3. Диспозиционные предикторы конфликтостремления объединены фактором «Паранойяльность» (переживаемый стресс, враждебность, раздражительность), показывающим уровень скрытого конфликтного потенциала, и фактором «Агрессия» (негативизм, вербальная, косвенная, физическая агрессия), выражающим внешнюю форму конфликтного поведения.

4. Диспозиционные предикторы конфликтоизбегания объединены фак-

тором «Терпимость» (эмпатия, зависимость и вина).

5. Конфликтостойчивость поведения в конкретной ситуации взаимодействия определяется уравновешивающим балансом низкого уровня факторов «Паранойяльность» и «Агрессия» и высокого уровня фактора «Терпимость». При увеличении влияния факторов «Паранойяльность» и «Агрессия» возрастает конфликтостремление, а увеличение влияния фактора «Терпимость» способствует конфликтоизбеганию.

6. Конфликтостойчивость является универсальной компетенцией, в основе которой лежат стрессоустойчивость, эмпатия, ассертивная коммуникация, отсутствие установки на агрессию как способ отстаивания своих интересов.

Заключение

Конфликтостойчивое поведение способствует оптимальному социальному самоопределению, препятствует психологическому выгоранию и повышает уровень психологического благополучия при выполнении учебной и профессиональной деятельности [1]. Полученные результаты выделили лишь часть диспозиций конфликтостойчивости, характерных для взаимодействия в студенческой среде. Увеличение размера выборки позволит ввести в модель дополнительные переменные без ущерба для точности модели.

Результаты исследования могут быть использованы для дальнейшего изучения структуры и специфики конфликтостойчивого поведения в микро- и макросреде. Это даст возможность создания научно обоснованных программ формирования оптимального уровня конфликтостойчивости для различных сфер деятельности.

Литература

1. *Абраменко Е.В., Ефимов Е.Г.* Исследование стрессоустойчивости и конфликтности в контексте психологической безопасности студента // Казанский педагогический журнал. 2019. № 3(134). С. 89–93.
2. *Анциупов А.Я., Шитилов А.И.* Конфликтология: учебник. СПб.: Питер, 2020. 560 с.
3. *Афанасенко М.С., Гришай Ж.Г., Зенина Ю.М.* Снижение конфликтности в обществе как функция образования и воспитания молодежи // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 4. С. 2–5.
4. *Батхина А.А., Лебедева Н.М.* Предикторы выбора русскими стратегии поведения в межкультурном конфликте // Социальная психология и общество. 2019. Том 10. № 1. С. 70–91. DOI:10.17759/sps.2019100105
5. *Валиуллина Е.В.* Конфликтоустойчивость и принятие других у студентов медицинского вуза в рамках компетентностного подхода // Научное обозрение. Педагогические науки. 2020. № 4. С. 53–57.
6. *Васильев Н.Н.* Формирование конфликтологической компетентности у педагогов-психологов средствами психологического тренинга // Проблемы современного педагогического образования. 2016. № 51–2. С. 312–318.
7. *Водопьянова Н.Е., Старченкова Е.С.* Синдром выгорания. Диагностика и профилактика: практическое пособие. 3-е изд., испр. и доп. М.: Изд-во «Юрайт», 2017. 343 с. (Профессиональная практика).
8. *Гришина Н.В.* Психология конфликта. 3-е изд., СПб: «Питер», 2018. 576 с.
9. *Кашапов М.М., Огородова Т.В., Филиппович Х.Н.* Типы реагирования в конфликте и их связь с доминирующими психическими состояниями спортсменов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. 2018. Т. 8. Вып. 2. С. 182–192.
10. *Кутумова А.К., Неустроева А.Б.* Факторы конфликтности студенческой среды Республики Саха (Якутия) // Конфликтология. 2021. № 1. С. 43–53. DOI:10.7256/2454-0617.2021.1.33329
11. *Ланских М.В., Кучерявенко И.А., Ткаченко Н.С.* Формирование конфликтоустойчивости современных студентов // Проблемы современного педагогического образования. 2016. № 51–5. С. 548–555.
12. *Ланских М.В., Пономарев А.С.* Формирование конфликтоустойчивости сотрудников организации // Научные ведомости: серия Гуманитарные науки. 2016. № 7(29). С. 167–173.
13. *Лепехин Н.Н.* Конфликт-менеджмент в организации: от урегулирования к трансформации конфликта // Петербургский психологический журнал. 2012. № 1. С. 1–35.
14. *Лепехин Н.Н., Тихомирова Н.В.* Психологические предикторы устойчивости молодежи в конфликте // Материалы III Санкт-Петербургского международного конгресса конфликтологов «Конфликтология XXI века. Пути и средства укрепления мира» (г. Санкт-Петербург, 15–16 ноября 2019 г.). СПб: СПбГУ, 2019. С. 206–209.
15. *Маркова Н.Г.* Конфликтоустойчивость как конструктивное качество личности // Новая наука: проблемы и перспективы. 2016. № 3–2(67). С. 125–126.
16. *Метакогнитивные основы конфликтной компетентности / под науч. ред. проф. М.М. Кашапова; ЯрГУ. Ярославль, 2012. 428 с.*
17. *Миронова А.А.* Использование информационно-коммуникационных технологий и социальный капитал: природа взаимосвязи // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 5–21. DOI:10.17759/sps.2022130101
18. *Митяева А.М.* Конфликтологическая компетентность будущего специалиста как предмет научного исследования // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 4(48). С. 273–280.
19. *Основы психологии: практикум / ред.-сост. Столяренко Л.Д.* Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. 426 с.

20. Платонов Ю.П. Практическая конфликтология: учебное пособие. СПб: Речь, 2009. 376 с.
21. Почебут Л.Г., Чикер В.А., Волкова Н.В. Социально-психологическая модель когнитивного социального капитала организации: факторы формирования и объективация // Организационная психология. 2018. Т. 8. № 3. С. 29–59.
22. Тихомирова Н.В., Лепехин Н.Н. Психологические предикторы конфликтоустойчивости студентов // Сборник тезисов участников международной научной конференции молодых ученых «Психология XXI века. Психологические исследования: от теории к практике» (г. Санкт-Петербург, 21–23 апреля 2021 г.) / Под ред. Шабольтас А.В. СПб: СПбГУ, 2021. С. 192–193.
23. Тылец В.Г., Краснянская Т.М., Иохвидов В.В. Сценарии личной безопасности субъекта конфликтного взаимодействия // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 159–173. DOI:10.17759/sps.2022130110
24. Ушамирский А.Э. Социальные конфликты в представлениях молодежи // Теория и практика общественного развития. 2020. № 1(143). С. 53–60.
25. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2002. 490 с.
26. Хван А.А., Зайцев Ю.А., Кузнецова Ю.А. Стандартизированный опросник измерения агрессивных и враждебных реакций А. Басса и А. Дарки (методические рекомендации). Кемерово: Кузбасская государственная педагогическая академия. Факультет педагогики и психологии. Лаборатория психологических исследований, 2005. 69 с.
27. Шейнов В.П. Ассертивное поведение: преимущества и восприятие // Современная зарубежная психология. 2014. № 3(2). С. 107–120.
28. Aall P., Crocker C.A. Building Resilience and Social Cohesion in Conflict // Global Policy. 2019. Vol. 10(S2). P. 68–75.
29. Afolabi O.A. Indigenous emotional intelligence scale: Development and validation // Psychological Thought. 2017. Vol. 10. № 1. P. 138–154.
30. Chew Q.H., Wei K.C., Vasoo S., Chua H.C., Sim K. Narrative synthesis of psychological and coping responses towards emerging infectious disease outbreaks in the general population: practical considerations for the COVID-19 pandemic // Singapore Medical Journal. 2020. Vol. 61. № 7. P. 350–356.
31. Courtain A., Glowacz F. Youth's Conflict Resolution Strategies in their Dating Relationships // Journal of Youth and Adolescence. 2019. Vol. 48. № 2. P. 256–268.
32. Duvenage M., Correia H., Uink B., Barber B.L., Donovan C.L., Modecki K.L. Technology can sting when reality bites: Adolescents' frequent online coping is ineffective with momentary stress // Computers in Human Behavior. 2020. Vol. 102. P. 248–259.
33. Eisenberg D. Think of Resilience as a Verb, Not a Noun [Электронный ресурс] // Resilience Engineering Association. 2020. URL: <https://www.resilience-engineering-association.org/blog/2020/04/06/think-of-resilience-as-a-verb-not-a-noun/> (дата обращения: 19.04.2020).
34. Glasl F. Selbsthilfe in Konflikten: Konzepte – Übungen – praktische Methoden. Stuttgart: Verlag Freies Geistesleben – Bern: Haupt Verlag, 2015. 214 p.
35. Hamilton D. Examining perception of emotional intelligence in online professors // Journal of Educational Multimedia and Hypermedia. 2018. Vol. 27. № 1. P. 63–81.
36. Hartmann S. et al. Resilience in the Workplace: A Multilevel Review and Synthesis // Psychology: An International Review. 2020. Vol. 69. № 3. P. 913–959.
37. Heckman J.J., Corbin C.O. Capabilities and Skills // Journal of Human Development and Capabilities. 2016. Vol. 17. № 3. P. 342–359.
38. Konrad T., Wiek A., Barth M. Embracing conflicts for interpersonal competence development in project-based sustainability courses // International Journal of Sustainability in Higher Education. 2020. Vol. 21. № 1. P. 76–96.

39. *Motornaya S.E.* Managing conflict situations for contemporary youth: Discourse and choice of strategy // *Espacios*. 2019. Vol. 40. № 17. P. 894–910.
40. *Notelaers G., Van der Heijden B., Guenter H., Nielsen M.B., Einarsen S.V.* Do Interpersonal Conflict, Aggression and Bullying at the Workplace Overlap? A Latent Class Modeling Approach // *Frontiers in Psychology*. 2018. Vol. 9. P. 1743.
41. *Pender E.R., Elgoibar P., Munduate L., Garcia A.B., Euzema M.C.* Improving social dialogue: What employers expect from employee representatives // *Economic and Labour Relations Review*. 2018. Vol. 29. № 2. P. 169–189.

References

1. Abramenko E.V., Efimov E.G. Issledovanie stressoustoichivostii konfliktnosti v kontekste psikhologicheskoi bezopasnosti studenta [Study of stress resistance and conflict in the context of student's psychological safety]. *Kazanskii pedagogicheskii zhurnal = Kazan Pedagogical Journal*, 2019, no. 3(134), pp. 89–93. (In Russ.).
2. Antsupov A.Ya., Shipilov A.I. Konfliktologiya: uchebnik [Conflictology: textbook]. Saint-Petersburg: Publ. "Piter", 2020. 560 p. (In Russ.).
3. Afanasenko M.S., Grishai Zh.G., Zenina Yu.M. Snizhenie konfliktnosti v obshchestve kak funktsiya obrazovaniya i vospitaniya molodezhi [Reducing conflict in society as a function of education and upbringing of youth]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki = Humanitarian, socio-economic and social sciences*, 2018, no. 4, pp. 2–5. (In Russ.).
4. Batkhina A.A., Lebedeva N.M. Prediktory vybora russkimi strategii povedeniya v mezhkul'turnom konflikte [Predictors of the Russians' Choice of Behavior Strategy in Intercultural Conflict]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2019. Vol. 10, no. 1, pp. 70–91. DOI:10.1775.sps.2019100105 (In Russ.).
5. Valiullina E.V. Konfliktoustoichivost' i prinyatie drugikh u studentov meditsinskogo vuza v ramkakh kompetentnostnogo podkhoda [Conflict resistance and acceptance of others among students of a medical university in the framework of a competency-based approach]. *Nauchnoe obozrenie. Pedagogicheskie nauki = Scientific Review*, 2020, no. 4, pp. 53–57. (In Russ.).
6. Vasil'ev N.N. Formirovanie konfliktologicheskoi kompetentnosti u pedagogov-psikhologov sredstvami psikhologicheskogo treninga [Formation of conflictological competence among educational psychologists by means of psychological training]. *Problemy sovremenogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of modern pedagogical education*, 2016, no. 51–2, pp. 312–318. (In Russ.).
7. Vodop'yanova N.E., Starchenkova E.S. Sindrom vygoraniya. Diagnostika i profilaktika: prakticheskoe posobie [Diagnosis and prevention: a practical guide]. 3-e izd., ispr. i dop. Moscow: Publ. "Yurait", 2017. 343 p. (Professional'naya praktika [Professional practice]). (In Russ.).
8. Grishina N. Psikhologiya konflikta [Psychology of conflict]. 3-e izd., Saint-Petersburg: Publ. "Piter", 2018. 576 p. (In Russ.).
9. Kashapov M.M., Ogorodova T.V., Filippovich Kh.N. Tipy reagirovaniya v konflikte i ikh svyaz' s dominiruyushchimi psikhicheskimi sostoyaniyami sportsmenov [Types of response in conflict and their connection with the dominant mental states of athletes]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Psikhologiya = Vestnik of Saint Petersburg University. Psychology*, 2018. Vol. 8, no. 2, pp. 182–192. (In Russ.).
10. Kutumova A.K., Neustroeva A.B. Faktory konfliktogennosti studencheskoi sredy Respubliki Sakha (Yakutiya) [Factors of conflictogenicity of the student environment of the Republic of Sakha (Yakutia)]. *Konfliktologiya = Conflictology*, 2021, no. 1, pp. 43–53. DOI:10.7256/2454-0617.2021.1.33329 (Accessed 16.07.2022). (In Russ.).
11. Lanskih M.V., Kucheryavenko I.A., Tkachenko N.S. Formirovanie konfliktoustoichivosti sovremennykh studentov [Formation of conflict resistance of modern students]. *Problemy*

sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya = Problems of modern pedagogical education, 2016, no. 51–5, pp. 548–555. (In Russ.).

12. Lanskiikh M.V., Ponomarev A.S. Formirovanie konfliktoustoichivosti sotrudnikov organizatsii [Formation of conflict resistance of employees of the organization]. *Nauchnye vedomosti: seriya Gumanitarnye nauki = Nauchnye Vedomosti: Humanities series*, 2016, no. 7(29), pp. 167–173. (In Russ.).

13. Lepikhin N.N. Konflikt-menedzhment v organizatsii: ot uregulirovaniya k transformatsii konflikta [Conflict management in an organization: from conflict resolution to transformation]. *Peterburgskii psikhologicheskii zhurnal = Petersburg Psychological Journal*, 2012, no. 1, pp. 1–35. (In Russ.).

14. Lepikhin N.N., Tikhomirova N.V. Psikhologicheskie prediktory ustoichivosti molodezhi v konflikte [Psychological predictors of youth stability in conflict]. *Materialy III Sankt-Peterburgskogo mezhdunarodnogo kongressa konfliktologov "Konfliktologiya XXI veka. Puti i sredstva ukrepleniya mira"* (g. Sankt–Peterburg, 15–16 noyabrya 2019 g.) [Proceedings of the III of the III St. Petersburg International Congress of Conflictologists "*Conflictology of the XXI century. Ways and means of strengthening peace*"]. Sankt-Petersburg: Publ. SPBU, 2019, pp. 206–209. (In Russ.).

15. Markova N.G. Konfliktoustoichivost' kak konstruktivnoe kachestvo lichnosti [Conflict resistance as a constructive quality of personality]. *Novaya nauka: problemy i perspektivy = New science: problems and prospects*, 2016, no. 3–2(67), pp. 125–126. (In Russ.).

16. Metakognitivnye osnovy konfliktnoi kompetentnosti [Metacognitive foundations of conflict competence]. In prof. Kashapov M.M. Yaroslavl': Publ. YarGU, 2012. 428 p. (In Russ.).

17. Mironova A.A. Ispol'zovanie informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii i sotsial'nyi kapital: priroda vzaimosvyazi [The use of information and communication technologies and social capital: the nature of the relationship]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2022. Vol. 13, no. 1, pp. 5–21. DOI:10.17759.sps.2022130101 (In Russ.).

18. Mityaeva A.M. Konfliktologicheskaya kompetentnost' budushchego spetsialista kak predmet nauchnogo issledovaniya [Conflictological competence of a future specialist as a subject of scientific research]. *Uchenye zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'nye nauki = Scientific notes of Orel state university. Series: Humanities and social sciences*, 2012, no. 4(48), pp. 273–280. (In Russ.).

19. Osnovy psikhologii: praktikum [Fundamentals of psychology: workshop]. In Stolyarenko L.D. Rostov-na-Donu: Publ. "Feniks", 2016. 426 p. (In Russ.).

20. Platonov Yu.P. Prakticheskaya konfliktologiya: uchebnoe posobie [Practical conflictology: textbook]. Saint-Petersburg: Publ. "Rech'", 2009. 376 p. (In Russ.).

21. Pochebut L.G., Chiker V.A., Volkova N.V. Sotsial'no-psikhologicheskaya model' kognitivnogo sotsial'nogo kapitala organizatsii: factory formirovaniya i ob'ektivatsiya [Socio-psychological model of the organization's cognitive social capital: factors of formation and objectification]. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational psychology*, 2018. Vol. 8, no. 3, pp. 29–59. (In Russ.).

22. Tikhomirova N.V., Lepikhin N.N. Psikhologicheskie prediktory konfliktoustoichivosti studentov [Psychological predictors of students' conflict tolerance]. In Shabolta A.V. *Sbornik tezisov uchastnikov mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii molodykh uchenykh "Psikhologiya XXI veka"*. *Psikhologicheskie issledovaniya: ot teorii k praktike* (g. Sankt-Peterburg, 21–23 aprelya 2021 g.) [Proceedings of the international scientific conference of young scientists "*Psychology of the XXI century*". *Psychological research: from theory to practice*]. Saint-Petersburg: Publ. SPBU, 2021, pp. 192–193. (In Russ.).

23. Tylets V.G., Krasnyanskaya T.M., Iokhvidov V.V. Stsenarii lichnoi bezopasnosti sub"ekta konfliktnogo vzaimodeistviya [Scenarios of personal security of the subject of conflict interaction]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2022. Vol. 13, no. 1, pp. 159–173. DOI:10.17759.sps.2022130110 (In Russ.).

24. Ushamirskii A.E. Sotsial'nye konflikty v predstavleniyakh molodezhi [Social conflicts in the minds of young people]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and practice of social development*, 2020, no. 1(143), pp. 53–60. (In Russ.).
25. Fetiskin N.P., Kozlov V.V., Manuilov G.M. Sotsial'no-psikhologicheskaya diagnostika razvitiya lichnosti i malykh grupp [Socio-psychological diagnostics of personality development and small groups]. Moscow: Publ. Instituta Psikhoterapii, 2002. 490 p. (In Russ.).
26. Khvan A.A., Zaitsev Yu.A., Kuznetsova Yu.A. Standartizirovannyi oprosnik izmereniya agressivnykh i vrazhdebnykh reaktsii A. Bassa i A. Darki (metodicheskie rekomendatsii) [Standardized questionnaire for measuring aggressive and hostile reactions by A. Bass and A. Darki (guidelines)]. Kemerovo: Publ. Kuzbasskaya gosudarstvennaya pedagogicheskaya akademiya. Fakul'tet pedagogiki i psikhologii. Laboratoriya psikhologicheskikh issledovaniy, 2005. 69 p. (In Russ.).
27. Sheinov V.P. Assertivnoe povedenie: preimushchestva i vospriyatie [Assertive behavior: advantages and perception]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Modern foreign psychology*, 2014, no. 3(2), pp. 107–120. (In Russ.).
28. Aall P., Crocker C.A. Building Resilience and Social Cohesion in Conflict. *Global Policy*, 2019. Vol. 10(S2), pp. 68–75.
29. Afolabi O.A. Indigenous emotional intelligence scale: Development and validation. *Psychological Thought*, 2017. Vol. 10, no. 1, pp. 138–154.
30. Chew Q.H., Wei K.C., Vasoo S., Chua H.C., Sim K. Narrative synthesis of psychological and coping responses towards emerging infectious disease outbreaks in the general population: practical considerations for the COVID-19 pandemic. *Singapore Medical Journal*, 2020. Vol. 61, no. 7, pp. 350–356.
31. Courtain A., Glowacz F. Youth's Conflict Resolution Strategies in their Dating Relationships. *A. Journal of Youth and Adolescence*, 2019. Vol. 48, no. 2, pp. 256–268.
32. Duvenage M., Correia H., Uink B., Barber B.L., Donovan C.L., Modecki K.L. Technology can sting when reality bites: Adolescents' frequent online coping is ineffective with momentary stress. *Computers in Human Behavior*, 2020. Vol. 102, pp. 248–259.
33. Eisenberg D. Think of Resilience as a Verb, Not a Noun [Electronic resource]. *Resilience Engineering Association*, 2020. URL: <https://www.resilience-engineering-association.org/blog/2020/04/06/think-of-resilience-as-a-verb-not-a-noun/> (Accessed 19.04.2020).
34. Glasl F. Selbsthilfe in Konflikten: Konzepte – bungen – praktische Methoden. Stuttgart: VerlagFreies Geistesleben – Bern: Haupt Verlag, 2015. 214 p.
35. Hamilton D. Examining perception of emotional intelligence in online professors. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 2018. Vol. 27, no. 1, pp. 63–81.
36. Hartmann S. et al. Resilience in the Workplace: A Multilevel Review and Synthesis. *Applied Psychology: An International Review*, 2020. Vol. 69, no. 3, pp. 913–959.
37. Heckman J.J., Corbin C.O. Capabilities and Skills. *Journal of Human Development and Capabilities*, 2016. Vol. 17, no. 3, pp. 342–359.
38. Konrad T., Wiek A., Barth M. Embracing conflicts for interpersonal competence development in project-based sustainability courses. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2020. Vol. 21, no. 1, pp. 76–96.
39. Motornaya S.E. Managing conflict situations for contemporary youth: Discourse and choice of strategy. *Espacios*, 2019. Vol. 40, no. 17, pp. 894–910.
40. Notelaers G., Van der Heijden B., Guenter H., Nielsen M.B., Einarsen S.V. Do Interpersonal Conflict, Aggression and Bullying at the Workplace Overlap? A Latent Class Modeling Approach. *Frontiers in Psychology*, 2018. Vol. 9, pp. 1743.
41. Pender E.R., Elgoibar P., Munduate L., Garcia A.B., Euwema M.C. Improving social dialogue: What employers expect from employee representatives. *Economic and Labour Relations Review*, 2018. Vol. 29, no. 2, pp. 169–189.

Информация об авторах

Лепехин Николай Николаевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры эргономики и инженерной психологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9160-0519>, e-mail: n.lepehin@spbu.ru

Круглов Владимир Георгиевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры эргономики и инженерной психологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8282-5476>, e-mail: v.kruglov@spbu.ru

Круглова Марина Анатольевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры эргономики и инженерной психологии, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7959-7097>, e-mail: m.kruglova@spbu.ru

Тихомирова Надежда Викторовна, магистр, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-8800>, e-mail: gipsr.tikhomirova@yandex.ru

Яшина Маргарита Алексеевна, студент, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет» (ФГБОУ ВО СПбГУ), г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0909-5558>, e-mail: yashina.margarita.99@mail.ru

Information about the authors

Nikolai N. Lepeshin, PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Ergonomics and Engineering Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9160-0519>, e-mail: n.lepehin@spbu.ru

Vladimir G. Kruglov, PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Ergonomics and Engineering Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8282-5476>, e-mail: v.kruglov@spbu.ru

Marina A. Kruglova, PhD in Psychology, Associate Professor of the Department of Ergonomics and Engineering Psychology, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7959-7097>, e-mail: m.kruglova@spbu.ru

Nadezhda V. Tikhomirova, Master, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-8800>, e-mail: gipsr.tikhomirova@yandex.ru

Margarita A. Iashina, Student, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0909-5558>, e-mail: yashina.margarita.99@mail.ru

Получена 24.03.2022

Received 24.03.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

Представления о настоящем и будущем страны как фактор эмиграционной активности студенческой молодежи: кросс-культурный анализ

Ефременкова М.Н.

**ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0201-5340>, e-mail: mnetema@yandex.ru

Мураценкова Н.В.

**ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»),
г. Москва, Российская Федерация**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0793-3490>, e-mail: ncel@yandex.ru

Гриценко В.В.

**ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7543-5709>, e-mail: gritsenko2006@yandex.ru

Стельмах С.А.

НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова»

(НАО ВКУ им. С. Аманжолова), г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3383-4189>, e-mail: stelmah_svetlana@mail.ru

Бурдина Е.И.

НАО «Торайгыров университет» (НАО ТоУ), г. Павлодар, Республика Казахстан

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7757-7612>, e-mail: e.i.burdina@mail.ru

Цель. Анализ взаимосвязей представлений о настоящем и будущем страны проживания с эмиграционной активностью студенческой молодежи Беларуси, Казахстана и России.

Контекст и актуальность. Изучение представлений о стране проживания как предикторов эмиграционной активности студентов может повысить эффективность молодежной политики в сфере сохранения ценного человеческого капитала на уровне стран.

Дизайн исследования. С помощью множественного регрессионного анализа результатов онлайн-опроса, проведенного в январе-апреле 2021 г., определены особенности взаимосвязей представлений о настоящем и будущем стран проживания с эмиграционной активностью молодежи трех государств.

Участники. Студенты университетов, являющиеся гражданами Беларуси (208 человек), Казахстана (200) и России (250), в возрасте от 18 до 25 лет.

Методы (инструменты). Исследовательская анкета включала 6 разработанных на основе теории планируемого поведения А. Айзена утверждений для изучения эмиграционных намерений и поведения по их реализации, а также 2 набора характеристик из методики «Временные аттитуды» Ж. Нюттена для изучения представлений о настоящем и будущем страны проживания.

Результаты. Факторами эмиграционной активности российской студенческой молодежи выступают представления о настоящем страны проживания как не длительном, не свободном, значительном, но скучном, а также представления о будущем России как значительном, но не насыщенном

событиями и не новаторском. Белорусская молодежь, нацеленная на эмиграцию, воспринимает настоящее своей страны как связанное с прошлым, не сплоченное, но свое, а будущее страны — как не сплоченное и связанное с настоящим Беларуси. Казахстанские студенты, ориентированные на переезд, воспринимают настоящее своей страны как прекрасное, активное, но не близкое, не хаотичное и не светлое, а будущее страны — как не свое и не связанное с настоящим Казахстана.

Основные выводы. Существуют различия в связях между представлениями о настоящем и будущем страны проживания и эмиграционной активностью молодежи Беларуси, Казахстана и России. Эффективная реализация молодежной политики в сфере сохранения ценного человеческого капитала на уровне стран требует учета социокультурного контекста, в котором формируются данные взаимосвязи.

Ключевые слова: эмиграционная активность, эмиграционное намерение, эмиграционное поведение, факторы эмиграционной активности, представления о настоящем страны, представления о будущем страны, студенческая молодежь, кросс-культурный анализ.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 20-013-00156.

Для цитаты: Ефременкова М.Н., Муращенкова Н.В., Гриценко В.В., Стельмах С.А., Бурдина Е.И. Представления о настоящем и будущем страны как фактор эмиграционной активности студенческой молодежи: кросс-культурный анализ // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 111–131. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140107>

Perceptions of the Present and Future of the Country as a Factor of the Emigration Activity of Student Youth: Cross-Cultural Analysis

Maria N. Efremenkova

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0201-5340>, e-mail: mnemema@yandex.ru

Nadezhda V. Murashcenkova

HSE University, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0793-3490>, e-mail: ncel@yandex.ru

Valentina V. Gritsenko

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7543-5709>, e-mail: gritsenko2006@yandex.ru

Svetlana A. Stelmakh

Sarsen Amanzholov East Kazakhstan University, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3383-4189>, e-mail: stelmah_svetlana@mail.ru

Elena I. Burdina

Toraighyrov University, Pavlodar, Kazakhstan

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7757-7612>, e-mail: e.i.burdina@mail.ru

Objective. Analysis of the relationship between perceptions of the present and future of the residence country and the emigration activity of students in Belarus, Kazakhstan and Russia.

Background. The study of the perceptions of residence country as predictors of students' emigration activity can improve the effectiveness of youth policy in preserving valuable human capital at the country level.

Research design. Using multiple regression analysis, the results of the January-April 2021 online survey identified the specifics of the relationships between perceptions of the present and future of the residence country and emigration activity of young people in three countries.

Participants. University students are citizens of Belarus (208 people), Kazakhstan (200) and Russia (250) aged 18 to 25 years.

Measurements. Research questionnaire included 6 statements, based on the theory of planned behavior, developed by I. Ajzen, for studying emigration intentions and behavior in their realization, as well as two sets of characteristics from “Scale of temporary attitudes” by J. Nutten for studying the present and future of the country of residence.

Results. Factors of emigration activity of Russian student youth are perceptions of the present of their residence country as not long-lasting, not free, significant, but boring, as well as perceptions of future in Russia as significant, but not eventful and not innovative. Belarusian emigration-oriented youth perceive their country's present as related to the past, not cohesive, but their own, and the country's future as not cohesive and related to Belarus' present. Kazakhstani emigration-oriented students perceive the present of their country as beautiful, active, but not close, not chaotic and not bright, and the future as not their own and not related to the present of Kazakhstan.

Conclusions. There are differences in the relationships between perceptions of the present and future of the residence country and emigration activity of young people in Belarus, Kazakhstan and Russia. The effective implementation of youth policy to preserve valuable human capital at the country level requires considering the social and cultural context in which these relationships are formed.

Keywords: emigration activity, emigration intention, emigration behavior, factors of emigration activity, representations about the country's present, representations about the country's future, student youth, cross-cultural analysis.

Funding. The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project number 20-013-00156.

For citation: Efremenkova M.N., Murashcenkova N.V., Gritsenko V.V., Stelmakh S.A., Burdina E.I. Perceptions of the Present and Future of the Country as a Factor of the Emigration Activity of Student Youth: Cross-Cultural Analysis. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 111–131. DOI: <https://doi.org/10.17759/sp.s.2023140107> (In Russ.).

Введение

Молодежь как ценный ресурс общества: риски эмиграционной мобильности

Профилактика эмиграционного оттока населения требует изучения эмиграционных намерений прежде всего молодежи, так как на уровне общества эмиграционные намерения молодежи являются предикторами популяционной динамики. В современную эпоху цифровой глобализации чаще обращается к эмиграции как средству достижения значимых целей именно образованная молодежь [31], особенно на этапе поиска работы и трудоустройства, в про-

цессе обучения и/или сразу после получения диплома [25]. В то же время качество образования, состояние здоровья, ценности и цели молодежи страны в настоящем во многом определяют качество и уровень жизни в данной стране в будущем. То есть молодежь является ценным ресурсом любого общества. А молодые люди, проявляющие эмиграционную активность, как правило, являются особенно ценным социальным капиталом: не случайно тема эмиграционной активности молодежи часто обсуждается в сочетании с такими темами, как «утечка умов» [18] и «утечка счастья» [26]. Сохранить молодежь на уровне стра-

ны можно, поняв, что именно выталкивает ее из страны и/или притягивает за рубежом [24]. Поэтому молодежная политика, ориентированная на эффективную реализацию потенциала молодого поколения и его сохранение на уровне страны, должна помимо прочего учитывать интересы, представления и ожидания самой молодежи. Не случайно значимость *взаимодействия* молодежи и органов власти при реализации молодежной политики отражена в «Основах государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [15]. Согласно данному документу «признание молодежи равноправным партнером в формировании и реализации государственной молодежной политики» является одним из основных принципов ее реализации [15, с. 5], а одной из приоритетных задач является «интенсификация механизмов обратной связи между государственными структурами, общественными объединениями и молодежью» [15, с. 11]. То есть речь идет о важности и необходимости слушать и слышать молодежь, понимать ее поколенческие [17], культурологические и социально-психологические особенности [9]. Классические линии жизненного пути и профессионального развития становятся все менее актуальными для современной молодежи России, которая социализируется в условиях поливариативности жизненных стилей, выборов и стратегий и является особенно мобильной и адаптивной к изменяющемуся социальному контексту [7; 17]. Современная студенческая молодежь (не только в России, но и в других странах) все больше склонна к гибкости при восприятии и оценке социального мира, признает сложность и противоречивость человеческого поведения, отмечает ценность и продуктивность собственной активности в достижении значимых результатов [12]. На этом фоне дополнительными факторами, стимулирующими эмиграционную

мобильность российской молодежи, могут являться проблемы и противоречия в реализации государственной молодежной политики в стране на разных уровнях управления [14]. Как отмечают Е.Л. Омельченко и И.В. Лисовская, анализируя результаты 30-и интервью с экспертами в области молодежной политики России, существуют различия и противоречия в понимании и прочтении чиновниками молодежной политики государства, что обусловлено в том числе различиями в отношении к молодежи: как к ресурсу, объекту или значимому агенту/субъекту/активному участнику социальных изменений [14]. И одним из ключевых дискуссионных вопросов в данном случае является прочтение и понимание государственными служащими смысла и практик патриотического воспитания, которое является важнейшим фактором профилактики эмиграционной активности молодежи. В контексте всего вышесказанного особенно актуальным становится изучение представлений молодежи о настоящем и будущем страны проживания как фактора ее эмиграционной активности.

***Представления о стране
проживания как фактор
эмиграционной активности
молодежи***

Значимым фактором формирования эмиграционных намерений молодежи могут выступать образы настоящего и будущего страны проживания, в которых сочетаются как реальные характеристики социальной, политической, экономической жизни в стране, так и система отношений, проекций, ожиданий ее молодых граждан как субъектов восприятия [3]. Система отношений личности к стране, выраженная в субъективных образах прошлого, настоящего и будущего, играет важную роль в формировании приверженности стране и сдерживании эмиграционной активности

[19]. Степень принятия настоящего своей страны и ожидания от будущего могут влиять на выбор типа эмиграции: временная миграция или переезд навсегда [29]. Представления молодежи о стране проживания могут отличаться субъективизмом, категоричностью, противоречивостью и базироваться на стереотипах [20], однако, важным является то, что в субъективных образах настоящего и будущего страны отражаются наиболее важные интересы, цели и ожидания молодежи, а также представления о возможности их реализации в стране [6]. Молодежь имеет свои представления о векторе развития государства и соотносит эти представления с существующей реальностью [4]. От этих оценок и прогнозов, наличия или отсутствия ощущения сопричастности происходящему в стране может зависеть желание или нежелание развиваться и строить свою жизнь в ней. Отсутствие веры в успех своей страны, восприятие ее как чужой могут стимулировать молодежь к выбору альтернативных стран для проживания. Особую значимость здесь имеют представления молодежи о будущем страны, так как они координируют формирование жизненной стратегии личности. Молодые люди соотносят перспективы развития государства с собственными жизненными планами, оценивают возможности самореализации в стране. Позитивные ожидания от будущего и оптимистичное его восприятие дают мощный потенциал для развития и способны снижать эмиграционные интенции [2]. Таким образом, существующие исследования свидетельствуют о том, что представления о стране проживания могут выступать значимыми факторами выраженности и особенностей эмиграционной активности молодежи. Однако эффективность государственной политики в сфере сохранения молодежи как ценного человеческого капитала на уровне страны, с одной стороны, требует определе-

ния и учета конкретных компонентов (и/или их совокупности) образов настоящего и будущего страны проживания, наиболее значимых с точки зрения формирования эмиграционной активности молодежи, а с другой стороны, регулярного мониторинга представлений молодежи о стране проживания с учетом текущего социокультурного контекста, в котором эти представления формируются. Эффективному решению данных задач может способствовать проведение кросс-культурного анализа представлений молодежи разных стран о настоящем и будущем государств, в которых они проживают, во взаимосвязи с их эмиграционными интенциями. Именно социокультурный подход позволит лучше понять риски и факторы эмиграционной мобильности современной российской молодежи, поможет определить, какие стороны и особенности жизни в стране на данный момент вступают в противоречие с желаниями и потребностями молодых людей, стимулируя их к переезду за границу.

Целью данного исследования стал кросс-культурный анализ связей представлений о настоящем и будущем страны проживания с эмиграционной активностью студенческой молодежи. Для сбора данных были выбраны три страны: Россия, Беларусь и Казахстан. В исследовании приняли участие студенты университетов (от 18 до 25 лет) — граждане стран постсоветского пространства с общими историей и языком, стран, сохранивших тесные экономические и культурные связи и характеризующихся схожими линиями молодежной политики [1; 10; 28]. Для всех трех государств проблема сохранения молодежи является актуальной и требует решения. За период с 2010 по 2021 годы в рассматриваемых странах значительно снизилась доля молодежи от 15 до 29 лет в общей численности населения: с 22,7% до 16,0% в России, с 27,8% до 20,5% в Ка-

захстане и с 22,6% до 16,0% в Беларуси [10, с. 23–24], что обусловлено в том числе и ростом международной мобильности молодежи. В 2019 году, по данным Статкомитета СНГ, из России эмигрировали 401 тыс. человек, из которых 138 тыс. человек (34,4%) пришлось на молодежь в возрасте от 15 до 29 лет; из Беларуси уехали 26 тыс. человек (9,4 тыс. человек (36,2%) из которых — это молодежь от 15 до 29 лет), из Казахстана — 39,8 тыс. человек (9,4 тыс. молодых людей от 15 до 29 лет (24,0%)) [10]. Таким образом, результаты данного исследования могут быть полезны и использованы специалистами по молодежной политике всех трех стран.

Поставлены два исследовательских вопроса:

1. Какие представления о настоящем и будущем страны проживания связаны с эмиграционными намерениями и поведением по реализации этих намерений у современной студенческой молодежи Беларуси, Казахстана и России?

2. Существуют ли различия в данных связях у студенческой молодежи трех стран и в чем они проявляются?

Метод

Процедура сбора данных

Анонимный онлайн-опрос был организован на платформе *anketolog.ru* с января по апрель 2021 года. Ссылка на онлайн-анкету распространялась среди потенциальных респондентов преподавателями, сотрудниками и студентами университетов трех стран. Участие в опросе было добровольным, вознаграждение за участие не предусматривалось.

Выборка исследования

Выборку исследования составили 658 русскоговорящих студентов университетов: 208 граждан Беларуси (25% юношей, средний возраст — 19,8 лет), 200 граждан

Казахстана (26% юношей, средний возраст — 20,5 лет) и 250 россиян (25% юношей, средний возраст — 20,0 лет) в возрасте от 18 до 25 лет. Среди российских респондентов 87% отнесли себя к русским, среди казахстанских — 54% к казахам, а среди белорусских респондентов 94% идентифицировали себя как белорусы. В онлайн-опросе приняли участие студенты гуманитарного, технического и экономического направлений обучения из белорусских вузов Витебска, Гродно и Минска, из казахстанских вузов Нур-Султана, Павлодара, Усть-Каменогорска и из российских вузов Москвы, Омска, Пензы, Санкт-Петербурга, Смоленска, Хабаровска.

Методики исследования

Измерение эмиграционных намерений и поведения по их реализации

Оценка выраженности эмиграционных намерений и поведения по их реализации осуществлялась на основе теории планируемого поведения А. Айзена [22]. С учетом основных принципов конструирования методик в рамках теории планируемого поведения [21] были разработаны 6 утверждений с 6-балльной шкалой ответов (от 1 — «абсолютно не согласен» до 6 — «абсолютно согласен»). Три утверждения были направлены на оценку выраженности эмиграционного намерения («я хочу в ближайшие 5 лет переехать жить в другую страну»; «я планирую в ближайшие 5 лет переехать жить в другую страну»; «я готов(а) в ближайшие 5 лет переехать за границу») и три — на оценку выраженности поведения по реализации этого намерения («я уже активно разрабатываю план действий для переезда за границу»; «в настоящее время я стараюсь получить как можно больше информации из разных источников о стране предполагаемого переезда»; «я уже активно взаимодействую с теми, кто может помочь мне переехать за

границу»). Проводился подсчет средних значений по трем утверждениям в каждом случае. Показатели α -Кронбаха по шкалам «эмиграционное намерение» и «поведение по реализации эмиграционного намерения» следующие: 0,90/0,86 (Беларусь); 0,91/0,89 (Казахстан); 0,88/0,87 (Россия).

Оценка образов настоящего и будущего страны проживания (Беларуси/Казахстана/России)

Респондентам предлагалось оценить свое отношение к настоящему и будущему страны проживания в соответствии с методикой «Временные аттитюды» Ж. Нюттена (в модификации Т.А. Нестика) [13]. Для оценки образов настоящего и будущего страны проживания предъявлялись 2 идентичных списка из 24-х прилагательных. Респонденты присваивали каждой характеристике балл от 1 до 7 в зависимости от того, насколько точно, по их мнению, каждое прилагательное описывает настоящее и будущее их страны.

Измерение контрольных переменных

Респонденты указывали свой пол, возраст, гражданство, материальное положение, иностранные языки, которыми они владеют, частоту выездов за границу, а также количество знакомых, друзей и родственников за границей, к которым они могли бы в случае необходимости обратиться за помощью. В качестве контрольных переменных, связанных с пандемией как значимым контекстом сбора данных, оценивались выраженность страха перед COVID-19 и объективная дистанция с данным заболеванием. Страх перед коронавирусной инфекцией измерялся с помощью Шкалы страха COVID-19 (FCV-19S) [23; 30]. Для измерения объективной дистанции с COVID-19 был использован вопрос «Болели ли (или болеете/болеют сейчас) Вы, Ваши родные, знакомые ко-

ронавирусом?» с четырьмя вариантами ответа (дистанция с COVID-19 кодировалась в соответствии с ближайшей отмеченной дистанцией с заболеванием).

Обработка данных

Для обработки данных использовалась программа IBM SPSS Statistics 23. Были проанализированы описательные статистики, надежность и согласованность шкал (α -Кронбаха), различия по t -критерию Стьюдента, проведен множественный регрессионный анализ. В качестве зависимых переменных выступили эмиграционное намерение и поведение по реализации эмиграционного намерения. Независимыми переменными выступили характеристики, отражающие содержание образов настоящего и будущего стран проживания, а также контрольные переменные.

Результаты

Согласно полученным данным, у российских студентов эмиграционные намерения, так же как и поведение по реализации этих намерений, выражены в меньшей степени, чем у белорусских и казахстанских студентов (табл. 1).

У студентов трех групп не обнаружено статистически значимых различий в оценке настоящего своих стран по двум характеристикам: «скудное» и «незначительное» (табл. 2).

При этом, согласно полученным результатам, студенты из Беларуси, Казахстана и России скорее не склонны оценивать настоящее своих стран как *незначительное* (показатели по данному параметру ниже 3,41 в трех выборках), но тяготеют к оценке настоящего своих стран как *скудного* (показатели выше 3,53). Не обнаружено статистически значимых различий в оценках студентами настоящего своих стран по следующим характеристикам: по параметру «активное» у белорусских студентов в

Таблица 1

**Средние значения, стандартные отклонения и различия
в эмиграционных намерениях и поведении по реализации этих намерений
у студентов Беларуси, Казахстана и России**

Переменные	Белорусские студенты	Казахстанские студенты	Российские студенты
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
Эмиграционное намерение	3,26(1,50) <i>p</i> *	3,26(1,61) <i>p</i> *	2,97(1,38) <i>б</i> [~] , <i>к</i> *
Поведение по реализации эмиграционного намерения	2,56(1,35) <i>p</i> **	2,53(1,45) <i>p</i> *	2,20(1,21) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> *

Примечания: *p* – статистически значимые различия с россиянами; *б* – статистически значимые различия с белорусами; *к* – статистически значимые различия с казахстанцами; **p* < 0,05; ***p* < 0,01.

Таблица 2

**Средние значения, стандартные отклонения и различия в представлениях
о настоящем стран проживания у студентов Беларуси, Казахстана и России**

Характеристики оценки настоящего страны проживания	Представления о настоящем		
	Беларуси	Казахстана	России
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
Негативные оценки (<i>min</i> = 1, <i>max</i> = 7)			
Безнадежное	3,97(1,64) <i>к</i> [*] , <i>p</i> **	3,65(1,65) <i>б</i> [*] , <i>p</i> ***	4,48(1,58) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Бессмысленное	3,85(1,62) <i>p</i> **	3,62(1,66) <i>p</i> ***	4,25(1,55) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Застойное	4,12(1,97) <i>к</i> ** [~] , <i>p</i> **	3,54(1,89) <i>б</i> ** [~] , <i>p</i> ***	4,73(1,87) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Незначительное	3,41(1,67)	3,13(1,62)	3,12(1,56)
Неприятное	4,23(1,68) <i>к</i> *** [~] , <i>p</i> **	3,60(1,65) <i>б</i> *** [~] , <i>p</i> ***	4,64(1,55) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Скучное	3,53(1,57)	3,56(1,71)	3,70(1,64)
Трудное	4,32(1,90) <i>p</i> ***	4,41(1,76) <i>p</i> ***	5,24(1,48) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Хаотичное	4,21(1,80) <i>p</i> **	3,97(1,73) <i>p</i> ***	4,74(1,65) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Позитивные и нейтральные оценки (<i>min</i> = 1, <i>max</i> = 7)			
Активное	4,40(1,71)	4,63(1,67) <i>p</i> **	4,14(1,75) <i>к</i> **
Безопасное	3,79(1,80) <i>к</i> ** [~] , <i>p</i> ***	4,38(1,73) <i>б</i> ** [~] , <i>p</i> ***	3,21(1,65) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Близкое	4,22(1,64) <i>p</i> *	4,42(1,80) <i>p</i> **	3,86(1,75) <i>б</i> [~] , <i>к</i> **
Длительное	4,44(1,59) <i>к</i> ** [~] , <i>p</i> ***	4,90(1,57) <i>б</i> ** [~]	5,00(1,55) <i>б</i> ***
Мое	4,20(1,68) <i>к</i> **	4,71(1,68) <i>б</i> ** [~] , <i>p</i> ***	3,96(1,73) <i>к</i> ***
Насыщенное событиями	4,60(1,76) <i>к</i> [*] , <i>p</i> ***	4,94(1,66) <i>б</i> [*]	5,15(1,58) <i>б</i> ***
Новаторское	3,99(1,77) <i>p</i> ***	3,88(1,75) <i>p</i> ***	3,08(1,67) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Определенное	3,88(1,86) <i>к</i> [*] , <i>p</i> ***	4,29(1,79) <i>б</i> [*] , <i>p</i> ***	3,22(1,70) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Прекрасное	4,00(1,56) <i>к</i> *** [~] , <i>p</i> *	4,66(1,51) <i>б</i> *** [~] , <i>p</i> ***	3,69(1,43) <i>б</i> [~] , <i>к</i> ***
Светлое	3,81(1,66) <i>к</i> ***	4,64(1,65) <i>б</i> *** [~] , <i>p</i> ***	3,51(1,62) <i>к</i> ***
Свободное	3,69(1,98) <i>к</i> *** [~] , <i>p</i> ***	4,39(1,95) <i>б</i> ** [~] , <i>p</i> ***	3,01(1,80) <i>б</i> ** [~] , <i>к</i> ***
Связанное с будущим страны	4,36(1,96) <i>к</i> **	4,97(1,65) <i>б</i> ** [~]	4,65(1,85)
Связанное с прошлым страны	4,56(1,80) <i>p</i> ***	4,67(1,88) <i>p</i> ***	5,30(1,66) <i>б</i> *** [~] , <i>к</i> ***

Характеристики оценки настоящего страны проживания	Представления о настоящем		
	Беларуси	Казахстана	России
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
Сплоченное	3,46(1,82) κ^{**}, p^{**}	4,55(1,74) δ^{***}, p^{***}	2,94(1,64) $\delta^{**}, \kappa^{***}$
Стабильное	3,83(1,98) κ^{**}, p^{*}	4,45(1,83) δ^{**}, p^{***}	3,37(1,87) δ^{*}, κ^{***}
Успешное	4,01(1,69) κ^{**}, p^{***}	4,48(1,56) δ^{**}, p^{***}	3,48(1,48) $\delta^{**}, \kappa^{***}$

Примечания: в таблице характеристики сгруппированы в 2 категории: (1) имеющие негативную коннотацию и (2) позитивную и нейтральную коннотацию; в анкете (при предъявлении респондентам) характеристики, имеющие разную коннотацию, чередовались между собой; δ – статистически значимые различия с беларусами, κ – статистически значимые различия с казахстанцами, p – статистически значимые различия с россиянами; жирным шрифтом выделены наибольшие средние значения (курсивом – наименьшие) по каждой оцениваемой характеристике среди студентов трех стран; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

сравнении с казахстанцами и россиянами; по параметру «связанное с будущим страны» у российских студентов в сравнении с казахстанцами и беларусами; по параметрам «длительное» и «насыщенное событиями» у российских и казахстанских студентов; по параметрам «мое» и «светлое» у беларусов и россиян; по параметрам «бессмысленное», «близкое» и «новаторское» у беларусов и казахстанцев. В целом студенты из Беларуси и Казахстана продемонстрировали меньше различий в оценке настоящего стран проживания (статистически значимые различия обнаружены по 15-и параметрам), нежели студенты из Беларуси и России (различия по 18-и параметрам) и из Казахстана и России (различия по 19-и параметрам).

Российские студенты рассматривают настоящее своей страны (России) как более *безнадежное, бессмысленное, застойное, неприятное, трудное и хаотичное* и в большей степени *связанное с прошлым страны* в сравнении с беларусскими и казахстанскими студентами, у которых данные характеристики при оценке настоящего своих стран (Беларуси и Казахстана) выражены в меньшей степени. Наряду с этим российская молодежь оценивает настоящее России как менее *безопасное, близкое, новаторское, определенное, прекрасное, свободное, сплоченное, стабильное и успешное*, нежели студенты Беларуси и Казахстана при оценке настоящего Казахстана. Отдельное внимание стоит уделить такому параметру оценки настоящего страны проживания, как «мое», отражающему степень сопричастности молодежи событиям в стране. Согласно полученным результатам, в большей степени данный параметр выражен у казахстанских студентов, нежели у беларусов и россиян. Стоит также обратить внимание на следующее: только при оценке настоящего России по отдельным параметрам (*длительное, насыщенное событиями, трудное,*

ценное, стабильное и успешное, нежели студенты Беларуси и Казахстана при оценке настоящего своих стран. Настоящее России ее молодыми гражданами воспринимается также как более *длительное и насыщенное событиями*, чем настоящее Беларуси беларусской молодежью, но при этом менее *активное и светлое*, чем настоящее Казахстана по оценкам казахстанских студентов. Сравнительный анализ образов настоящего Беларуси и Казахстана позволяет сделать вывод о том, что беларусские студенты воспринимают настоящее своей страны как более *безнадежное, неприятное и застойное*, а также менее *безопасное, длительное, насыщенное событиями, определенное, прекрасное, светлое, свободное, сплоченное, стабильное, успешное* и в меньшей степени *связанное с будущим страны*, нежели казахстанцы при оценке настоящего Казахстана. Отдельное внимание стоит уделить такому параметру оценки настоящего страны проживания, как «мое», отражающему степень сопричастности молодежи событиям в стране. Согласно полученным результатам, в большей степени данный параметр выражен у казахстанских студентов, нежели у беларусов и россиян. Стоит также обратить внимание на следующее: только при оценке настоящего России по отдельным параметрам (*длительное, насыщенное событиями, трудное,*

связанное с прошлым страны) наблюдаются средние значения выше 5-и баллов, что может свидетельствовать о выраженном консенсусе соответствующих представлений у российской студенческой молодежи.

В оценке будущего своих стран студенты из Беларуси и России продемон-

стрировали меньше различий (статистически значимые различия обнаружены по 7-и параметрам), нежели студенты из России и Казахстана (различия по 18-и параметрам) и из Беларуси и Казахстана (различия по 21-му параметру) (табл. 3).

Таблица 3

Средние значения, стандартные отклонения и различия в представлениях о будущем стран проживания у студентов Беларуси, Казахстана и России

Характеристики оценки будущего страны проживания	Представления о будущем		
	Беларуси	Казахстана	России
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>
Негативные оценки (<i>min</i> = 1, <i>max</i> = 7)			
Безнадежное	3,62(1,57) <i>κ</i> ^{***}	3,02(1,67) <i>б</i> ^{***} , <i>p</i> ^{***}	3,80(1,82) <i>κ</i>^{***}
Бессмысленное	3,51(1,63) <i>κ</i> ^{**}	2,97(1,69) <i>б</i> ^{**} , <i>p</i> ^{***}	3,73(1,78) <i>κ</i>^{***}
Застойное	3,63(1,82) <i>κ</i>^{***}	2,90(1,83) <i>б</i> ^{***} , <i>p</i> ^{***}	3,51(1,97) <i>κ</i> ^{***}
Незначительное	3,44(1,59) <i>κ</i>^{**}, <i>p</i>^{**}	2,97(1,68) <i>б</i> ^{**}	2,98(1,69) <i>б</i> ^{**}
Неприятное	3,57(1,53) <i>κ</i> ^{**}	3,10(1,78) <i>б</i> ^{**} , <i>p</i> ^{***}	3,84(1,78) <i>κ</i>^{***}
Скучное	3,42(1,58) <i>κ</i>^{**}	2,96(1,68) <i>б</i> ^{**} , <i>p</i> ^{**}	3,41(1,77) <i>κ</i> ^{**}
Трудное	4,06(1,67) <i>κ</i> ^{***} , <i>p</i> ^{**}	3,40(1,83) <i>б</i> ^{***} , <i>p</i> ^{***}	4,54(1,76) <i>б</i>^{**}, <i>κ</i>^{***}
Хаотичное	3,84(1,67)	3,52(1,88) <i>p</i> [*]	3,90(1,80) <i>κ</i>[*]
Позитивные и нейтральные оценки (<i>min</i> = 1, <i>max</i> = 7)			
Активное	4,45(1,58) <i>κ</i> ^{***}	5,30(1,54) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,71(1,77) <i>κ</i> ^{***}
Безопасное	4,31(1,56) <i>κ</i> ^{***}	4,94(1,76) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,06(1,83) <i>κ</i> ^{***}
Близкое	4,14(1,73) <i>κ</i> ^{**}	4,73(1,93) <i>б</i>^{**}, <i>p</i>^{**}	4,17(1,93) <i>κ</i> ^{**}
Длительное	4,47(1,62) <i>κ</i> ^{***} , <i>p</i> ^{**}	5,14(1,67) <i>б</i>^{***}	5,00(1,70) <i>б</i> ^{**}
Мое	4,54(1,70) <i>κ</i> [*]	4,94(1,75) <i>б</i>[*], <i>p</i>^{***}	4,34(1,81) <i>κ</i> ^{***}
Насыщенное событиями	4,58(1,65) <i>κ</i> ^{***} , <i>p</i> ^{***}	5,42(1,49) <i>б</i>^{***}	5,25(1,59) <i>б</i> ^{***}
Новаторское	4,12(1,73) <i>p</i> [*]	4,46(1,83)	4,18(1,93) <i>б</i> [*]
Определенное	4,23(1,69) <i>κ</i> ^{***}	5,00(1,81) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,09(1,93) <i>κ</i> ^{***}
Прекрасное	4,38(1,49) <i>κ</i> ^{***}	5,05(1,67) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,27(1,67) <i>κ</i> ^{***}
Светлое	4,33(1,54) <i>κ</i> ^{***}	5,13(1,72) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,26(1,78) <i>κ</i> ^{***}
Свободное	4,39(1,80) <i>κ</i> ^{***}	5,10(1,79) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,30(1,99) <i>κ</i> ^{***}
Связанное с настоящим страны	4,38(1,93) <i>κ</i> ^{***} , <i>p</i> ^{***}	5,10(1,66) <i>б</i>^{***}	4,97(1,84) <i>б</i> ^{***}
Связанное с прошлым страны	4,36(1,84) <i>p</i> [*]	4,49(1,92)	4,75(1,95) <i>б</i>[*]
Сплоченное	4,24(1,85) <i>κ</i> ^{***}	5,11(1,68) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,11(1,93) <i>κ</i> ^{***}
Стабильное	4,45(1,69) <i>κ</i> ^{***}	5,10(1,81) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,22(1,90) <i>κ</i> ^{***}
Успешное	4,38(1,52) <i>κ</i> ^{***}	5,17(1,60) <i>б</i>^{***}, <i>p</i>^{***}	4,26(1,74) <i>κ</i> ^{***}

Примечания: в таблице характеристики сгруппированы в 2 категории: (1) имеющие негативную коннотацию и (2) позитивную и нейтральную коннотацию; в анкете (при предъявлении

респондентам) характеристики, имеющие разную коннотацию, чередовались между собой; *б* — статистически значимые различия с белорусами, *к* — статистически значимые различия с казахстанцами, *р* — статистически значимые различия с россиянами; жирным шрифтом выделены наибольшие средние значения (курсивом — наименьшие) по каждой оцениваемой характеристике среди студентов трех стран; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Молодые россияне представляют будущее своей страны как более *трудное* в отличие от белорусских и казахстанских студентов, у которых выраженность данной характеристики при оценке будущего своих стран ниже. Это единственный параметр, отличающий субъективный студенческий образ будущего России одновременно и от образа будущего Беларуси, и от образа будущего Казахстана, представляемых молодыми гражданами этих стран. Наряду с этим российские студенты конструируют будущее России как более *длительное, насыщенное событиями, новаторское*, в большей степени *связанное с настоящим и прошлым страны* и менее *незначительное*, в сравнении с представлениями белорусских студентов о будущем Беларуси. В то же время в сравнении с представлениями казахстанской молодежи о будущем Казахстана молодые россияне воспринимают будущее России как более *безнадежное, бессмысленное, застойное, неприятное, скучное, хаотичное* и менее *активное, безопасное, близкое, определенное, прекрасное, светлое, свободное, сплоченное, стабильное, успешное*. Маркер сопричастности будущему страны (характеристика «мое») в большей степени выражен у казахстанских студентов при оценке будущего Казахстана, нежели у российских студентов при оценке будущего России.

Сравнительный анализ образов будущего Беларуси и Казахстана свидетельствует о том, что белорусские студенты воспринимают будущее своей страны как более *безнадежное, бессмысленное, застойное, незначительное, неприятное, скучное, трудное*, а также менее *активное, безопасное, близкое, длительное, насыщенное событиями*

ми, определенное, прекрасное, светлое, свободное, сплоченное, стабильное, успешное и в меньшей степени *связанное с настоящим страны*. Маркер сопричастности будущему страны (характеристика «мое») в большей степени выражен у казахстанских студентов, оценивающих будущее Казахстана, нежели у белорусских студентов, оценивающих будущее Беларуси. При этом стоит отметить, что конструируемый казахстанскими студентами образ будущего своей страны включает (в сравнении со средними значениями в других группах респондентов) наименьшие показатели по всем негативным характеристикам и наибольшие — по всем позитивным и нейтральным характеристикам, за исключением одной (*связанное с прошлым страны*), среднее значение по которой больше в российской выборке, но не имеет статистически значимых различий с соответствующим показателем у казахстанцев.

Сравнительный анализ средних значений характеристик воспринимаемого настоящего и конструируемого будущего стран проживания у студентов-граждан Беларуси, Казахстана и России свидетельствует о том, что образ будущего страны в каждой выборке более позитивен, нежели образ настоящего (табл. 2, 3). В трех выборках все негативные характеристики, включенные в образ будущего страны, имеют наименьшие средние значения, и практически все позитивные и нейтральные характеристики — наибольшие средние значения, в сравнении с аналогичными показателями оценок по характеристикам, включенным в образ настоящего. Исключением здесь являются параметры оценки *близкое* и *насыщенное событиями* в бело-

русской выборке и параметр *связанное с прошлым страны* в трех выборках: белорусские, казахстанские и российские студенты в меньшей степени склонны конструировать будущее своих стран как связанное с прошлым. В представлениях у студентов трех групп связь настоящего

стран проживания с прошлым этих стран более выражена (согласно средним значениям), чем с будущим.

Связи эмиграционной активности студентов с их представлениями о настоящем и будущем стран проживания представлены в табл. 4 и 5.

Таблица 4

Стандартизированные регрессионные коэффициенты связи эмиграционных намерений и поведения с представлениями о настоящем стран проживания и контрольными переменными у студентов Беларуси, Казахстана и России

Предикторы	Зависимые переменные		
	Эмиграционное намерение/ поведение по его реализации		
	Белорусские студенты ($R^2 = 0,10/0,05$)	Казахстанские студенты ($R^2 = 0,32/0,19$)	Российские студенты ($R^2 = 0,14/0,14$)
Характеристики оценки настоящего страны проживания			
Активное		- / 0,24*	
Близкое		-0,15* / -	
Длительное			-0,22** / -
Мое	0,20* / -		
Незначительное			-0,18* / -
Прекрасное		0,27* / -	
Светлое		-0,33* / -0,40**	
Свободное			-0,21* / -
Связанное с прошлым страны	- / 0,18*		
Скучное			0,20* / 0,19*
Сплоченное	-0,25** / -		
Хаотичное		-0,17* / -0,28**	
Контрольные переменные			
Возраст		-0,18** / -0,19*	
Владение иностранными языками (количество)	0,15* / 0,17*		0,16* / -
Число знакомых, друзей, родственников за границей, к которым можно обратиться за помощью			0,17* / 0,23**

Примечания: представлены результаты множественного регрессионного анализа; в таблицу включены только те предикторы, с которыми обнаружены статистически значимые регрессионные связи эмиграционных намерений и/или поведения у студентов; в скобках после обозначения каждой выборки через слэш представлены скорректированные значения R^2 (коэффициентов детерминации) для моделей с эмиграционными намерениями и поведением по их реализации в качестве зависимых переменных; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Таблица 5

Стандартизированные регрессионные коэффициенты связи эмиграционных намерений и поведения с представлениями о будущем стран проживания и контрольными переменными у студентов Беларуси, Казахстана и России

Предикторы	Зависимые переменные		
	Эмиграционное намерение/ поведение по его реализации		
	Белорусские студенты ($R^2 = 0,11/0,04$)	Казахстанские студенты ($R^2 = 0,40/0,14$)	Российские студенты ($R^2 = 0,12/0,21$)
Характеристики оценки будущего страны проживания			
Мое		-0,43*** / -0,26*	
Насыщенное событиями			-0,20* / -0,21*
Незначительное			-0,23* / -0,20*
Новаторское			- / -0,20*
Связанное с настоящим страны	0,23* / 0,25**	-0,17* / -	
Сплоченное	-0,35* / -		
Контрольные переменные			
Возраст		-0,24*** / -0,20*	
Владение иностранными языками (количество)		0,18** / 0,16*	
Число знакомых, друзей, родственников за границей, к которым можно обратиться за помощью			0,18* / 0,24***

Примечания: представлены результаты множественного регрессионного анализа; в таблицу включены только те предикторы, с которыми обнаружены статистически значимые регрессионные связи эмиграционных намерений и/или поведения у студентов; в скобках после обозначения каждой выборки через слэш представлены скорректированные значения R^2 (коэффициентов детерминации) для моделей с эмиграционными намерениями и поведением по их реализации в качестве зависимых переменных; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

Среди российских студентов эмиграционные намерения выражены в большей степени у тех, кто владеет большим количеством иностранных языков, у кого больше знакомых за границей и кто рассматривает настоящее России как менее *длительное*, менее *свободное*, скорее *значительное*, чем *незначительное*, но в то же время как более *скудное*. В отношении оценки будущего России связи с намерениями переехать жить за границу у российских студентов следующие: настроенная на эмиграцию молодежь демонстрирует наименьшие

показатели оценок будущего страны по параметрам *незначительное* и *насыщенное событиями* и имеет больше знакомых за границей. Поведение по реализации эмиграционного намерения выражено в большей степени у тех российских студентов, которые рассматривают настоящее своей страны как более *скудное* и обладают большим числом знакомств за рубежом. Количество связей за границей также является значимым предиктором в модели связи выраженного эмиграционного поведения российской молодежи и оценки будущего

страны как менее *новаторского, не насыщенного событиями*, но в то же время скорее *значительного*, чем *незначительного*.

Белорусские студенты с выраженными миграционными намерениями владеют большим количеством иностранных языков, а также склонны воспринимать настоящее Беларуси как *не сплоченное*, но *свое*. Будущее Беларуси видится белорусским студентам с миграционными намерениями как *не сплоченное и связанное с настоящим страны*. Поведение по реализации миграционных намерений характерно для белорусских студентов, знающих иностранные языки и характеризующих настоящее Беларуси как *связанное с ее прошлым*. Будущее Беларуси студенты-граждане страны с выраженным миграционным поведением воспринимают как *связанное с ее настоящим*.

Среди казахстанских студентов намерения эмигрировать выражены у более молодых респондентов, которые оценивают настоящее Казахстана как более *прекрасное, но менее близкое, менее хаотичное и менее светлое*. Стремятся переехать за границу также казахстанские студенты, оценивающие будущее страны как *не свое и не связанное с ее настоящим*. При этом данные студенты моложе и владеют большим количеством иностранных языков. Поведение по реализации миграционных намерений характерно для более молодых студентов, оценивающих настоящее Казахстана как *более активное, но менее светлое и менее хаотичное*. Миграционное поведение также более выражено у более молодых казахстанских студентов, владеющих иностранными языками и демонстрирующих низкую сопричастность будущему Казахстана — *не мое*.

Обсуждение результатов

В ходе исследования обнаружены различия в представлениях о настоящем и

будущем стран проживания, а также в характере связей этих представлений с эмиграционной активностью у студенческой молодежи Беларуси, Казахстана и России. Наиболее оптимистичный образ настоящего и будущего страны проживания присущ казахстанским студентам. Они же демонстрируют большую сопричастность настоящему и будущему своей страны, чем россияне и белорусы. В то же время, несмотря на большую позитивность представлений о настоящем и будущем страны проживания у казахстанцев (в сравнении с представлениями о странах проживания у белорусов и россиян), выраженность эмиграционной активности у них (так же как и у белорусов) статистически значимо выше, чем у российской молодежи. Объяснением этому может служить следующее: фактором эмиграционной активности выступает не целостный образ настоящего или будущего страны, а его отдельные элементы, наиболее значимые для молодежи. Так, согласно результатам исследования, для российской молодежи наиболее значимым сдерживающим фактором эмиграционной активности на уровне намерений выступает представление о временной протяженности, разнообразии и свободе как характеристиках настоящего России, а также представления о событийной насыщенности как характеристике ее будущего. На поведенческом уровне такими факторами выступают (дополнительно к обозначенным) представления об инновационном будущем России. То есть, вероятно, эмиграционная активность российской молодежи в 2021-м году (на момент сбора эмпирических данных) определялась в том числе стремлением к удовлетворению потребностей в интересной, насыщенной, прогрессивной жизни за пределами страны в связи с отсутствием, по представлениям молодежи, возможностей в настоящем и будущем

удовлетворить эти потребности в стране проживания. Данные выводы согласуются с результатами нашего более раннего исследования, проведенного на выборке смоленских студентов в 2019 году [4] и связанного с анализом их представлений о мотивах эмиграции российской молодежи. Была обнаружена низкая степень удовлетворенности смоленской студенческой молодежи условиями жизни в стране, при этом наибольшее беспокойство было обозначено в отношении социально-экономических, политических и правовых аспектов жизни в России. В то же время, согласно другим результатам нашего исследования [11], современная российская студенческая молодежь, обладающая выраженными эмиграционными намерениями и возможностями для их реализации, отличается большей ориентацией на ценности достижения в терминологии Ш. Шварца [27], то есть в большей степени стремится к успешности и проявлению своих способностей. Все вышесказанное подтверждает прикладную значимость данных исследований и необходимость учета полученных результатов специалистами в области молодежной политики с целью профилактики эмиграционного поведения образованной российской молодежи и сохранения ценного социального капитала на уровне страны.

Рассмотрим предикторы эмиграционной активности студентов Беларуси и Казахстана. Анализ происходящих в Беларуси событий, предшествующих сбору эмпирических данных (социально-политический кризис, протесты населения) [5], позволяет сделать вывод о том, что, изучая эмиграционную активность молодежи Беларуси в 2021 году, мы вероятнее всего зафиксировали намерения не добровольной, а вынужденной (или условно вынужденной) эмиграции молодежи, находящейся в оппозиции к власти.

Возможно, именно поэтому был выявлен высокий уровень сопричастности настоящему Беларуси у белорусских студентов с выраженной эмиграционной активностью. То есть намерение уехать из страны оказалось присуще тем молодым белорусам, которым не безразлично настоящее Беларуси, но которых не устраивает разобщенность страны и которые прогнозируют пролонгирование настоящего Беларуси в ее будущем. Одними из ключевых факторов эмиграционной активности на уровне поведения для молодых белорусов в 2021 г. выступили представления о связанности прошлого, настоящего и будущего страны и прогнозирование отсутствия изменений. В связи с этим можно предположить, что факторами, сдерживающими эмиграционную активность белорусской студенческой молодежи, могли бы быть ее представления о вероятности изменений в будущем в социально-политической сфере в стране.

Специфические взаимосвязи между эмиграционной активностью студенческой молодежи и ее представлениями о стране проживания обнаружены на казахстанской выборке. Молодым гражданам Казахстана, намеревающимся уехать за границу, настоящее страны в 2021 г. представлялось как *прекрасное*, но не светлое (или *темное*, если мыслить в категориях антонимов), а будущее конструировалось как *чужое (не мое)* и *связанное с настоящим страны*. Научный анализ причин массовых протестов, произошедших в Казахстане в 2022 г. [8; 16], позволяет сделать вывод о том, что выявленные в 2021 г. представления молодежи Казахстана, желающей переехать за границу, о настоящем страны как о *прекрасном*, но *не светлом* могли являться отражением объективно-существующих, но завуалированных на тот момент противоречий и кризисов в социально-политической и социально-экономической сферах. Опи-

раясь на полученные результаты, можно предположить, что одним из важных сдерживающих эмиграционную активность казахстанских студентов факторов может являться ощущение сопричастности будущему Казахстана в сочетании с представлениями о возможности преодоления ключевых противоречий настоящего страны в ее будущем. В данном случае прослеживается некоторое сходство у белорусской и казахстанской студенческой молодежи, ориентированной на переезд за границу, в представлениях о преемственности и идентичности настоящего и будущего Беларуси и Казахстана соответственно. Таким образом, зафиксированные в январе-апреле 2021 г. взаимосвязи позволяют увидеть «болевы́е точки» в восприятии настоящего и конструировании будущего своих стран студенческой молодежью Беларуси, Казахстана и России, стимулирующие ее эмиграционную активность.

Заключение

Результаты исследования свидетельствуют о том, что эффективная реализация молодежной политики в сфере сохранения ценного человеческого капитала на уровне стран требует учета взаимосвязей эмиграционной активности с представлениями молодежи о стране проживания, формирующихся в конкретном социокультурном контексте. В современных нестабильных условиях с множеством глобальных рисков и изменений молодежь как важнейшая часть социального капитала любой страны нуждается во внимании и сопровождении

со стороны ученых, а также в скоординированных действиях представителей всех уровней управления и реализации молодежной политики стран. Неудовлетворенность настоящим у молодежи, так же как и низкая степень привлекательности образа будущего страны и/или слабое ощущение сопричастности этому будущему, могут трансформироваться в намерения переехать. В связи с этим своевременное изучение, учет и корректировка средствами государственной молодежной политики факторов эмиграционной активности молодежи, отраженных в ее представлениях о настоящем и будущем страны, играют важную роль в профилактике ее эмиграционной активности.

В проведенном исследовании присутствуют ограничения, связанные с особенностями выборки: в выборках трех стран преобладают женщины, а казахстанскую выборку составляют респонденты преимущественно из северных регионов страны. При проведении дальнейших исследований планируется нивелирование данных ограничений, а также обращение к сбору/анализу не только количественных, но и качественных данных. Планируется изучение социальных представлений о стране проживания у студенческой молодежи России и других государств постсоветского пространства с использованием методов полуструктурированного интервью и свободных словесных ассоциаций, а также анализ взаимосвязей выявленных представлений с эмиграционной активностью молодежи.

Литература

1. *Айтжанова Д.Н.* Основные этапы институализации государственной молодежной политики Российской Федерации и Республики Казахстан // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2018. № 1(17). С. 149–157. DOI:10.25513/2312-1300.2018.1.149–157
2. *Акименко А.К.* Представления о прошлом, настоящем и будущем в системе социально-психологической адаптации личности // Известия Саратовского университета. Новая

- серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. 2014. Т. 3. № 2. С. 131–142. DOI:10.18500/2304-9790-2014-3-2-131-141
3. *Будко Д.А., Лукьянова Г.В.* Образ идеальной России в сознании студенческой молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2019. № 21(2). С. 184–194.
 4. *Гриценко В.В., Муращенкова Н.В., Ефременкова М.Н.* Представления смоленских студентов о мотивах эмиграции современной российской молодежи // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. 2020. Т. 9. № 4(36). С. 358–366. DOI:10.18500/2304-9790-2020-9-4-350-357
 5. *Дырина А.* Беларусь после президентских выборов 2020 г. // Европейская безопасность: события, оценки, прогнозы. 2020. Т. 58. № 74. С. 8–11.
 6. *Комаровский В.С.* Образ желаемого будущего России: проблемы формирования // Власть. 2020. Т. 28. № 1. С. 45–50. DOI:10.31171/vlast.v28i1.7041
 7. *Кравцова А.Н., Кузинер Е.Н.* Быть взрослым и/или уметь им быть: модели взросления ранних миллениалов // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2. С. 120–139. DOI:10.14515/monitoring.2022.2.2141
 8. *Митин А.А., Стефанкин А.Е.* Протесты в Казахстане: причины и последствия // Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Молодежь в условиях информационного общества: международный, национальный и региональный аспекты» (г. Кемерово, 23 марта 2022 г.). Кемерово: Изд-во КГУ, 2022. С. 89–95.
 9. Молодежь в городе: культуры, сцены и солидарности. Сост. и науч. ред. Е.Л. Омельченко. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 502 с. DOI:10.17323/978-5-7598-2128-1
 10. Молодежь в Содружестве Независимых Государств: стат. портрет / Статкомитет СНГ, ЮНФПА. М.: 2021. 166 с.
 11. *Муращенкова Н.В., Гриценко В.В., Ефременкова М.Н.* «Хочу» и «могу» в эмиграционном дискурсе российской студенческой молодежи в условиях пандемии COVID-19: роль индивидуальных ценностей // Материалы 6-й Международной научно-практической конференции «Социально-психологическая адаптация мигрантов в современном мире» (г. Пенза, 25–26 марта 2022 г.). М.: Перо, 2022. С. 151–159.
 12. *Муращенкова Н.В.* Социальные аксиомы и страх перед COVID-19: мультигрупповой анализ связи у студенческой молодежи трех стран // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 2. С. 89–108. DOI:10.17759/sps.2022130207
 13. *Нестик Т.А.* Социально-психологическая детерминация группового отношения к времени: дисс. ... докт. психол. наук. М., 2015. 479 с.
 14. *Омельченко Е.Л., Лисовская И.В.* Молодежь как барометр будущего? Молодежная повестка в современной России сквозь мнения экспертов по молодежной политике // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2022. № 2. С. 66–92. DOI:10.14515/monitoring.2022.2.2078
 15. Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf> (дата обращения: 11.06.2022).
 16. *Притчин С.А.* Политический кризис в Казахстане // Россия и новые государства Евразии. 2022. № 1(54). С. 56–67. DOI:10.20542/2073-4786-2022-1-56-67
 17. *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33. DOI:10.7868/S0132162518030029
 18. *Флоринская Ю.Ф., Карачурина Л.Б.* Новая волна интеллектуальной эмиграции из России: мотивы, каналы и механизмы // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 183–200.
 19. *Фролова С.В.* Социально-психологическая концепция приверженности личности стране: дисс. ...докт. психол. наук. Саратов, 2020. 504 с.

20. Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В. Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. № 10(3). С. 74–94. DOI:10.24411/2221-3279-2019-10031
21. Ajzen I. Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. 2002 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.people.umass.edu/ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf> (дата обращения: 10.03.2022).
22. Ajzen I. The theory of planned behavior // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 1991. Vol. 50. № 2. P. 179–211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
23. COVID-19 Fear in Eastern Europe: Validation of the Fear of COVID-19 Scale / Reznik A. [et al.] // International Journal of Mental Health and Addiction. 2021. Vol. 19. No. 5. P. 1903–1908. DOI:10.1007/s11469-020-00283-3
24. Dako-Gyeye M. Exploring the Migration Intentions of Ghanaian Youth: A Qualitative Study // Journal of International Migration and Integration. 2016. Vol. 17. No. 3. P. 723–744. DOI:10.1007/s12134-015-0435-z
25. De Jong P.W., Fonseca M.L. The role of the origin country in migration aspirations: A cross-national comparison of Master students in Portugal and the Netherlands // Population Space and Place. 2020. Vol. 26. No. 5. P. 1–14. DOI:10.1002/psp.2325
26. International Migration and World Happiness / J.F. Helliwell [et al.] // World Happiness Report. New York: Sustainable Development Solutions Network. 2018. P. 13–44.
27. Schwartz S.H. Basic individual values: Sources and consequences // Handbook of value: perspectives from economics, neuroscience, philosophy, psychology and sociology / In D. Sander, T. Brosch (Eds.). Oxford University Press, 2015. P. 63–84. DOI:10.1093/acprof:oso/9780198716600.003.0004
28. Silvan K. Youth policy practice in post-Soviet Russia and Belarus: past and present // Мир России. Социология. Этнология. 2019. Т. 28. № 1. С. 161–171. DOI:10.17323/1811-038X-2019-28-1-161-171
29. Tartakovskiy E., Patrakov E., Nikulina M. Factors affecting emigration intentions in the diaspora population: The case of Russian Jews // International Journal of Intercultural Relations. 2017. No. 59. P. 53–67. DOI:10.1016/j.ijintrel.2017.05.002
30. The Fear of COVID-19 Scale: Development and initial validation / D.K. Ahorsu [et al.] // International Journal of Mental Health and Addiction. 2022. Vol. 20. No. 3. P. 1537–1545. DOI:10.1007/s11469-020-00270-8
31. Thulin E., Vilhelmsen B. The Internet and Desire to Move: The Role of Virtual Practices in the Inspiration Phase of Migration // Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie. 2016. Vol. 107. No. 3. P. 257–269. DOI:10.1111/tesg.12144

References

1. Aitzhanova D.N. Osnovnye etapy instutualizatsii gosudarstvennoi molodezhnoi politiki Rossiiskoi Federatsii i Respubliki Kazakhstan [The Main Stages of Institutionalization of the State Youth Policy of the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Istoricheskie nauki» = Bulletin of Omsk University. Series “Historical Sciences”*, 2018. Vol. 1, no. 17, pp. 149–157. DOI:10.25513/2312-1300.2018.1 (In Russ.).
2. Akimenko A.K. Predstavleniya o proshlom, nastoyashchem i budushchem v sisteme sotsial’no-psikhologicheskoi adaptatsii lichnosti [Ideas about the Past, Present and Future in the System of Socio-Psychological Adaptation of the Individual]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = Izvestiya Saratov University. A new series. Acmeology of Education series. Developmental psychology*, 2014. Vol. 3, no. 2, pp. 131–142. DOI:10.18500/2304-9790-2014-3-2-131-141 (In Russ.).
3. Budko D.A., Luk’yanova G.V. Obraz ideal’noi Rossii v soznanii studencheskoi molodezhi [The image of an ideal Russia in the minds of students]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov*.

Seriya: Politologiya = Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Political Science, 2019. Vol. 21, no. 2, pp. 184–194. (In Russ.).

4. Gritsenko V.V., Murashchenkova N.V., Efremenkova M.N. Predstavleniya smolenskikh studentov o motivakh emigratsii sovremennoi rossiiskoi molodezhi [Representations of Smolensk Students about the Motives of Emigration of Modern Russian Youth]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Akmeologiya obrazovaniya. Psikhologiya razvitiya = Izvestiya Saratov University. A new series. Acmeology of Education series. Developmental psychology*, 2020. Vol. 9, no. 4(36), pp. 358–366. DOI:10.18500/2304-9790-2020-9-4-350-357 (In Russ.).
5. Dyrina A. Belarus' posle prezidentskikh vyborov 2020 g. [Belarus after the Presidential Elections in 2020]. *Evropeiskaya bezopasnost': sobytiya, otsenki, prognozy = European security: events, assessments, forecasts*, 2020. Vol. 58, no. 74, pp. 8–11. (In Russ.).
6. Komarovskii V.S. Obraz zhelaemogo budushchego Rossii: problemy formirovaniya [The Image of the Desired Future of Russia: Problems of Formation]. *Vlast' = Power*, 2020. Vol. 28, no. 1, pp. 45–50. DOI:10.31171/vlast.v28i1.7041 (In Russ.).
7. Kravtsova A.N., Kuziner E.N. Byt' vzroslym i/ili umet' im byt': modeli vzrosleniya rannikh millenialov [Being an adult and/or being able to be one: models of growing up of early millennials]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring public opinion: economic and social changes*, 2022. Vol. 2, pp. 120–139. DOI:10.14515/monitoring.2022.2.2141 (In Russ.).
8. Mitin A.A., Stefankin A.E. Protesty v Kazakhstane: Prichiny i Posledstviya [Protests in Kazakhstan: Causes and Consequences]. *Sbornik statei Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Molodezh' v usloviyakh informatsionnogo obshchestva: mezhdunarodnyi, natsional'nyi i regional'nyi aspekty"* (g. Kemerovo, 23 marta 2022 g.) [Collection of articles of the All-Russian Scientific and Practical Conference "Youth in the information society: international, national and regional aspects"]. Kemerovo: Publ. KSU, 2022, pp. 89–95. (In Russ.).
9. Molodezh' v gorode: kul'tury, stseny i solidarnosti [Youth in Cities: Cultures, Scenes and Solidarity]. Sost. i nauch. red. E.L. Omel'chenko. Moscow: Publ. Dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2020. 502 p. DOI:10.17323/978-5-7598-2128-1 (In Russ.).
10. Molodezh' v Sodruzhestve Nezavisimykh Gosudarstv: stat. portret [Youth in the Commonwealth of Independent States: a statistical portrait], Statkomitet SNG, YuNFPA. Moscow, 2021. 166 p. (In Russ.).
11. Murashchenkova N.V., Gritsenko V.V., Efremenkova M.N. «Khochu» i «mogu» v emigratsionnom diskurse rossiiskoi studencheskoi molodezhi v usloviyakh pandemii COVID-19: rol' individual'nykh tsennostei ["I Want" and "I Can" in the Emigration Discourse of Russian Students in the Context of the COVID-19 Pandemic: the Role of Individual Values]. Materialy 6-i Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Sotsial'no-psikhologicheskaya adaptatsiya migrantov v sovremennom mire" (g. Penza, 25-26 marta, 2022 g.) [Proceedings of the Sixth International Scientific and Practical Conference "Socio-psychological Adaptation of Migrants in the Modern World"]. Moscow: Pero, 2022, pp. 151–159. (In Russ.).
12. Murashchenkova N.V. Sotsial'nye aksiomy i strakh pered COVID-19: mul'tigruppovoi analiz svyazi u studencheskoi molodezhi trekh stran [Social Axioms and Fear of COVID-19: a Multigroup Analysis of Communication Among Students of Three Countries]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 2, pp. 89–108. DOI:10.17759/sps.2022130207 (In Russ.).
13. Nestik T.A. Sotsial'no-psikhologicheskaya determinatsiya gruppovogo otnosheniya k vremeni. Diss. dokt. psikhol. nauk. [Socio-psychological Determination of Group Attitude to time. Dr. Sci. (Psychology) diss.]. Moscow, 2015. 479 p. (In Russ.).
14. Omel'chenko E.L., Lisovskaya I.V. Molodezh' kak barometr budushchego? Molodezhnaya povestka v sovremennoi Rossii skvoz' mneniya ekspertov po molodezhnoi politike [Youth as a Barometer of the Future? The Youth Agenda in Modern Russia through the Opinions of Experts on Youth Policy]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny =*

- Monitoring public opinion: economic and social changes*, 2022. Vol. 2, pp. 66–92. DOI:10.14515/monitoring.2022.2.2078 (In Russ.).
15. Osnovy gosudarstvennoi molodezhnoi politiki Rossiiskoi Federatsii na period do 2025 goda [Elektronnyi resurs] [Fundamentals of the State Youth Policy of the Russian Federation for the Period up to 2025]. URL: <http://static.government.ru/media/files/ceFXleNUqOU.pdf> (Accessed 11.06.2022). (In Russ.).
16. Pritchins S.A. Politicheskii krizis v Kazakhstane [Political Crisis in Kazakhstan]. *Rossiya i novye gosudarstva Evrazii = Russia and the new States of Eurasia*, 2022. Vol. 1, no. 54, pp. 56–67. DOI:10.20542/2073-4786-2022-1-56-67 (In Russ.).
17. Radaev V.V. Millenialy na fone predshestvuyushchikh pokolenii: empiricheskii analiz [Millennials against the Background of Previous Generations: an Empirical Analysis]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological research*, 2018. Vol. 3, pp. 15–33. DOI:10.7868/S0132162518030029 (In Russ.).
18. Florinskaya Yu.F., Karachurina L.B. Novaya volna intellektual'noi emigratsii iz Rossii: motivy, kanaly i mekhanizmy [A New Wave of Intellectual Emigration from Russia: Motives, Channels and Mechanisms]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny = Monitoring public opinion: economic and social changes*, 2018. Vol. 6, pp. 183–200. (In Russ.).
19. Frolova S.V. Sotsial'no-psikhologicheskaya kontseptsiya priverzhennosti lichnosti strane. Diss. dokt. psikhol. nauk [The Socio-psychological Concept of a Person's Commitment to the Country. Dr. Sci. (Psychology) diss.]. Saratov, 2020. 504 p. (In Russ.).
20. Shestopal E.B., Smul'kina N.V. Sravnitel'nyi analiz obrazov svoei strany u zhitelei rossiiskikh regionov [Comparative Analysis of Images of Their Country Among Residents of Russian Regions]. *Sravnitel'naya politika = Comparative politics*, 2019. Vol. 10, no. 3, pp. 74–94. DOI:10.24411/2221-3279-2019-10031 (In Russ.).
21. Ajzen I. Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. 2002 [Elektronnyi resurs]. URL: <http://www.people.umass.edu/ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf> (Accessed 10.03.2022).
22. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. Vol. 50, no. 2, pp. 179–211. DOI:10.1016/0749-5978(91)90020-T
23. Reznik A. et al. COVID-19 Fear in Eastern Europe: Validation of the Fear of COVID-19 Scale. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 2021. Vol. 19, no. 5, pp. 1903–1908. DOI:10.1007/s11469-020-00283-3
24. Dako-Gyeke M. Exploring the Migration Intentions of Ghanaian Youth: A Qualitative Study. *Journal of International Migration and Integration*, 2016. Vol. 17, no. 3, pp. 723–744. DOI:10.1007/s12134-015-0435-z
25. De Jong P.W., Fonseca M.L. The role of the origin country in migration aspirations: A cross-national comparison of Master students in Portugal and the Netherlands. *Population Space and Place*, 2020. Vol. 26, no. 5, pp. 1–14. DOI:10.1002/psp.2325
26. Helliwell J.F. et al. International Migration and World Happiness. *World Happiness Report*. New York: Sustainable Development Solutions Network, 2018, pp. 13–44.
27. Schwartz S.H. Basic individual values: Sources and consequences. *Handbook of value: perspectives from economics, neuroscience, philosophy, psychology and sociology*. In D. Sander, T. Brosch (Eds.). Oxford University Press, 2015, pp. 63–84. DOI:10.1093/acprof:oso/9780198716600.003.0004
28. Silvan K. Youth policy practice in post-Soviet Russia and Belarus: past and present. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya = The world of Russia. Sociology. Ethnology*, 2019. Vol. 28, no. 1, pp. 161–171. DOI:10.17323/1811-038X-2019-28-1-161-171
29. Tartakovsky E., Patrakov E., Nikulina M. Factors affecting emigration intentions in the diaspora population: The case of Russian Jews. *International Journal of Intercultural Relations*, 2017. Vol. 59, pp. 53–67. DOI:10.1016/j.ijintrel.2017.05.002
30. Ahorsu D.K. et al. The Fear of COVID-19 Scale: Development and initial validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 2022. Vol. 20, no. 3, pp. 1537–1545. DOI:10.1007/s11469-020-00270-8

31. Thulin E., Vilhelmson B. The Internet and Desire to Move: The Role of Virtual Practices in the Inspiration Phase of Migration. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 2016. Vol. 107, no. 3, pp. 257–269. DOI:10.1111/tesg.12144

Информация об авторах

Ефременкова Мария Николаевна, аспирант кафедры этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0201-5340>, e-mail: mnemema@yandex.ru

Муращенкова Надежда Викторовна, кандидат психологических наук, научный сотрудник Центра социокультурных исследований, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0793-3490>, e-mail: ncel@yandex.ru

Гриценко Валентина Васильевна, доктор психологических наук, профессор кафедры этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7543-5709>, e-mail: gritsenko2006@yandex.ru

Стельмах Светлана Александровна, кандидат психологических наук, профессор кафедры психологии и коррекционной педагогики, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова» (НАО ВКУ им. С. Аманжолова), г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3383-4189>, e-mail: stelmah_svetlana@mail.ru

Бурдина Елена Ивановна, доктор педагогических наук, профессор кафедры личностного развития и образования, НАО «Торайгыров университет» (НАО ТоУ), г. Павлодар, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7757-7612>, e-mail: e.i.burdina@mail.ru

Information about the authors

Maria N. Efremenkova, Postgraduate Student of the Department of Cross-cultural Psychology and Multicultural Education, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0201-5340>, e-mail: mnemema@yandex.ru

Nadezhda V. Murashchenkova, PhD in Psychology, Research Fellow, Centre for Sociocultural Research, HSE University, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0793-3490>, e-mail: ncel@yandex.ru

Valentina V. Gritsenko, Doctor of Psychology, Professor of the Department of Cross-Cultural Psychology and Multicultural Education, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7543-5709>, e-mail: gritsenko2006@yandex.ru

Svetlana A. Stelmakh, PhD in Psychology, Professor of the Department of Psychology and Correctional Pedagogy, Sarsen Amanzholov East Kazakhstan University, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3383-4189>, e-mail: stelmah_svetlana@mail.ru

Elena I. Burdina, Doctor of Pedagogy, Professor of the Department of Personal Development and Education, Toraiyrov University, Pavlodar, Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7757-7612>, e-mail: e.i.burdina@mail.ru

Получена 01.08.2022

Received 01.08.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

Личностные корреляты зависимости от социальных сетей белорусских и российских мужчин и женщин

Шейнов В.П.

Республиканский институт высшей школы, г. Минск, Республика Беларусь

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2191-646X>, *e-mail:* sheinov1@mail.ru

Белых Т.В.

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО СГУ),

г. Саратов, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2478-3460>, *e-mail:* tobelih@mail.ru

Низовских Н.А.

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ВятГУ»),

г. Киров, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5541-5049>, *e-mail:* nina.nizovskikh@gmail.com

Девяцун А.С.

Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2804-4107>, *e-mail:* a.dziavitsyn@gmail.com

Цель. Выявление и анализ личностных коррелятов зависимости от социальных сетей у белорусских и российских респондентов.

Контекст и актуальность. Социальные сети в настоящее время приобрели большую популярность как средство коммуникации, но чрезмерное их использование связано с психологическими рисками возникновения аддикций. Выявление связей между зависимостью от социальных сетей и личностными характеристиками их активных пользователей может способствовать своевременной профилактике аддиктивного поведения.

Дизайн исследования. Исследование было осуществлено с использованием социально-психологического опроса для выявления комплекса личностных характеристик и их связи с показателями зависимости от социальных сетей отдельно у российских и белорусских мужчин и женщин. Проводилось с сентября по декабрь 2021 года.

Участники. 766 респондентов: 404 белоруса (74,3% — женщины) и 362 россиянина (65,7% — женщины). Средний возраст участников — 20,5 лет ($SD = 5,4$).

Методы (инструменты). Личностные опросники; корреляционный анализ.

Результаты. У всех респондентов зависимость от социальных сетей положительно коррелирует с зависимостью от использования смартфона (смартфон-аддикцией) и импульсивностью. Корреляции показателей зависимости от социальных сетей с нарциссизмом, ассертивностью и незащищенностью от манипуляций имеют некоторые различия у белорусских и российских мужчин и женщин.

Основные выводы. Выявленные в ходе исследования корреляции зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками пользователей могут учитываться в разъяснительной, профилактической и коррекционной работе.

Ключевые слова: зависимость от социальных сетей, смартфон-аддикция, личностные корреляты, импульсивность, нарциссизм, ассертивность, незащищенность от манипуляций.

Для цитаты: Шейнов В.П., Белых Т.В., Низовских Н.А., Девяцын А.С. Личностные корреляты зависимости от социальных сетей белорусских и российских мужчин и женщин // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 132–149. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140108>

Personal Correlates of Dependence on Social Networks of Belarusian and Russian Men and Women

Viktor P. Sheinov

Republican Institute of Higher Education, Minsk, Belarus

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2191-646X>, e-mail: sheinov1@mail.ru

Tatiana V. Belykh

Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2478-3460>, e-mail: tobelih@mail.ru

Nina A. Nizovskikh

Vyatka State University, Kirov, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5541-5049>, e-mail: nina.nizovskikh@gmail.com

Anton S. Dziavitsyn

Belarusian State University, Minsk, Belarus

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2804-4107>, e-mail: a.dziavitsyn@gmail.com

Objective. Identification and analysis of personal correlates of dependence on social networks in Belarusian and Russian respondents.

Context and relevance. Social networks have now become very popular as a means of communication, but their excessive use is associated with the psychological risks of addiction. Identification of the relationship between addiction to social networks and the personal characteristics of their active users can contribute to the timely prevention of addictive behavior.

Study design. The study was carried out using a socio-psychological survey to identify a set of personality characteristics and their relationship with indicators of dependence on social networks in Russian and Belarusian men and women separately.

Participants. The 766 respondents: 404 Belarusians (74,3% women) and 362 Russians (65,7% women). The average age of the participants was 20,5 years ($SD = 5,4$).

Methods (tools). The personality questionnaires; the analysis of the correlations of social media addiction with impulsivity, narcissism, exposure to manipulation, assertiveness, and smartphone addiction.

Results. The dependence on social networks in all respondents is positively correlated with impulsivity and dependence on a smartphone (smartphone addiction). The correlate social media addiction and assertiveness, narcissism, and vulnerability to manipulation differs between Belarusian and Russian men and women.

Conclusions. The correlations of dependence on social networks with the personal characteristics of users revealed during the study can be taken into account in explanatory, preventive and corrective work.

Keywords: dependence on social networks, smartphone addiction, personality correlates, impulsiveness, narcissism, assertiveness, exposure to manipulation.

For citation: Sheinov V.P., Belykh T.V., Nizovskikh N.A., Dziavitsyn A.S. Personal Correlates of Dependence on Social Networks of Belarusian and Russian Men and Women. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 132–149. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140108> (In Russ.).

Введение

Социальные интернет-сети играют все большую роль в процессе коммуникации [16], причем в условиях самоизоляции, вызванной пандемией COVID-19, они стали еще более востребованными [35]. Существовая уже четверть века, социальные сети насчитывают более сотни и становятся все более популярными [19], что обусловлено их уникальными возможностями и преимуществами.

Социальные сети позволяют пользователям приобщиться к своей референтной группе, почувствовать себя более защищенными [1]. Среди значимых социальных мотивов использования социальных сетей исследователи выделяют возможность поддержания отношений с близкими людьми, знакомство с новыми людьми, возможность самопрезентации [18; 19; 24]. Опосредуя общение, социальные сети позволяют создавать «виртуальный социальный капитал», который дополняет социальный капитал, созданный в режиме офлайн» [16, с. 9].

Вместе с тем вовлеченность в социальные сети связана с рисками, таит в себе опасности, в числе которых возможная утрата приватности [23], анти-нормативные проявления [3], возникновение зависимостей [10]. Последнее обусловлено, в частности, тем, что коммуникация в социальных сетях характеризуется отсутствием барьеров, эмоциональностью общения, удовольствием, потерей ощущения времени и чувства контроля над ситуацией [8]. Активное участие в социальных сетях «повышает тревогу в отношении последствий коронакризиса» [17, с. 99]. Среди активных пользователей социальных сетей «ниже уровень доверия правительству, отечественной медицине и согражданам, а также ниже уверенность в возможно-

сти справиться с кризисом собственными силами» [17, с. 99]. У зависимых от социальных сетей быстрее вырабатываются симптомы депрессии и тревоги [20], погруженность в социальные сети создает угрозы и риски психологической безопасности детской и подростковой аудитории [6].

Увлечение коммуникацией в социальных сетях свойственно прежде всего молодежи. 80% опрошенных представителей поколения Z имеют в социальных сетях более 100 друзей и подписчиков [14]. Пользователи с высокой и сверхвысокой активностью в социальных сетях обнаруживают тревожность, сниженный самоконтроль [4]; демонстрируют магическое мышление в виде фантазии о собственном могуществе [22]. Мнения исследователей о влиянии сверхувлеченности социальными сетями на психологические и социальные характеристики личности в значительной степени совпадают [11]. Мы согласны с тем, что «отрицательная роль социальных сетей существенно недооценивается» [11, с. 151].

Особый научный интерес представляют личностные корреляты зависимости от социальных сетей. В предыдущих исследованиях обнаружены связи зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками [29; 30; 31; 33; 38], а также половой принадлежностью респондентов [9]. На выборке белорусских респондентов были получены данные о том, что «зависимость от социальных сетей положительно коррелирует с депрессией, тревожностью, экстраверсией, одиночеством и отрицательно связана с удовлетворенностью жизнью, самооценкой и возрастом» [27, с. 41]. Показано, что «зависимость от социальных сетей среди женщин статистически высокозначимо превосходит подобную зависимость среди мужчин» [27, с. 41].

Изучение зарубежными авторами связи зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками показало, что результаты данных исследований на выборках представителей разных стран в целом совпадают. Возникла идея проверить предположение о связи зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками жителей Беларуси и России. Исследование в этом плане является новым.

Мы исходили из того, что, как показывают анализ литературы [29; 30; 31; 38; 39; 40; 41] и наши наблюдения, в число неблагоприятных личностных коррелятов зависимости от социальных сетей, в частности, входят *импульсивность, нарциссизм, слабая ассертивность, незащищенность от манипуляций, зависимость от использования смартфона (смартфон-аддикция)*.

Импульсивность, положительно связанная с использованием Facebook¹, WhatsApp и Instagram¹ [32], служит предиктором зависимости от социальных сетей [39]. Однако в одной работе не получили подтверждения данные о связи зависимости от социальных сетей с импульсивностью [41], что указывает на необходимость продолжения исследований в данном аспекте.

Положительная связь зависимости от социальных сетей с *нарциссизмом* интересна как исследовательская цель в разных планах. Нарциссизм предсказывает интенсивность использования социальной сети [38]. М. Шин (M. Shin) с соавторами создали модель зависимости от социальных сетей, в которую входит скрытый нарциссизм [34]. Подростки-нарциссы, стремясь справиться с ситуацией социального отторжения в реально-

сти, ищут внимания в социальных сетях, но при этом могут испытывать негативное влияние на психологическое благополучие [37].

Зависимость от социальных сетей отрицательно коррелирует с ассертивностью [33; 36] и незащищенностью от манипуляций [28]. Исследования [32; 42] показывают, что зависимость от социальных сетей отрицательно коррелирует с *психологическим благополучием*, а также с подверженностью риску *плохого настроения*, что актуализирует необходимость проверки предположения о связи зависимости от социальных сетей со спецификой психологических состояний пользователей.

Цель исследования — выявление и анализ личностных коррелятов зависимости от социальных сетей у белорусских и российских респондентов.

Общей гипотезой исследования является предположение о наличии связей зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками их активных пользователей. *Частными гипотезами* исследования явились следующие предположения: 1) зависимость от социальных сетей коррелирует с импульсивностью, нарциссизмом, ассертивностью и незащищенностью от манипуляций у белорусских и российских мужчин и женщин; 2) имеются как сходства, так и различия в корреляциях зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками и психологическими состояниями белорусских и российских мужчин и женщин; 3) в исследуемых группах зависимость от социальных сетей связана с *зависимостью от использования смартфона* и всеми формирующими ее факторами.

¹ С 21 марта 2022 года официально запрещен на территории России.

Метод

Эмпирическое исследование основано на самоотчетах белорусских и российских мужчин и женщин, полученных посредством онлайн-опроса, который осуществлялся анонимно и добровольно. Сбор данных проводился в России и Беларуси с сентября по декабрь 2021 года.

Выборка исследования. Респондентами ($N = 766$) выступили жители Беларуси ($n = 404$) и России ($n = 362$). Среди опрошенных 538 женщин: 300 белорусок в возрасте от 17 до 52 лет и 238 россиянок в возрасте от 17 до 64 лет; и 228 мужчин: 104 белоруса 17–55 лет и 124 россиянина 15–43 лет. Средний возраст респондентов – 20,5 лет ($SD = 5,4$). Среди респондентов больше всего студентов университетов и колледжей, так как проблема зависимости от социальных сетей актуальна в наибольшей степени именно для этой группы [21]. Распространение опросников осуществлялось преимущественно на занятиях как при непосредственном контакте в аудитории, так и онлайн: преподаватель обращался к студентам с просьбой скачать опросники и своими ответами на них в свободное время (для соблюдения принципа добровольности) помочь в проведении исследования. Были опрошены студенты технических и гуманитарных специальностей в ряде городов России (Саратов, Киров и др.) и Беларуси (Минск, Могилев, Слоним и др.). Среди респондентов старшего возраста больше всего преподавателей университетов и колледжей.

Методики исследования: «Опросник зависимости от социальных сетей» (ЗСС-15) В.П. Шейнова [27]; короткая версия САС-16 опросника «Шкала зависимости от смартфона» В.П. Шейнова; Опросник ассертивности (А26) В.П. Шейнова [26]; опросник «Оценка степени незащищенности индивида от

манипулятивных воздействий» (НЗМ) В.П. Шейнова; «Методика диагностики потенциала коммуникативной импульсивности» В.А. Лосенкова [15]; Опросник «Нарцисс ли вы?» Е. Кот [13].

Приведем данные о психометрических проверках и некоторые другие необходимые сведения об использованных методиках.

В данной работе оказалась полезной трехфакторная модель зависимости от социальных сетей, выделяющая психологическое состояние, получение информации и коммуникацию пользователя сети [28]. По сумме баллов трех показателей определяется интегральный показатель зависимости от социальных сетей. При этом первый из этих факторов занимает ведущее положение в данной зависимости. Числовые значения корреляций данного фактора с тревожностью, депрессией, одиночеством, экстраверсией, самооценкой превышают числовые значения корреляций двух других факторов и опросника в целом [28]. Фактор «Психологическое состояние пользователя сети» отражает стремление пользователей уйти в сеть от личных проблем; а также ощущение у пользователей раздражительности и беспокойства при невозможности посетить свои страницы; переживания, связанные со сбоем в работе сети; желание улучшить настроение посредством посещения социальных сетей.

В исследовании применена факторная модель смартфон-аддикции, выделяющая потерю контроля над собой, эйфорию и страх лишиться смартфона. Сумма их показателей дает интегральный показатель зависимости от использования смартфона.

Опросник «Нарцисс ли вы?» [13] был применен, поскольку является самым коротким из известных нам, что существенно для тестирования в онлайн-формате. Проведенная нами проверка показала, что данный опросник надежен и валиден.

Все опросники предъявлялись на русском языке, так как все респонденты общаются на нем. Статистический анализ осуществлялся с помощью пакета SPSS-22.

Результаты

Анализ показателей описательных статистик главной переменной исследования — зависимости от социальных сетей — свидетельствует о том, что количественное ее выражение зависит от места проживания и пола респондентов. Статистически значимо различие средних значений у белорусских и российских мужчин, разнятся мода и медиана, существенно отличаются эмпирические распределения (асимметрия у белорусов больше 1, а у россиян меньше 1, эксцесс у белорусов отрицательный, а у россиян — положительный).

Различия в показателях выраженности изучаемых качеств в группах респондентов (по U-критерию различий Манна-Уитни) представлены в табл. 1.

Выделенные полужирным шрифтом значения указывают на асимптотическую (двухстороннюю) значимость, свидетельствующую о соответствующем уровне статистической достоверности выводов о различиях средних значений переменных. С целью проверки применимости в исследовании используемых шкал мы вычислили альфа Кронбаха для всех изучаемых групп испытуемых — как показатель их надежности-согласованности. Для всех шести групп альфа Кронбаха оказалось больше 0,7, что свидетельствует о достаточной надежности-согласованности исходных данных.

Проверка изучаемых выборок показала, что ряд их не отвечает нормальному

Таблица 1

Асимптотическая (2х-сторонняя) статистическая значимость расхождений средних значений у белорусских и российских респондентов (U-критерий Манна-Уитни)

Респонденты	Зависимость от социальных сетей				Зависимость от использования смартфона				Личностные характеристики			
	Интегральный показатель	Психологическое состояние	Коммуникация	Получение информации	Интегральный показатель	Потеря контроля над собой	Страх отказа от смартфона	Эйфория от пользования смартфоном	Импульсивность	Нарциссизм	Ассертивность	Незащищенность от манипуляций
Мужчины	0,000	0,000	0,002	0,003	0,003	0,002	0,036	0,170	0,181	0,004	0,257	0,508
Женщины	0,279	0,378	0,001	0,845	0,734	0,333	0,303	0,178	0,558	0,045	0,788	0,000
Общие выборки	0,297	0,171	0,200	0,103	0,437	0,047	0,924	0,470	0,467	0,002	0,717	0,000

Примечание: П/ж шрифтом выделены значения ниже порогового значения 0,05, что свидетельствует о статистической значимости расхождений средних значений соответствующих переменных.

распределению. Поэтому за основу анализа приняты непараметрические корреляции Кендалла.

В табл. 2, 3 представлены корреляции в выборках белорусов и россиян.

Табл. 2 свидетельствует о связях зависимости от социальных сетей и психологического состояния их пользователя для белорусских респондентов: *положительных* — с нарциссизмом, импульсивностью, смартфон-аддикцией и ее факторами и *отрицательных* — с незащищенностью от манипуляций и ассертивностью. Факторы «Получение информации» и «Коммуникация» не имеют статистически значимых связей с ассертивностью и незащищенностью от манипуляций.

Анализ корреляций в подвыборке белорусских женщин выявил наличие статисти-

чески значимых связей интегрального показателя зависимости белорусок от социальных сетей: *положительных* — с нарциссизмом ($r = 0,159^{**}; p = 0,000$), импульсивностью ($r = 0,247^{**}; p = 0,000$), зависимостью от использования смартфона ($r = 0,491^{**}; p = 0,000$) и всеми ее факторами, отрицательных — с ассертивностью ($r = -0,097^*; p = 0,015$).

В выборке белорусских мужчин обнаружены статистически значимые положительные связи интегрального показателя зависимости от социальных сетей с импульсивностью ($r = 0,281^{**}; p = 0,000$), нарциссизмом ($r = 0,207^{**}; p = 0,003$), зависимостью от использования смартфона ($r = 0,502^{**}; p = 0,000$) и всеми формирующими ее факторами.

В этом проявляются сходства выявленных связей в изучаемых выбор-

Таблица 2

Корреляции зависимости от социальных сетей с характеристиками личности и дескриптивные статистики переменных в белорусской выборке (n = 404)

Зависимость от социальных сетей	Зависимость от использования смартфона				Личностные характеристики			
	Интегральный показатель	Потеря контроля над собой	Страх отказа от смартфона	Эйфория от пользования смартфоном	Импульсивность	Нарциссизм	Ассертивность	Незащищенность от манипуляций
	M = 17,7 SD = 7,9	M = 9,7 SD = 4,4	M = 2,3 SD = 1,1	M = 5,8 SD = 2,7	M = 46,8 SD = 7,6	M = 24,9 SD = 5,8	M = 65,1 SD = 10,9	M = 34,0 SD = 10,8
Интегральный показатель	0,518**	0,416**	0,396**	0,454**	0,275**	0,175**	-0,105**	-0,074*
Психологическое состояние пользователя сети	0,536**	0,432**	0,409**	0,469**	0,316**	0,134**	-0,163**	-0,097**
Коммуникация	0,331**	0,275**	0,250**	0,314**	0,114**	0,200**	0,019	0,031
Получение информации	0,382**	0,313**	0,297**	0,335**	0,201**	0,158**	-0,043	-0,057

Примечание: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

ках. Различия проявляются в наличии в женской подвыборке следующих связей: отрицательных между зависимостью от социальных сетей и ассертивностью ($r = -0,097^*$; $p = 0,015$), психологическим состоянием пользователя сети и ассертивностью ($r = -0,173^{**}$; $p = 0,000$), психологическим состоянием пользователя сети и незащищенностью от манипуляций ($r = -0,108^{**}$; $p = 0,000$), а также в наличии положительной связи между ассертивностью ($r = 0,058^{**}$; $p = 0,000$) и фактором «Коммуникация».

Важно, что связи факторов зависимости от социальных сетей для белорусских женщин и мужчин схожи с выявленными связями в общей выборке белорусских респондентов.

Перейдем к описанию результатов, полученных на российской выборке (табл. 3).

В общей выборке российских респондентов (табл. 3) обнаружались значимые положительные связи интегрального показателя зависимости от социальных сетей с зависимостью от использования смартфона и всеми формирующими ее факторами; а также с импульсивностью, нарциссизмом, незащищенностью от манипуляций; отрицательная связь — с ассертивностью.

В подвыборке российских женщин интегральный показатель зависимости от социальных сетей положительно коррелирует с импульсивностью ($r = 0,236^{**}$; $p = 0,000$), незащищенностью от манипуляций ($r = 0,094^*$; $p = 0,015$), зависи-

Таблица 3

Корреляции зависимости от социальных сетей с характеристиками личности и дескриптивные статистики переменных в российской выборке ($n = 362$)

Зависимость от социальных сетей	Зависимость от использования смартфона				Личностные характеристики			
	Интегральный показатель	Потеря контроля над собой	Страх отказа от смартфона	Эйфория от пользования смартфоном	Импульсивность	Нарциссизм	Ассертивность	Незащищенность от манипуляций
	$M = 18,3$ $SD = 9,4$	$M = 10,4$ $SD = 5,9$	$M = 2,3$ $SD = 1,4$	$M = 5,6$ $SD = 3,1$	$M = 47,4$ $SD = 8,1$	$M = 7,6$ $SD = 2,2$	$M = 64,8$ $SD = 10,6$	$M = 32,0$ $SD = 9,8$
Интегральный показатель	0,483**	0,350**	0,433**	0,415**	0,217**	0,088*	-0,144**	0,076*
Психологическое состояние пользователя сети	0,428**	0,223**	0,397**	0,443**	0,223**	0,023	-0,196**	0,098**
Коммуникация	0,325**	0,226**	0,339**	0,299**	0,139**	0,137**	-0,077*	0,055
Получение информации	0,357**	0,252**	0,323**	0,334**	0,168**	0,111**	-0,070	0,071

Примечание: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

мостью от использования смартфона ($r = 0,496^{**}$; $p = 0,000$) и всеми ее факторами; отрицательно коррелирует с ассертивностью ($r = -0,170^{**}$; $p = 0,000$).

В подвыборке российских мужчин выявлены статистически значимые положительные связи интегрального показателя зависимости от социальных сетей с импульсивностью ($r = 0,232^{**}$; $p = 0,003$), нарциссизмом ($r = 0,222^{**}$; $p = 0,000$), зависимостью от использования смартфона ($r = 0,460^{**}$; $p = 0,000$) и всеми формирующими ее факторами. У российских мужчин не выявлена связь интегрального показателя зависимости от социальных сетей с ассертивностью и незащищенностью от манипуляций. В отличие от женской выборки у российских мужчин выявлена значимая положительная связь между нарциссизмом и фактором «Получение информации» ($r = 0,206^{**}$; $p = 0,00$).

Обратим внимание на схожесть связей у российских женщин и мужчин с выявленными связями в общей выборке российских респондентов.

Обсуждение результатов

Полученные в исследовании данные показывают наличие у белорусских и российских респондентов статистически значимых прямых связей зависимости от социальных сетей с зависимостью от использования смартфона и всеми ее факторами. Независимо от страны проживания и пола пользователи предпочитают взаимодействие в социальных сетях через смартфон и могут испытывать дискомфорт при вынужденном отказе от него. Эти данные являются новыми, не отмечавшимися ранее в отечественных и зарубежных исследованиях.

Общими для россиян и белорусов являются *положительные* связи интегрального показателя зависимости от

социальных сетей с импульсивностью, нарциссизмом и *отрицательная* связь с ассертивностью.

Различие для российских и белорусских респондентов проявляется в наличии положительной связи между интегральным показателем зависимости от социальных сетей и шкалой «Психологическое состояние пользователя сети» данной зависимости и незащищенностью от манипуляций у россиян и отрицательной связи между этими показателями у белорусов. Еще одно различие для россиян и белорусов состоит в наличии отрицательной связи между фактором «Коммуникация» зависимости от социальных сетей и ассертивностью в российской выборке, тогда как такая тенденция в белорусской выборке отсутствует.

Положительная связь зависимости от социальных сетей с *импульсивностью*, обнаруженная зарубежными исследователями, характерна как для белорусской, так и для российской выборки. Данная связь объясняется в значительной степени природой импульсивности, которая трактуется в психологии как «особенность поведения человека (в устойчивых формах — черта характера), заключающаяся в склонности действовать по первому побуждению, под влиянием внешних обстоятельств или эмоций» [5, с. 195—196]. Высокая импульсивность характеризует человека с недостаточным самоконтролем в общении, деятельности и коммуникациях посредством социальных сетей.

Обнаруженная зарубежными исследователями положительная связь зависимости от социальных сетей с *нарциссизмом* [29; 30; 31] характерна для всей белорусской и для мужской части российской выборки нашего исследования. Не выявлены значимые связи между зависимостью от социальных сетей и

нарциссизмом у российских женщин. Полученные данные согласуются с результатами исследования Н.Н. Самсоновой [21], в котором была обнаружена прямая связь между степенью вовлеченности в интернет-коммуникации и высокой вероятностью проявления нарциссических форм поведения. *Нарциссизм* как влечение к самому себе [5] и черта характера, заключающаяся в чрезмерной самовлюбленности, бесосновательно завышенной самооценке, по-видимому, подпитывается в социальных сетях новыми возможностями для самопрезентации и самолюбования, а также возможностью преодоления отторжения в социуме.

К значимым личностным коррелятам зависимости от социальных сетей относится *ассертивность*. В нашем исследовании отрицательная связь зависимости от социальных сетей с ассертивностью обнаружена только у белорусок и россиян при отсутствии такой связи у белорусских и российских мужчин. Если исходить из того, что ассертивное поведение выступает конструктивным способом межличностного взаимодействия, альтернативой манипуляции и агрессии, а ассертивность как свойство личности проявляется в способности человека отстаивать свои права, не нарушая при этом прав других, «развивает умение постоять за себя без замешательства, смело выражать свои истинные чувства» [26, с. 107], то мы можем сказать, что в нашем случае только у зависимых от социальных сетей женщин ассертивность зависит от степени ее выраженности, тогда как мужчины проявляют свою ассертивность вне связи с зависимостью от социальных сетей. В определенном смысле это выглядит оправданным.

Интересным является факт отрицательной связи фактора «Психологическое состояние пользователя сети» с *незащи-*

щенностью от манипуляций у белорусских женщин, тогда как у российских мужчин и женщин выявлена положительная связь между этими показателями. *Незащищенность от манипуляций* означает, что, встретившись с оказываемым на него манипулятивным воздействием, индивид не может ему противостоять и становится жертвой манипулятора. Выявленная в предыдущих работах связь зависимости от социальных сетей с кибервиктимизацией в нашем случае имеет не только связанную со страной проживания, но и гендерную специфику.

Связь незащищенности от манипуляций с зависимостью от социальных сетей может предположительно объясняться существованием социализационных рисков использования социальных интернет-сетей у тех молодых людей, которые не готовы самостоятельно отбирать ту информацию и то общение, которые оказывают позитивное влияние на процесс их социализации [25]. Последнее может снижать и способность к противодействию манипулятивным влияниям. Незащищенность от манипуляций при усилении зависимости от социальных сетей имеет свое объяснение в существовании, на наш взгляд, таких явлений, как неуспешное распознавание явных и латентных рисков непрерывной онлайн-коммуникации [12], несформированная культура личной информационной безопасности [7], сниженная способность личности к сохранению аутентичности в информационном пространстве [2].

К ограничениям проведенного исследования можно отнести то, что не были учтены такие факторы, как профессиональная принадлежность, образование, семейный статус респондентов, а также то, были ли респонденты жителями (или выходцами из) сельской местности или городов. Не исключено, что перечислен-

ные факторы могут влиять на полученные результаты, поэтому *в будущих исследованиях* их желательно задействовать.

Выводы

Социальные сети в силу своих уникальных возможностей и преимуществ являются исключительно привлекательными и играют все большую роль в жизни человека, глубоко воздействуя на его личность. В условиях пандемии COVID-19 и других социальных катаклизмов востребованность социальных сетей возросла. Сверхвовлеченность в социальные сети связана с опасностью формирования у пользователей зависимости от них. В выполненных в разных странах мира исследованиях выявлен ряд связей зависимости от социальных сетей с личностными качествами пользователей.

В данном белорусско-российском исследовании выявлено, что существуют как сходства, так и различия в связях зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками у белорусских и российских мужчин и женщин.

Зависимость от социальных сетей у россиян и у белорусов обоего пола положительно коррелирует с импульсивностью, нарциссизмом и зависимостью от использования смартфона. Наиболее *сильные* связи обнаруживаются между фактором «Психологическое состояние» пользователя Сети и смартфон-аддикцией, а также всеми психологическими состояниями, сопровождающими использование смартфона.

Различия в личностных коррелятах зависимости от социальных сетей у белорусов и россиян выявлены с учетом

половой принадлежности респондентов. Положительная связь зависимости от социальных сетей с *нарциссизмом* характерна для всей белорусской и для мужской части российской выборки исследования. У российских женщин не выявлено статистически значимой связи зависимости от социальных сетей с нарциссизмом. Обратная связь зависимости от социальных сетей с асертивностью выявлена у белорусских и российских женщин при отсутствии такой связи у белорусских и российских мужчин. Заслуживает внимания факт отрицательной связи фактора «Психологическое состояние пользователя сети» с незащищенностью от манипуляций у белорусских женщин, тогда как у российских мужчин и женщин такая связь является положительной.

Таким образом, рабочие гипотезы в результате исследования были подтверждены. Выявленные факты расширяют представления о связях зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками их пользователей. Полученные данные позволяют учитывать наличие и характер связей зависимости от социальных сетей с личностными характеристиками и психологическими состояниями пользователей сетей при реализации воспитательных, психопрофилактических и психокоррекционных программ в образовательных организациях.

Перспективы исследования связаны с расширением перечня личностных характеристик, возможно связанных с зависимостью от социальных сетей, а также с проведением сравнительных исследований в других регионах.

Литература

1. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет: воздействие на личность // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. М.: Терра-Можайск, 2000. С. 11–40.

2. *Белых Т.В.* Интегральная индивидуальность и проблема изучения ее аутентичности в информационном обществе // Сборник статей II международной научно-практической конференции «Психология интегральной индивидуальности в информационном обществе» (г. Саратов, 23 апреля 2021 г.). Саратов: ИЦ «Наука», 2021. С. 7–10.
3. *Бовина И.Б., Дворянчиков Н.В.* Поведение онлайн и офлайн: две реальности или одна? // Психологическая наука и образование. 2020. Том 25. № 3. С. 101–115. DOI:10.17759/pse.2020250309
4. *Богомолова Е.И.* Взаимосвязь личностных характеристик с особенностями активности пользователей социальных сетей интернета: дисс. ... канд. психол. наук. Краснодар, 2015. 232 с.
5. Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2004. 672 с.
6. *Годик Ю.О.* Угрозы и риски безопасности детской и подростковой аудитории новых медиа [Электронный ресурс] // Медиаскоп. 2011. № 2. С. 32–39. URL: <http://www.mediascope.ru/node/841> (дата обращения: 15.03.2022).
7. *Грачев Г.В.* Формирование культуры личной информационной безопасности: проблема и перспективы // Сборник статей II международной научно-практической конференции «Психология интегральной индивидуальности в информационном обществе» (г. Саратов, 23 апреля 2021 г.). Саратов: ИЦ «Наука», 2021. С. 10–16.
8. *Гулевич О.А.* Психология коммуникации. М.: Московский психолого-социальный институт, 2008. 384 с.
9. Дети России он-лайн: риски и безопасность. Результаты международного проекта EU Kids Online II в России [Электронный ресурс] / Солдатова Г. и др. М., 2012. URL: http://cyberpsy.ru/literature/russian_kids_online/ (дата обращения: 25.03.2022).
10. *Казаринова Е.Ю., Холмогорова А.Б.* Предпочитаемый контент в интернете и социальная тревожность как факторы интернет-зависимости у подростков и студенческой молодежи [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2021. Том 13. № 2. С. 123–139. DOI:10.17759/psyedu.2021130208
11. *Каменская В.Г., Томанов Л.В.* Цифровые технологии и их влияние на социальные и психологические характеристики детей и подростков // Экспериментальная психология. 2022. Том 15. № 1. С. 139–159. DOI:10.17759/exrpsy.2022150109
12. *Картова Д.Н.* Риски непрерывной он-лайн коммуникации: теоретико-методологические подходы к изучению: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. М., 2016. 26 с.
13. *Кот Е.* Тест «Нарцисс ли Вы?» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.psychologies.ru/tests/test/579/> (дата обращения: 14.12.2021).
14. *Латидус Л.В., Гостилов А.О., Омарова Ш.А.* Особенности проникновения цифровых технологий в жизнь поколения Z: ценности, поведенческие паттерны и потребительские привычки интернет-поколения [Электронный ресурс] // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. Вып. № 83. С. 271–293. DOI:10.24411/2070-1381-2019-1025
15. *Лосенков В.А.* Импульсивность // Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. М.: ЦСПиМ, 2013. С. 286–289.
16. *Миронова А.А.* Использование информационно-коммуникационных технологий и социальный капитал: природа взаимосвязи // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 5–21. DOI:10.17759/sps.2022130101
17. *Нестик Т.А., Дейнека О.С., Максименко А.А.* Социально-психологические предпосылки веры в конспирологические теории происхождения COVID-19 и вовлеченность в сетевые коммуникации // Социальная психология и общество. 2020. Том 11. № 4. С. 87–104. DOI:10.17759/sps.2020110407
18. *Овчинникова И.Г.* Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) [Электронный ресурс] // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2013. № 2. file:///C:/

Users/User/Downloads/kommunikatsiya-i-identifikatsiya-v-sotsialnyh-setyah-factory-tipazhi-natsionalno-kulturnaya-spetsifika-na-materiale-sotsialnoy-seti-tvitter.pdf (дата обращения: 29.03.2022).

19. *Приторова Е.А., Агадуллина Е.Р.* Социальные мотивы использования социальных сетей: анализ групп пользователей // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 4. С. 96–111. DOI:10.17759/sps.2019100407

20. *Розанов В.А., Рахимкулова А.С.* Социальные сети и их влияние на психологическое благополучие личности // Психологическое благополучие и психосоциальный стресс / Под ред. В.А. Розанова. Одесса: Феникс, 2017. С. 185–206.

21. *Самсонова Н.Н.* Взаимосвязь интернет-коммуникаций и социального поведения молодежи: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. М., 2018. 28 с.

22. *Серый А.В., Паршинцева А.С.* К проблеме формирования зависимости от социальных сетей у школьников подросткового возраста // Проблемы педагогики. 2016. № 9(20). С. 12–15.

23. *Синявская Я.Э.* Онлайн-коммуникация в социальных медиа: как опыт утраты приватности отражается на поведении пользователей // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 1. С. 33–50. DOI:10.17759/sps.2022130103

24. *Федоров В.В.* Структура самопрезентации подростков в реальном общении и социальных сетях // Социальная психология и общество. 2020. Т. 11. № 1. С. 180–192. DOI:10.17759/sps.2020110111

25. *Чебунина О.А.* Социальные интернет-сети в процессе социализации современной молодежи: специфика влияния и социализационные риски: Автореф. дисс. ... канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2019. 34 с.

26. *Шейнов В.П.* Ассертивное поведение: преимущества и восприятие // Современная зарубежная психология. 2014. Т. 3. № 2. С. 107–120. URL: https://psyjournals.ru/journals/jmfr/archive/2014_n2/70122 (дата обращения: 12.03.2022).

27. *Шейнов В.П., Девыцын А.С.* Разработка надежного и валидного опросника зависимости от социальных сетей // Системная психология и социология. 2021. № 2(38). С. 41–55. DOI:10.25688/2223-6872.2021.38.2.04

28. *Шейнов В.П., Девыцын А.С.* Трехфакторная модель зависимости от социальных сетей // Российский психологический журнал. 2021. № 3. С. 145–158. DOI:10.21702/rpj.2021.3.10

29. *Andreassen C.S., Pallesen S., Griffiths M.D.* The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey // Addictive behaviors. 2017. Vol. 64. P. 287–293. DOI:10.1016/j.addbeh.2016.03.006

30. *Casale S., Banchi V.* Narcissism and problematic social media use. A systematic literature review [Electronic resource] // Addictive Behaviors Reports. 2020. Vol. 11. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352853219302391> (дата обращения: 14.12.2021).

31. *Choi Y.* Narcissism and Social Media Addiction in Workplace // The Journal of Asian Finance, Economics and Business. 2018. Vol. 5(2). P. 95–104. DOI:10.13106/jafeb.2018.vol5.no2.95

32. Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents / Longobardi C. et al. // Children and Youth Services Review. 2020. Vol. 113. 104955 p.

33. *Gu H.J., Lee O.S., Hong M.J.* The relationship between SNS addiction tendency, self-assertiveness, interpersonal problems and in college students // Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society. 2016. Vol. 17(4). P. 180–187.

34. Integrating psychosocial and cognitive predictors of social networking service addiction tendency using structural equation modeling [Electronic resource] / Shin M. et al. // Psychologia. 2016. Vol. 59. P. 182–201. DOI:10.2117/psysoc.2016.182 (дата обращения: 15.03.2022).

35. *Kashif M., Aziz-Ur-Rehman M.K.J.* Social media addiction due to coronavirus [Electronic resource] // International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review. 2020.

- Vol. 3(4). P. 331–336. URL: <http://www.ijmscr.in/index.php/ijmscr/article/view/93> (дата обращения: 03.04.2022).
36. *Khairunnisa H., Putri A.A.H.* Relationship of Assertive Behaviors and Social Media Addiction among Adolescents [Electronic resource] // 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling and Humanities (АСРСН 2018). 2019. P. 109–112. DOI:10.2991/acpch-18.2019.28 (дата обращения: 15.03.2022).
37. Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress / Hawk S.T. et al. // *Computers in Human Behavior*. 2019. Vol. 92. P. 65–75. DOI:10.1016/j.chb.2018.10.032
38. *O'Sullivan A., Hussain Z.* An Exploratory Study of Facebook Intensity and its Links to Narcissism, Stress, and Self-esteem [Electronic resource] // *Journal of Addictive Behaviors, Therapy & Rehabilitation*. 2017. Vol. 06(01). URL: <http://hdl.handle.net/10545/621865> (дата обращения: 14.12.2021).
39. *Savci M., Aysan F.* Relationship between Impulsivity, Social Media Usage and Loneliness // *Educational Process: International Journal*. 2016. Vol. 5. P. 104–115. DOI:10.12973/edupij.2016.52.2
40. *Sindermann C., Elhai J.D., Montag Ch.* Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality, impulsivity, and social anxiety [Electronic resource] // *Psychiatry Research*. 2020. Vol. 285. URL: <https://static1.squarespace.com/static/56916e4805f8e207077fb3ed/t/5e441146bc748330374d7b4/1581519177495/SindermannElhaiMontag2020.pdf> (дата обращения: 14.12.2021).
41. The role of the dark tetrad and impulsivity in social media addiction: Findings from Malaysia / Chung K.L. et al. // *Personality and Individual Differences*. 2019. Vol. 1. P. 62–67. DOI:10.1016/j.paid.2019.02.016
42. *Turel O., Poppa N., Gil-Or O.* Neuroticism magnifies the detrimental association between social media addiction symptoms and wellbeing in women, but not in men: a three-way moderation model // *Psychiatric Quarterly*. 2018. Vol. 89(3). P. 605–619. DOI:10.1007/s1126-018-9563-x

References

1. Babaeva Yu.D., Voiskunsky A.E., Smyslova O.V. Internet: vozdejstvie na lichnost' [Internet: impact on personality]. In Voiskunsky A.E. (ed.). *Gumanitarnye issledovaniya v Internetе* [Humanities research on the Internet]. Moscow: Terra-Mozhaisk, 2000, pp. 11–40. (In Russ.).
2. Belykh T.V. Integral'naya individual'nost' i problema izucheniya ee autentichnosti v informatsionnom obshchestve [Integral individuality and the problem of studying its authenticity in the information society]. Sb. statei II mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Psikhologiya integral'noi individual'nosti v informatsionnom obshchestve» (g. Saratov, 23 aprelya 2021 g.) [Digest of articles of the Second International Scientific Conference «Psychology of Integral Individuality in the Information Society»]. Saratov: ITs «Nauka», 2021, pp. 7–10. (In Russ.).
3. Bovina I.B., Dvoryanchikov N.V. Povedeniye onlayn i oflayn: dve real'nosti ili odna? [Online and Offline Behavior: Two Realities or One]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovaniye = Psychological science and education*, 2020. Vol. 25, no. 3. pp. 101–115. DOI:10.17759/pse.2020250309 (In Russ.).
4. Bogomolova E.I. Vzaimosvyaz' lichnostnykh kharakteristik s osobennostyami aktivnosti pol'zovatelei sotsial'nykh setei internet [The relationship of personal characteristics with the characteristics of the activity of users of social networks on the Internet. PhD (Psychology) diss]. Krasnodar, 2015. 232 p. (In Russ.).
5. Bol'shoy psikhologicheskii slovar' [Big psychological dictionary]. In Meshcheryakov B., Zinchenko V. (ed.). St. Petersburg: prime-EVROZNAK, 2004. 672 p.
6. Godik Yu.O. Ugrozy i riski bezopasnosti detskoj i podrostkovojoj auditorii novyh media [Elektronnyy resurs] [Threats and security risks for children and adolescents in new media].

Mediaskop = *Mediaskop*, 2011, no. 2, pp. 32–39. URL: <http://www.mediascope.ru/node/841/> (Accessed 15.03.2022). (In Russ.).

7. Grachev G.V. Formirovanie kul'tury lichnoi informatsionnoi bezopasnosti: problema i perspektivy [Formation of a culture of personal information security: problem and prospects]. Sb. statei II mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «*Psikhologiya integral'noi individual'nosti v informatsionnom obshchestve*» (g. Saratov, 23 aprelya 2021 g.) [Digest of articles of the Second International Scientific Conference «*Psychology of Integral Individuality in the Information Society*»]. Saratov: ITs «Nauka», 2021, pp. 10–16. (In Russ.).

8. Gulevich O.A. *Psikhologiya kommunikatsii* [Psychology of communication]. Moscow: Moscow Psychological and Social Institute, 2008. 384 p. (In Russ.).

9. Soldatova G. i dr. Deti Rossii on-layn: riski i bezopasnost'. Rezul'taty mezhdunarodnogo proyekta EU Kids Online II v Rossii [Elektronnyy resurs] [Children of Russia on-line: risks and safety. Results of the international project EU Kids Online II in Russia]. Moscow. 2012. URL: http://cyberpsy.ru/literature/russian_kids_online/ (Accessed 25.03.2022). (In Russ.).

10. Kazarinova Ye.YU., Kholmogorova A.B. Predpochitayemyy kontent v internete i sotsial'naya trevozhnost' kak faktory internet-zavisimosti u podrostkov i studencheskoy molodezhi [Elektronnyy resurs] [Preferred content on the Internet and social anxiety as factors of Internet addiction in adolescents and students]. *Psikhologo-pedagogicheskiye issledovaniya = Psychological and pedagogical research*, 2021. Vol. 13, no. 2, pp. 123–139. DOI:10.17759/psyedu.2021130208 (In Russ.).

11. Kamenskaya V.G., Tomanov L.V. Tsifrovyye tekhnologii i ikh vliyaniye na sotsial'nyye i psikhologicheskiye kharakteristiki detey i podrostkov [Digital technologies and their impact on the social and psychological characteristics of children and adolescents]. *Ekspperimental'naya psikhologiya = Experimental psychology*, 2022. Vol. 15, no. 1, pp. 139–159. DOI:10.17759/exppsy.2022150109 (In Russ.).

12. Karpova D.N. Riski nepreryvnoi on-lain kommunikatsii: teoretiko-metodologicheskie podkhody k izucheniyu [Risks of Continuous Online Communication: Theoretical and Methodological Approaches to Study. PhD (Psychology) diss.]. Moscow, 2016. 26 p. (In Russ.).

13. Kot E. Test «Nartsiss li Vy?» [Elektronnyy resurs] [Test “Are you a narcissist?”]. URL: <https://www.psychologies.ru/tests/test/579/> (Accessed 14.12.2021). (In Russ.).

14. Lapidus L.V., Gostilovich A.O., Omarova Sh.A. Osobennosti proniknoveniya cifrovyyh tekhnologiy v zhizn' pokoleniya Z: cennosti, povedencheskie patterny i potrebitel'skie privyчки internet-pokoleniya [Elektronnyy resurs] [Features of the penetration of digital technologies into the life of generation Z: values, behavioral patterns and consumer habits of the Internet generation]. *Gosudarstvennoe Upravlenie. Elektronnyy Vestnik = Public Administration. Electronic Messenger*, 2020. Vol. 83, pp. 271–293. DOI:10.24411/2070-1381-2020-10119 (In Russ.).

15. Losenkov V.A. Impul'sivnost' [Impulsivity]. Samoregulyatsiya i prognozirovaniye sotsial'nogo povedeniya lichnosti: Dispozitsionnaya kontseptsiya [Self-regulation and prediction of the social behavior of the individual: Dispositional concept]. Moscow: CSPiM, 2013, pp. 286–289. (In Russ.).

16. Mironova A.A. Ispol'zovaniye informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologiy i sotsial'nyy kapital: priroda vzaimosvyazi [The use of information and communication technologies and social capital: the nature of the relationship]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2022. Vol. 13, no. 1, pp. 5–21. DOI:10.17759/sps.2022130101 (In Russ.).

17. Nestik T.A., Deyneka O.S., Maksimenko A.A. Sotsial'no-psikhologicheskiye predposylki very v konspirologicheskiye teorii proiskhozhdeniya COVID-19 i вовлеченност' v setevyye kommunikatsii [Socio-psychological prerequisites for belief in conspiracy theories of the origin of COVID-19 and involvement in network communications]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2020. Vol. 11, no. 4, pp. 87–104. DOI:10.17759/sps.2020110407 (In Russ.).

18. Ovchinnikova I.G. Kommunikatsiya i identifikatsiya v sotsial'nykh setyakh: faktory, tipazhi, natsional'no-kul'turnaya spetsifika (na materiale sotsial'noi seti Tvitter) [Elektronnyi resurs] [Communication and identification in social networks: factors, types, national and cultural specifics (based on the social network Twitter)]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Politologiya = Bulletin of the Perm University. Political science series*, 2013, no. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsiya-i-identifikatsiya-v-sotsialnyh-setyah-faktory-tipazhi-natsionalno-kulturnaya-spetsifika-na-materiale-sotsialnoy-seti> (Accessed 29.03.2022). (In Russ.).
19. Priporova Ye.A., Agadullina Ye.R. Sotsial'nyye motivy ispol'zovaniya sotsial'nykh setey: analiz grupp pol'zovateley [Social motives for using social networks: analysis of user groups]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2019. Vol. 10, no. 4, pp. 96–111. DOI:10.17759/sps.2019100407 (In Russ.).
20. Rozanov V.A., Rakhimkulova A.S. Social'nye seti i ih vliyanie na psihologicheskoe blagopoluchie lichnosti [Social networks and their influence on the psychological well-being of the individual]. In Rozanov V.A. (eds.). *Psihologicheskoe blagopoluchie i psihosotsial'nyj stress [Psychological well-being and psychosocial stress]*. Odessa: Phoenix Publ., 2017, pp. 185–206. (In Russ.).
21. Samsonova N.N. Vzaimosvyaz' internet-kommunikatsii i sotsial'nogo povedeniya molodezhi [Interrelation of Internet communications and social behavior of youth. PhD (Psychology) diss.]. Moscow, 2018. 28 p. (In Russ.).
22. Seryi A.V., Parshintseva A.S. K probleme formirovaniya zavisimosti ot social'nykh setej u shkol'nikov podrostkovogo vozrasta [To the problem of the formation of dependence on social networks in adolescent schoolchildren]. *Problemy pedagogiki = Problems of pedagogy*, 2016, no. 9(20), pp. 12–15. (In Russ.).
23. Sinyavskaya YA.E. Onlayn-kommunikatsiya v sotsial'nykh media: kak opyt utraty privatnosti otrazhayetsya na povedenii pol'zovateley [Online Communication in Social Media: How the Experience of Losing Privacy Affects User Behavior]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 1. pp. 33–50. DOI:10.17759/sps.2022130103 (In Russ.).
24. Fedorov V.V. Struktura samoprezentatsii podrostkov v real'nom obshchenii i sotsial'nykh setyakh [The structure of self-presentation of adolescents in real communication and social networks]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social psychology and society*, 2020. Vol. 11, no. 1, pp. 180–192. DOI:10.17759/sps.2020110111 (In Russ.).
25. Chebunina O.A. Sotsial'nye internet-seti v protsesse sotsializatsii sovremennoi molodezhi: spetsifika vliyaniya i sotsializatsionnye riski. Avtoref. diss. ... kand. sotsiol. nauk [Social Internet networks in the process of socialization of modern youth: the specifics of influence and socialization risks. PhD (Sociology) diss.]. Rostov-on-Don, 2019. 34 p. (In Russ.).
26. Sheynov V.P. Assertivnoye povedeniye: preimushchestva i vospriyatiye [Assertive Behavior: Benefits and Perceptions]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Modern foreign psychology*, 2014. Vol. 3, no. 2, pp. 107–120. URL: https://psyjournals.ru/journals/jmfp/archive/2014_n2/70122 (Accessed 12.03.2022). (In Russ.).
27. Sheinov V.P., Devitsyn A.S. Razrabotka nadezhnogo i validnogo oprosnika zavisimosti ot sotsial'nykh setei [Development of a Reliable and Valid Questionnaire for Social Network Addiction]. *Institut psihologii Rossijskoj akademii nauk. Sistemnaya psikhologiya i sotsiologiya = Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Systemnaya Psychology and Sociology*, 2021, no. 2(38), pp. 41–55. DOI:10.25688/2223-6872.2021.38.2.04 (In Russ.).
28. Sheinov V.P., Devitsyn A.S. Trekhfaktornaya model' zavisimosti ot sotsial'nykh setei [Three-factor model of dependence on social networks]. *Russian psychological journal = Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal*, 2021, no. 3, pp. 145–158. DOI:10.21702/rpj.2021.3.10 (In Russ.).
29. Andreassen C.S., Pallesen S., Griffiths M.D. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive behaviors*, 2017. Vol. 64, pp. 287–293. DOI:10.1016/j.addbeh.2016.03.006

30. Casale S., Banchi V. Narcissism and problematic social media use [Electronic resource]. A systematic literature review. *Addictive Behaviors Reports*, 2020. Vol. 11. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352853219302391> (Accessed 14.12.2021).
31. Choi Y. Narcissism and Social Media Addiction in Workplace. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 2018. Vol. 5(2), pp. 95–104. DOI:10.13106/jafeb.2018.vol5.no2.95
32. Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents. Longobardi C. et al. *Children and Youth Services Review*, 2020. Vol. 113. 104955 p.
33. Gu H.J., Lee O.S., Hong M.J. The relationship between SNS addiction tendency, self-assertiveness, interpersonal problems and in college students. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 2016. Vol. 17(4), pp. 180–187.
34. Shin M., Lee J., Chyung Y.J., Kim P.W., Jung S.Y. Integrating psychosocial and cognitive predictors of social networking service addiction tendency using structural equation modeling [Electronic resource]. *Psychologia*, 2016. Vol. 59, pp. 182–201. DOI:10.2117/psysoc.2016.182 (Accessed 15.03.2022).
35. Kashif M., Aziz-Ur-Rehman M.K.J. Social media addiction due to coronavirus [Electronic resource]. *International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review*, 2020. Vol. 3(4), pp. 331–336. URL: <http://www.ijmscr.in/index.php/ijmscr/article/view/93> (Accessed 03.04.2022).
36. Khairunnisa H., Putri A.A.H. Relationship of Assertive Behaviors and Social Media Addiction among Adolescents [Electronic resource]. 4th ASEAN Conference on Psychology, Counselling and Humanities (ACPCH 2018), 2019, pp. 109–112. DOI:10.2991/acpch-18.2019.28
37. Hawka S.T., van den Eijnden R.J.J.M., van Lissa C.J., ter Bogtb T.F.M. Narcissistic adolescents' attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress. *Computers in Human Behavior*, 2019. Vol. 92, pp. 65–75. DOI:10.1016/j.chb.2018.10.032
38. O'Sullivan A., Hussain Z. An Exploratory Study of Facebook Intensity and its Links to Narcissism, Stress, and Self-esteem [Electronic resource]. *Journal of Addictive Behaviors, Therapy & Rehabilitation*, 2017. Vol. 06(01). URL: <http://hdl.handle.net/10545/621865> (Accessed 14.12.2021).
39. Savci M., Aysan F. Relationship between Impulsivity, Social Media Usage and Loneliness. *Educational Process: International Journal*, 2016. Vol. 5, pp. 104–115. DOI:10.12973/edupij.2016.52.2
40. Sindermann C., Elhai J.D., Montag Ch. Predicting tendencies towards the disordered use of Facebook's social media platforms: On the role of personality, impulsivity, and social anxiety [Electronic resource]. *Psychiatry Research*, 2020. Vol. 285. URL: <https://static1.squarespace.com/static/56916e4805f8e207077fb3ed/t/5e441146bcb748330374d7b4/1581519177495/SindermannElhaiMontag2020.pdf> (Accessed 14.12.2021).
41. Chung K.L., Morshidi I., Yoong L.C., Thian K.N. The role of the dark tetrad and impulsivity in social media addiction: Findings from Malaysia [Electronic resource]. *Personality and Individual Differences*, 2019. Vol. 1, pp. 62–67. DOI:10.1016/j.paid.2019.02.016
42. Turel O., Poppa N., Gil-Or O. Neuroticism magnifies the detrimental association between social media addiction symptoms and wellbeing in women, but not in men: a three-way moderation model. *Psychiatric Quarterly*, 2018. Vol. 89(3), pp. 605–619. DOI:10.1007/s11126-018-9563-x

Информация об авторах

Шейнов Виктор Павлович, доктор социологических наук, кандидат физико-математических наук, профессор, профессор кафедры психологии и педагогического мастерства, Республиканский институт высшей школы, г. Минск, Республика Беларусь, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2191-646X>, e-mail: sheinov1@mail.ru

Белых Татьяна Викторовна, доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры социальной психологии образования и развития, ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского» (ФГБОУ ВО СГУ), г. Саратов, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2478-3460>, e-mail: tvbelih@mail.ru

Низовских Нина Аркадьевна, доктор психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии факультета педагогики и психологии, ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ВятГУ»), г. Киров, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5541-5049>, e-mail: nina.nizovskikh@gmail.com

Девяцын Антон Сергеевич, старший преподаватель кафедры веб-технологий и компьютерного моделирования механико-математического факультета, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2804-4107>, e-mail: a.dziavitsyn@gmail.com

Information about the authors

Viktor P. Sheinov, Doctor of Sociology, PhD in Physics and Mathematics, Professor, Professor of the Department of Psychology and Pedagogical Skills, Republican Institute of Higher Education, Minsk, Belarus, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2191-646X>, e-mail: sheinov1@mail.ru

Tatiana V. Belykh, Doctor of Psychology, Professor, Professor of the Department of Social Psychology of Education and Development, Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2478-3460>, e-mail: tvbelih@mail.ru

Nina A. Nizovskikh, Doctor of Psychology, Associate Professor Department of Psychology, Faculty of Pedagogy and Psychology, Vyatka State University, Kirov, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5541-5049>, e-mail: nina.nizovskikh@gmail.com

Anton S. Dziavitsyn, Senior Lecturer of the Web-Technologies and Computer Simulation Department, Mechanics and Mathematics Faculty, Belarusian State University, Minsk, Belarus, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2804-4107>, e-mail: a.dziavitsyn@gmail.com

Получена 13.04.2022

Received 13.04.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

Уязвимость к межличностному отвержению из-за внешности в бодипозитивных и проанорексичных онлайн-сообществах

Польская Н.А.

**ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), ГБУЗ «Научно-практический центр психического здоровья детей и подростков им. Г.Е. Сухаревой ДЗМ г. Москвы», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7305-5577>, e-mail: polskayana@yandex.ru**

Якубовская Д.К.

**ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6182-0585>, e-mail: darrafy@gmail.com**

Разваляева А.Ю.

**ФГБУН «Институт психологии Российской академии наук» (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-3411>, e-mail: annraz@rambler.ru**

Цель. Анализ факторов уязвимости к межличностному отвержению из-за внешности у участниц онлайн-сообществ бодипозитивной и проанорексичной направленности.

Контекст и актуальность. В последние годы наблюдается бурное развитие онлайн-сообществ, сфокусированных на тематике тела и внешней привлекательности. В данной статье впервые на примере двух крупных сегментов русскоязычных онлайн-сообществ — бодипозитивном и проанорексичном — будут проанализированы связи между чувствительностью к отвержению из-за внешности, общей самооценкой, личностными чертами и неудовлетворенностью телом.

Дизайн исследования. Исследование проходило в июне–августе 2020 г. в заочной форме на базе Google Forms, в форме опроса. Приглашение к участию было размещено в онлайн-сообществах бодипозитивной и проанорексичной направленности. Анализ данных включал *t*-критерий, корреляционный, регрессионный и медиаторный анализы.

Участники. 562 девушки и молодые женщины в возрасте 15–30 лет ($M_{\text{возр.}} = 21,06$, $Med = 21$, $SD = 4,15$).

Методы (инструменты). Шкала чувствительности к отвержению из-за внешности, дополненная анкетой на социальные сравнения по внешнему виду; Опросник образа собственного тела; Шкала самооценки М. Розенберга; Краткий опросник Большой пятерки.

Результаты. У участниц проанорексичных сообществ более выражены неудовлетворенность телом, чувствительность к отвержению из-за внешности и нейротизм. Они более ориентированы на эксплицитные сравнения своей внешности с внешностью других и чаще переживают негативные эмоции в связи с этим. У участниц бодипозитивных сообществ более выражены личностные черты добросовестности и эмоциональной стабильности; также у них более высокая частота неявных сравнений, ориентированных на получение информации о своей внешности из социального/межличностного контекста. Общая самооценка и параметры социальных сравнений по внешнему виду выступили медиаторами связи между чувствительностью к отвержению из-за внешнего вида и неудовлетворенностью телом.

Основные выводы. Межличностная чувствительность и самооценка — общие факторы риска формирования недовольства своим телом, а параметры социальных сравнений позволяют дифференцировать участниц бодипозитивных и проанорексичных сообществ.

Ключевые слова: pro-ana, pro-tia, боро, бодипозитивные онлайн-группы, проанорексичные онлайн-группы, чувствительность к отвержению из-за внешности, сравнение по внешнему виду, личностные черты, неудовлетворенность телом.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 20-013-00429.

Для цитаты: Польская Н.А., Якубовская Д.К., Разваляева А.Ю. Уязвимость к межличностному отвержению из-за внешности в бодипозитивных и проанорексичных онлайн-сообществах // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 150—171. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140109>

Vulnerability to Interpersonal Rejection Based on Appearance in Body Positive and Pro-Anorexic Online Communities

Natalia A. Polskaya

Moscow State University of Psychology & Education; G.E. Sukhareva Scientific and Practical Center for Mental Health of Children and Adolescents of the Moscow Department of Public Health, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7305-5577>, e-mail: polskayana@yandex.ru

Daria K. Yakubovskaya

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6182-0585>, e-mail: darrafy@gmail.com

Anna Yu. Razvaliaeva

Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-3411>, e-mail: annraz@rambler.ru

Objective. We aimed to analyze vulnerabilities to interpersonal rejection based on appearance in female participants of body positive and pro-anorexic online communities.

Background. The recent years has seen a rapid development of online communities focused on physical attractiveness. In the current paper two large segments of Russian-speaking online communities (body positive and pro-anorexic ones) are used to analyze the relationships between appearance-based rejection sensitivity, global self-esteem, personality traits, and body dissatisfaction.

Study design. The participants were surveyed in June–August 2020, online, in Google Forms. Invitations were posted in body positive and pro-anorexic online communities. Data analysis included Student's *t* test, and correlation, regression and mediation analysis.

Participants. 562 adolescent girls and young women aged 15–30 (mean age — 21,06 ± 4,15; median — 21).

Measures. The following measures were used: Appearance-based Rejection Sensitivity Scale (augmented by Social Comparisons based on Appearance survey), Body Image Questionnaire, Rosenberg Self-Esteem Scale, and Ten Item Personality Measure.

Results. Female participants of pro-anorexic online-communities displayed increased body dissatisfaction, appearance-based rejection sensitivity and neuroticism. They were more prone to explicitly compare their appearance with others and experienced more negative emotions in relation to this. Body positive communities' participants reported more conscientiousness and emotional stability, and they

made more implicit comparisons aimed at getting information about their appearance from social/interpersonal context. Global self-esteem and social comparisons partially mediated the relationship between appearance-based rejection sensitivity and body dissatisfaction.

Summary. *Interpersonal sensitivity and self-esteem emerge as common risk factors of body dissatisfaction, whereas social comparisons (in terms of appearance) differentiate the participants of body positive and pro-anorexic communities.*

Keywords: *pro-ana, pro-mia, body positive online communities, pro-anorexic online communities, appearance-based rejection sensitivity, appearance comparisons, personality traits, body dissatisfaction.*

Funding. The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project number 20-013-00429.

For citation: Polskaya N.A., Yakubovskaya D.K., Razvaliaeva A.Yu. Vulnerability to Interpersonal Rejection Based on Appearance in Body Positive and Pro-Anorexic Online Communities. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 150–171. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140109> (In Russ.).

Введение

Межличностное отвержение принимает разные формы — от игнорирования и высмеивания до запугивания и преследования, препятствуя, а иногда делая невозможным удовлетворение базовой потребности человека в принадлежности [13]. Переживание негативных межличностных событий происходит с разной степенью эмоциональной интенсивности и длительности [37]. В одних случаях удается достаточно быстро преодолеть последствия отвержения, тогда как в других межличностное отвержение становится причиной психологического дистресса [7].

Человек может чувствовать себя объектом отвержения на основании разных стигматизирующих характеристик, в том числе из-за внешнего вида, значимость которого в современной культуре столь высока, что для многих людей физическая красота ассоциируется с социальной успешностью, а переживание несоответствия параметрам идеальной внешности связывается с психологическим неблагополучием и нарушениями психического здоровья [5; 25].

Одной из теорий, объясняющих уязвимость к межличностному отвержению, является теория чувствительности к отвержению Дж. Дауни (G. Downey) и С. Фельдмана (S. Feldman) [6; 20]. Чувствительность к отвержению определяется как когнитивно-аффективная диспозиция, характеризующаяся тревожным ожиданием отвержения в ситуациях межличностного взаимодействия, когда восприимчивость к социальным сигналам столь высока, что неоднозначные сигналы интерпретируются как отвергающие [6; 7; 20]. В рамках данного подхода выделено понятие чувствительности к отвержению из-за внешности, когда тревожное ожидание отвержения связано с реальными или гипотетическими межличностными ситуациями оценивания внешнего вида [7; 8; 34]. Чувствительность к отвержению из-за внешности сопряжена с низкой самооценкой, небезопасными стилями привязанности, нейротизмом и опытом пренебрежения в семье [34]. В исследовании межличностных эффектов чувствительности к отвержению из-за внешности было обнаружено, что при ее высоком уровне социальные контакты сокраща-

ются, а избегание оказывается типичной поведенческой стратегией в отношении как незнакомых, так и близких людей, при этом потребность в самозащите может приобрести большее значение, чем потребность в поддержании межличностных связей [35].

Можно предположить, что чувствительность к отвержению из-за внешности связана с частотой социальных сравнений, так как именно через сравнение себя с другими человек формирует представления о том, каков он в глазах окружающих. Выделяют разные типы социальных сравнений, в зависимости от направленности и влияния на эмоции, самооценку, мотивацию [24]. Социальное сравнение может происходить на основе: (а) оценки способностей (лучше/хуже) и конкурентных установок либо (б) через соотнесение мнений, что подразумевает сбор информации о социальных нормах и регулирование собственных предпочтений, ценностей и поведения [22; 38]. Согласно результатам двух метаанализов, основанных на 55 и 68 источниках глубиной поиска до 60 лет, люди обычно предпочитают сравнивать себя с теми, кто превосходит их, даже при наличии угрозы собственной самооценке; эти сравнения могут привести к ухудшению настроения и снижению оценки своих способностей [24].

Чрезмерная сфокусированность на внешности подвергается критике феминистическими сообществами из-за объективации женского тела в средствах массовой информации [23], когда женщина представляется как сексуально привлекательный объект, вызывающий желание обладать им или быть похожим на него. На индивидуально-психологическом уровне следствием этого становится самообъективация — отчуждение от своего тела, сопровождающаяся интернализацией объективирующих установок [23].

Это выражается в том числе в стремлении привести свое тело и внешний вид в соответствие с ожиданиями других.

Сегодня в социальных сетях представлено большое разнообразие онлайн-групп, сфокусированных на внешности. Уникальность социальных сетей состоит в том, что, в отличие от традиционных медиа, их контент создается самими пользователями, что позволяет людям, которые обычно маргинализируются из-за доминирующих в обществе стандартов внешнего вида, заявить о себе и быть замеченными [16]. К таким сообществам можно отнести бодипозитивные и проанорексичные сообщества.

Проанорексичные онлайн-сообщества

Проанорексичные онлайн-сообщества считаются наиболее радикальными и тревожащими из-за распространяемого в них контента, который первоначально появился в рамках аутодеструктивного онлайн-движения, поддерживающего нормализацию расстройств пищевого поведения. Идеологической основой проанорексичных сообществ (*pro-ana*/про-ана, *pro-mia*/про-миа) является отказ от понимания анорексии, булимии и других расстройств пищевого поведения как болезненных состояний, требующих лечения. Напротив, их участники предпочитают рассматривать нарушения и расстройства пищевого поведения в качестве *lifestyle choice* — личного выбора каждого. При этом, превознося экстремальную форму идеала внешности, проанорексичное движение, с одной стороны, демонстрирует полное слияние с гендерными нормами внешности, а с другой стороны, в своей гротескности выходит за пределы этих норм, становясь перформативным способом выражения гендерной идентичности [30].

По некоторым данным, в подобных группах участвуют до трети пациентов с расстройствами пищевого поведения [44].

Контент этих сообществ включает:

— советы по похудению и сокрытию диетического поведения или голодания от близких;

— советы по очистительному поведению (наиболее «удобные» продукты для последующей рвоты, как сделать процесс рвоты тихим и незаметным);

— изображения и сообщения, пропагандирующие экстремальную худобу или потерю веса (*#thinspiration*), романтизирующие агрессивные и опасные методы снижения веса;

— персонификацию расстройств пищевого поведения как поддерживающего друга; для этого используются имена *Ana* и *Mia*; *Ana* символизирует контроль, силу и совершенство, *Mia* помогает телу «очиститься» и заново встать на путь *Ana* [42];

— литературные сочинения, превозносящие расстройства пищевого поведения;

— список правил/законов/заветов для последователей про-ана движения [31].

Текстуальный анализ, проведенный на выборке проанорексичного контента российской социальной сети «ВКонтакте», показал, что в русскоязычном пространстве тематика сообщений также сфокусирована вокруг темы веса и тела, диетического поведения, включая обсуждение радикальных методов похудения (с помощью приема лекарственных средств) и обмен фотографиями с результатами [3]. Членство в подобных группах мотивировано не только желанием получить советы по снижению веса или укрепиться в своем стремлении менять внешность экстремальными способами, но и желанием расширить свои социальные контакты, найти друзей или получить моральную поддержку. Это желание часто связано с недостатком дружеских отношений [41].

Однако активность в онлайн-сообществах не является полноценной заменой общения, так как далеко не всегда позволяет формировать дружеские связи и иногда, напротив, приводит к фактическому сужению социального круга, одиночеству и социальной депривации [33].

Закономерным следствием участия в проанорексичных сообществах является его негативное воздействие на психологическое состояние и пищевое поведение пользователей [21]. На выборке женщин (без расстройств пищевого поведения) было обнаружено, что даже единичные посещения сообществ этого направления негативно сказываются на самооценке внешней привлекательности и веса [12]. Аналогичные реакции наблюдались и при расстройствах пищевого поведения: после просмотра проанорексичного контента неудовлетворенность телом усиливалась [26] и намеренно снижалась калорийность потребляемой пищи [28].

Следует отметить, что постоянные участники подобных групп могут отмечать рост позитивных эмоций после посещения проанорексичных ресурсов — усиление чувства привлекательности, уверенности и радости, контроля и безопасности, ощущение собственного физического совершенства. Однако подобные потенциальные выгоды кажутся незначительными по сравнению с рисками для здоровья, что выражается в снижении индекса массы тела, даже если он изначально был низким; и чем выше вовлеченность в жизнь этих сообществ, тем более значительной может оказаться потеря веса [21].

Бодипозитивные онлайн-сообщества

Движение бодипозитива, появившееся в 1960-х годах в рамках феминистического дискурса [10], получило новое развитие в интернет-пространстве и является одним

из методов осмысления и борьбы с идеалами худобы, предлагая более инклюзивный взгляд на физическую красоту [19]. В социальных сетях бодипозитивный (*boro/бобо*) контент поддерживает идеи принятия собственного тела в его естественной форме, в том числе с помощью обеспечения пользователей стратегиями по сопротивлению существующим идеалам [15–17]. Контент подобных сообществ характеризуется включением следующих тем:

- выражение благодарности за свое тело (возможность чувствовать, двигаться, заниматься спортом, наслаждаться жизнью в целом);

- проповедование любви и принятия своего тела;

- расширение представлений о красоте (изображения, показывающие разнообразие фигур);

- вовлечение в заботу о теле (напоминание о необходимости удовлетворять такие потребности, как питание, сон, физическая активность и т.п.);

- культивирование внутреннего позитивного отношения к телу (посты, выражающие переживание собственной красоты и самооценности, несмотря на несоответствие идеалу);

- защитная фильтрация информации, угрожающей принятию своей внешности (обсуждение нереалистичности отретушированных снимков) [40].

Выявлено, что просмотр бодипозитивных социальных медиа связан с улучшением настроения и повышением удовлетворенности и признательности по отношению к своему телу среди молодых женщин, а визуальная составляющая подобного контента не оказывает такого негативного влияния на образ тела, как контент, продвигающий идеал

худобы [15; 16]. Уже само разнообразие изображаемых фигур, характерное для бодипозитивных сообществ, играет позитивную роль в удовлетворенности телом. Эмпирически подтверждено, что просмотр женщинами снимков моделей, не соответствующих современным идеалам физической формы, связан с большим принятием своего тела по сравнению с просмотром фотографий традиционных, подчеркнута стройных моделей [43].

Тем не менее для бодипозитивных сообществ также характерна чрезмерная сфокусированность на внешности и моде [15]. В более трети изученных по этому поводу публикаций подчеркивалась значимость красоты или стиля одежды для внешнего вида [17]. Также было выявлено, что 78% бодипозитивных постов в Инстаграме¹ частично соответствовали существующим культурным идеалам, а 26,4% из них соответствовали почти полностью. Авторы этого исследования приходят к выводу, что бодипозитивный, как и проанорексичный, онлайн-контент связан с повышенной самообъективацией по сравнению с контентом, не сфокусированным на внешности [16].

Таким образом, онлайн-контент, сфокусированный на внешности, неоднозначен в своих вызовах современным стандартам красоты. Чрезмерный интерес к физическим параметрам красоты может быть связан с уязвимостью к межличностному отвержению из-за субъективно переживаемого внешнего несоответствия «идеалу», что в целом снижает удовлетворенность телом, но пути, приводящие к этой неудовлетворенности, скорее всего будут различаться в зависимости от типа онлайн-сообщества — бодипозитивного или проанорексичного.

¹ С 21 марта 2022 г. запрещен на территории Российской Федерации.

Целью нашего исследования стал анализ личностных факторов уязвимости к межличностному отвержению на основании внешнего вида у участниц онлайн-сообществ бодипозитивной и проанорексичной направленности. Проверялись две гипотезы:

1) о различиях между участницами бодипозитивных и проанорексичных онлайн-сообществ по чувствительности к отвержению из-за внешности и параметрам сравнения по внешнему виду, неудовлетворенности телом, самооценке и личностным чертам;

2) об опосредующей роли общей самооценки и частоты сравнений внешности в отношениях между чувствительностью к отвержению из-за внешности и неудовлетворенностью телом в бодипозитивных и проанорексичных сообществах.

Метод

Схема проведения исследования.

Сбор данных проходил в 2020 г., с июня по август включительно, в заочной форме на базе Google Forms. Участие в исследовании было добровольным и предварялось заполнением информированного согласия. Приглашение к участию было размещено в онлайн-сообществах бодипозитивной и проанорексичной направленности.

К проанорексичным сообществам были отнесены группы, в которых прямо обсуждались расстройства пищевого поведения, а также группы поддержки людей, придерживающихся диеты. Эти группы пусть и не содержали прямых указаний на анорексию или булимию, но обладали другими важными характеристиками: превознесение идеала худого тела, сообщения «самоненависти» с фотографиями своего тела и перечислением недостатков, обсуждение агрессивных методов похудения, дневниковые записи о сложностях голодания, поиск поддержки у других участников для продолжения диеты.

К бодипозитивным сообществам были отнесены группы, непосредственно посвященные идеям бодипозитива, а также феминистические сообщества, в которых активно обсуждается тематика тела и внешности с акцентом на позитивном отношении к своему внешнему виду. Так, участницы данных сообществ призывают друг друга к заботливому и бережному отношению к телу (включающему отказ от деструктивных методов коррекции фигуры), обсуждают вопросы социокультурных идеалов тела с феминистической точки зрения, а также делятся собственным опытом принятия внешности.

Выборка. В исследовании приняли участие 562 девушки и молодые женщины в возрасте 15–30 лет ($M_{\text{возр.}} = 21,06$, $Med = 21$, $SD = 4,15$). По возрасту выборка была разделена на три возрастные подгруппы. Социодемографические характеристики представлены в табл. 1.

Участницы бодипозитивных сообществ оказались значимо старше по возрасту, по сравнению с проанорексичными сообществами ($p < 0,001$). На рис. 1 показано возрастное распределение (%) в данных группах.

Как видно на рис. 1, более половины участниц проанорексичных групп — это юные девушки 15–17 лет; тогда как почти половина участниц бодипозитивных сообществ — девушки и молодые женщины в возрасте 23–30 лет. Подобный сдвиг отражает современные тенденции развития онлайн-контента и поведения в социальных сетях: медиа, сфокусированные на внешности, в особенности группы проанорексичной направленности, больше всего привлекают именно юных пользователей [18].

Методики исследования. 1. Шкала «Чувствительность к отвержению из-за внешности» (*Appearance-Based Rejection Sensitivity*; ЧкОВ) оценивает силу тревожного ожидания отвержения на основании

Таблица 1

Социодемографические характеристики выборки (N = 562)

Критерии распределения выборки	Частота	%
Возрастные группы		
15–18 лет	187	33,3
19–22 года	176	31,3
23–30 лет	199	35,4
Образование		
Обучаются в общеобразовательной школе или колледже	186	33,1
Получают высшее образование	161	28,6
Закончили образование/нигде не учатся	215	38,3
Занятость		
Работают или подрабатывают	224	39,9
Не работают	338	60,1
Семейное положение		
Проживают с супругом/партнером	137	24,4
Проживают с родителями	318	56,6
Проживают с другом/подругой	31	5,5
Проживают одни	76	13,5
Принадлежность к онлайн-группам		
Бодипозитивные группы	425	75,6
Проанорексичные группы	137	24,4
Всего	562	100,0

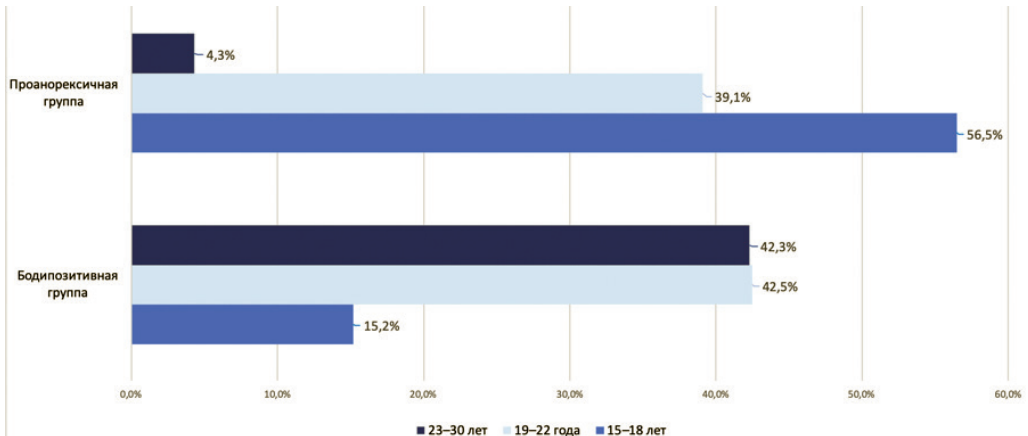


Рис. 1. Распределение по возрасту в группах проанорексичной и бодипозитивной направленности (%)

внешнего вида. Шкала содержит описание 15 ситуаций, которые могут быть по-

тенциально тревожащими в связи с недостатками внешности. Каждая ситуация

оценивается по 6-балльной шкале по двум параметрам — тревога, обусловленная возможностью возникновения подобной ситуации, и ожидание отвержения в связи с этим. Подсчитывается общий балл — среднее значение тревожного ожидания отвержения по всем ситуациям [8; 34].

Также в рамках оценки ЧкОВ использовалась короткая анкета Л. Парк, включающая три вопроса: (1) Как часто Вы замечаете, что более-менее привлекательны по сравнению с другими людьми? (2) Как часто Вы сравниваете себя по привлекательности с другими людьми? (3) Как часто Вы испытывали негативные эмоции при сравнении своей внешности с внешностью других людей? Ответ на каждый из вопросов предполагал выбор по пятибалльной шкале [8]. Автор оригинальной анкеты предлагает использовать суммарный показатель по трем вопросам для анализа данных. На нашей выборке проверка согласованности пунктов оказалась невысокая ($\alpha = 0,44$), причем ответ на первый вопрос показал отрицательные корреляции с вопросами 2 и 3. Поэтому мы интерпретировали каждый из пунктов отдельно.

Первые два пункта были соотнесены с направленностью сравнения по внешнему виду. Ответ на первый вопрос содержательно соответствовал неявным сравнениям, основанием для которых служат общие нормы — усредненные представления о внешней привлекательности. Неявные сравнения ориентированы на получение информации о собственной привлекательности из межличностного контекста. Второй вопрос интерпретировался в рамках эксплицитных социальных сравнений, так как он касался прямого сравнения себя с эталоном/другим человеком. Третий вопрос касался частоты негативных эмоциональных последствий сравнения своей внешности. Таким образом, вопросы анкеты операционали-

зировали частоту неявных и эксплицитных сравнений внешности и переживание негативных эмоций в связи с этим.

2. Опросник образа собственного тела включает 16 пунктов с выбором ответов от «никогда» до «всегда» [9]. На основе суммы ответов по всем пунктам подсчитывается общий балл неудовлетворенности телом.

3. Для измерения общей самооценки личности использовалась шкала М. Розенберга, состоящая из 10 пунктов с выбором ответов от «полностью не согласен» до «полностью согласен» [1]. Показатель самооценки подсчитывается на основе суммирования ответов по всем пунктам шкалы.

4. Дополнительно оценивалась выраженность личностных черт с помощью Краткого опросника Большой пятерки (TIPI, Ten Item Personality Inventory), основывающегося на пятифакторной модели личности и включающего шкалы: экстраверсия, согласие, добросовестность, эмоциональная стабильность и открытость опыту [4].

Анализ данных проводился с использованием SPSS v.23. Для анализа медиаторов использовался макрос PROCESS ver. 4 для SPSS [27]. Значимость непрямых эффектов проверялась с использованием бутстрепа ($n = 5000$) для расчета 95% доверительного интервала. Непрямые эффекты считаются значимыми, если доверительный интервал не включает ноль.

Результаты

Различия по чувствительности к отвержению из-за внешности и параметрам сравнения внешности в бодипозитивной и проанорексичной группах

Средние значения по чувствительности к отвержению из-за внешности оказались значимо выше в проанорексичной группе ($t = -11,83, p < 0,001$). По параметрам сравнения внешности не-

явные сравнения были выше у участниц бодипозитивных сообществ ($t = 2,11, p < 0,05$), а эксплицитные сравнения ($t = -8,36, p < 0,001$) и негативные эмоции при сравнении своей внешности ($t = -7,2, p < 0,001$) — у участниц проанорексичных сообществ (рис. 2).

Различия по неудовлетворенности телом, общей самооценке и личностным чертам в бодипозитивной и проанорексичной группах

Неудовлетворенность телом оказалась выше у участниц проанорексичных сообществ ($t = -10,43, p < 0,001$). Значения по этому показателю в обеих группах превышали пороговый уровень — 13 баллов, установленный разработчиками методики. Причем в проанорексичной группе этот показатель составил 32,6 балла, что указывает на выраженный уровень неудовлетворенности телом и высокий риск расстройств пищевого поведения.

В бодипозитивной группе более высокий уровень был определен по общей

самооценке ($t = 9,04, p < 0,001$), эмоциональной стабильности ($t = 2,57, p < 0,05$) и добросовестности ($t = 2,25, p < 0,05$). Средние значения по шкалам представлены на рис. 3.

Взаимосвязь чувствительности к отвержению из-за внешности с неудовлетворенностью телом, самооценкой и личностными чертами ($p < 0,001$)

В совокупной выборке ЧкОВ показала умеренную отрицательную связь с общей самооценкой ($r = -0,58$) и высокую положительную — с неудовлетворенностью телом ($r = 0,84$). Из шкал Большой пятерки только одна шкала — Эмоциональная стабильность — продемонстрировала отрицательную связь с ЧкОВ ($r = -0,58$) и неудовлетворенностью телом ($r = -0,7$) и положительную — с общей самооценкой личности ($r = 0,43$).

Наиболее высокие связи частоты сравнений внешности оказались между негативными эмоциями при сравнении внешности с общей самооценкой

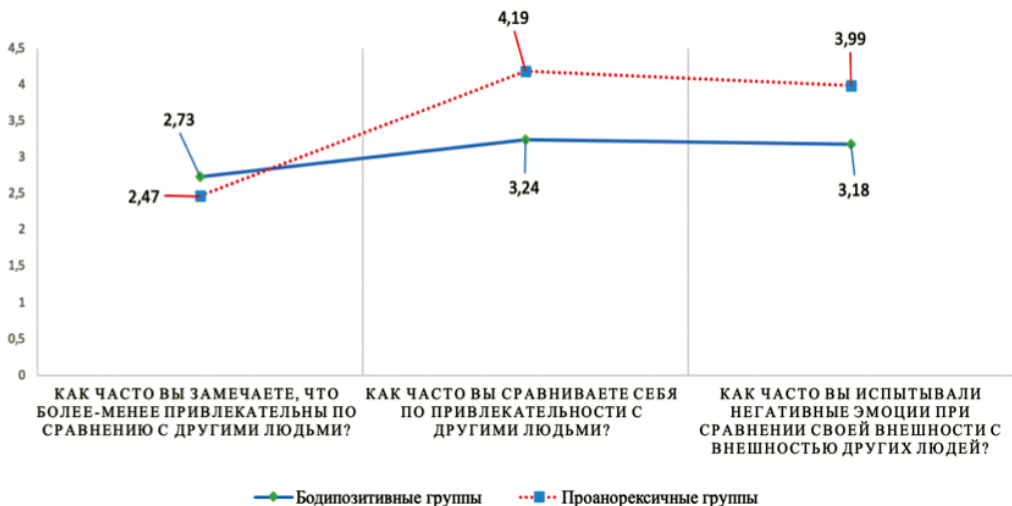


Рис. 2. Средние значения по частоте сравнения внешности в бодипозитивной и проанорексичной группах

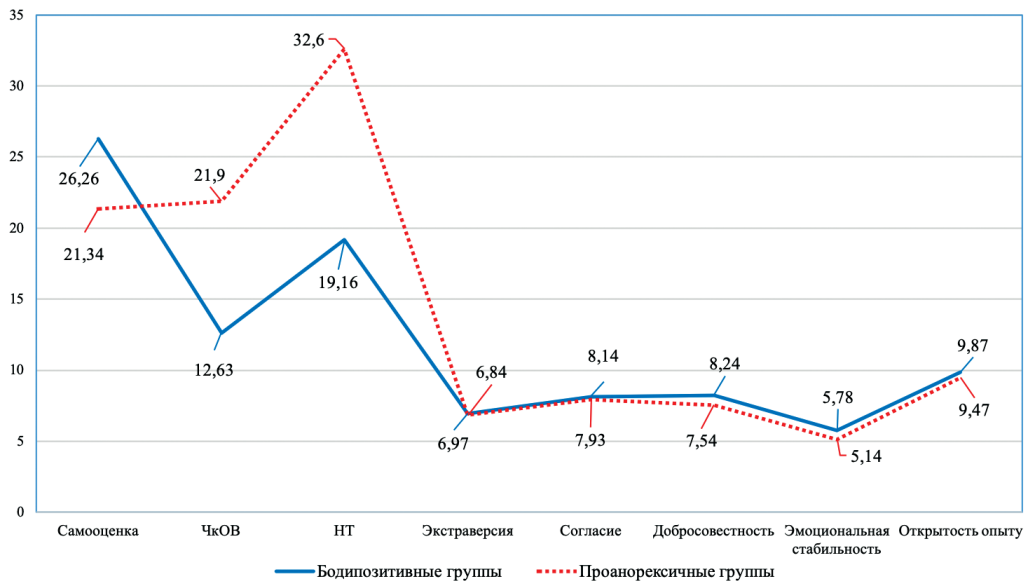


Рис. 3. Средние значения по шкалам между бодипозитивной и проанорексичной группами: ЧкОВ — чувствительность к отвержению из-за внешности; НТ — неудовлетворенность телом

($r = -0,6$) и неудовлетворенностью телом ($r = 0,76$). Частота эксплицитных сравнений внешности показала аналогичные связи: с общей самооценкой ($r = -0,51$) и неудовлетворенностью телом ($r = 0,69$).

При оценке связей отдельно по группам существенных расхождений с совокупной выборкой выявлено не было. Чуть более сильной оказалась связь ЧкОВ и неудовлетворенности телом в бодипозитивной группе ($r = 0,82$) по сравнению с проанорексичной ($r = 0,75$).

Вклад общей самооценки и параметров сравнения по внешнему виду в связь ЧкОВ и неудовлетворенности телом: анализ медиаторов

Исходя из предположения, что общая самооценка и частота сравнений внешности опосредуют связь ЧкОВ и неудовлетворенности телом, был проведен анализ медиаторов в бодипозитивной и проано-

рексичной группах. Независимой переменной выступила ЧкОВ, зависимой — неудовлетворенность телом, в качестве медиаторов — общая самооценка и три показателя частоты сравнения внешности. В табл. 2, 3 указаны основные характеристики моделей для бодипозитивной и проанорексичной групп.

В бодипозитивной группе связь чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом опосредовали общая самооценка и все три показателя социальных сравнений: неявные сравнения, эксплицитные сравнения и негативные эмоции при сравнении своей внешности (рис. 4).

У участниц проанорексичных сообществ в качестве медиаторов связи чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом выступили общая самооценка и частота негативных эмоций при сравнении своей внешности (рис. 5).

Таблица 2

**Модель опосредующего влияния самооценки и параметров сравнения
внешности на связь чувствительности к отвержению из-за внешности
и неудовлетворенности телом в бодипозитивных группах (N = 323)**

Переменные	B	95% CI	SE	p
ЗП – Частота неявных сравнений: $R^2 = 0,03$; $F(1; 344) = 8,7$, $p = 0,003$				
ЧкОВ	-0,02	[-0,04; -0,01]	0,01	0,003
ЗП – Частота эксплицитных сравнений: $R^2 = 0,38$; $F(1; 344) = 209,39$, $p < 0,001$				
ЧкОВ	0,10	[0,09; 0,11]	0,01	< 0,001
ЗП – Негативные эмоции при сравнении своей внешности с внешностью других людей: $R^2 = 0,44$; $F(1; 344) = 274,58$, $p < 0,001$				
ЧкОВ	0,11	[0,09; 0,12]	0,01	< 0,001
ЗП – Общая самооценка: $R^2 = 0,26$; $F(1; 344) = 117,85$, $p = < 0,001$				
ЧкО	-0,40	[-0,47; -0,33]	0,04	< 0,001
ЗП – Неудовлетворенность телом: $R^2 = 0,76$; $F(4; 341) = 266,53$, $p = < 0,001$				
ЧкОВ	0,66	[0,62; 0,84]	0,06	< 0,001
НС	-1,15	[-2,13; -0,94]	0,30	0,001
ЭС	1,32	[0,9; 2,29]	0,29	< 0,001
НЭ	1,87	[1,68; 3,11]	0,33	0,001
ОС	-0,42	[-1,53; -0,31]	0,06	< 0,001
Непрямые эффекты				
ЧкОВ → НС → НТ	0,02	[0,06; 0,19]	0,01	
ЧкОВ → ЭС → НТ	0,13	[0,01; 0,05]	0,03	
ЧкОВ → НЭ → НТ	0,20	[0,12; 0,28]	0,04	
ЧкОВ → ОС → НТ	0,17	[0,11; 0,23]	0,03	

Примечания: Bootstrapping n = 5000; ЗП – зависимая переменная; ЧкО – чувствительность к отвержению из-за внешности; НТ – неудовлетворенность телом; НС – неявные сравнения; ЭС – эксплицитные сравнения; НЭ – негативные эмоции при сравнении своей внешности; ОС – общая самооценка.

Таблица 3

**Модель опосредующего влияния самооценки и негативных эмоций при сравнении
своей внешности на связь чувствительности к отвержению из-за внешности
и неудовлетворенности телом в проанорексичных группах (N = 137)**

Переменные	B	95% CI	SE	p
ЗП – Негативные эмоции при сравнении своей внешности с внешностью других людей: $R^2 = 0,31$; $F(1; 102) = 45,34$, $p < 0,001$				
ЧкОВ	0,08	[0,05; 0,10]	0,01	< 0,001
ЗП – Общая самооценка: $R^2 = 0,29$; $F(1; 102) = 41,22$, $p < 0,001$				
ЧкОВ	-0,36	[-0,47; -0,25]	0,06	< 0,001
ЗП – Неудовлетворенность телом: $R^2 = 0,74$; $F(3; 100) = 93,61$, $p < 0,001$				
ЧкОВ	0,57	[0,39; 0,74]	0,09	< 0,001

Переменные	B	95% CI	SE	p
НЭ	2,94	[1,67; 4,22]	0,64	< 0,001
ОС	-0,57	[-0,84; -0,31]	0,13	< 0,001
Непрямые эффекты				
ЧкОВ → НЭ → НТ	0,23	[0,10; 0,39]	0,07	
ЧкОВ → ОС → НТ	0,21	[0,10; 0,34]	0,06	

Примечания: Bootstrapping $n = 5000$; ЗП – зависимая переменная; ЧкО – чувствительность к отвержению из-за внешности; НТ – неудовлетворенность телом; НЭ – негативные эмоции при сравнении своей внешности; ОС – общая самооценка.

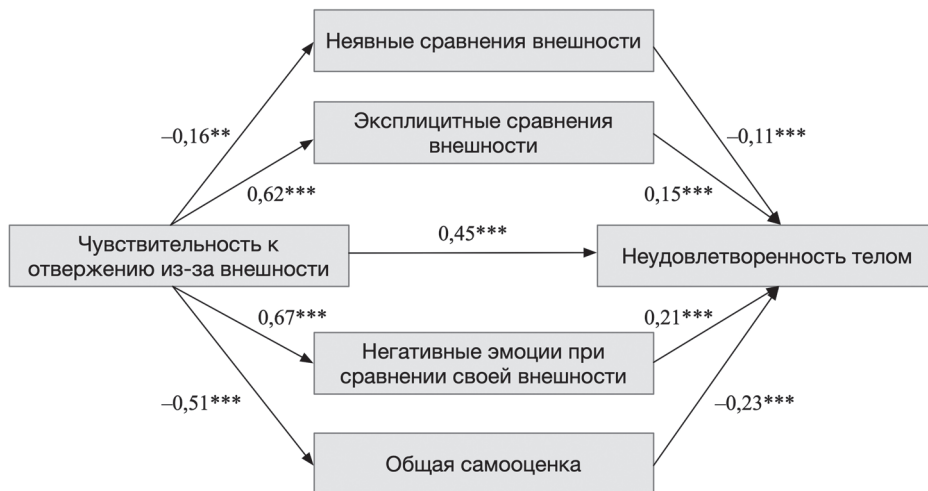


Рис. 4. Модель опосредующего влияния общей самооценки и параметров сравнения внешнего вида на связь чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом на примере бодипозитивных сообществ: указаны стандартизированные коэффициенты регрессии (** – $p < 0,01$; *** – $p < 0,001$)

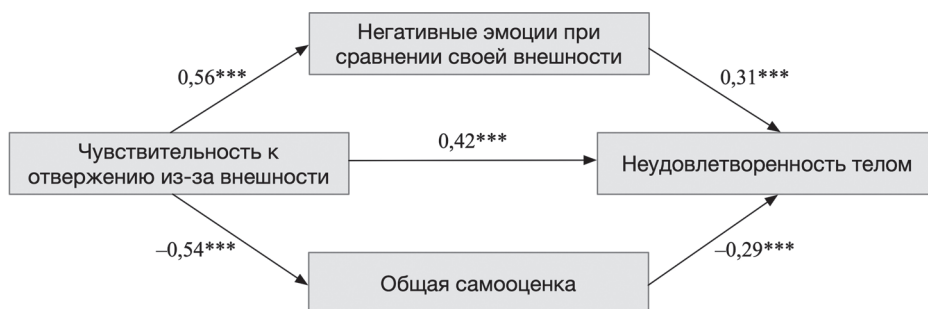


Рис. 5. Модель опосредующего влияния общей самооценки и негативных эмоций при сравнении своей внешности на связь чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом на примере проанорексичных сообществ: указаны стандартизированные коэффициенты регрессии (***) – $p < 0,001$)

Эффект медиации в обеих группах был частичный. В целях проверки надежности полученных моделей анализ медиаторов был проведен повторно с контролем переменной возраста (она вводилась как ковариата). Размеры и значимость регрессионных коэффициентов, полученных в предыдущих моделях, не изменились.

Обсуждение результатов

Данное исследование было направлено на изучение факторов уязвимости к межличностному отвержению на основании внешнего вида: оценивалась связь чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом в проанорексичных и бодипозитивных онлайн-сообществах, а также факторы, ее опосредующие. Сбор данных проходил в онлайн-сообществах, сфокусированных на тематике внешней привлекательности — это группы бодипозитивной и проанорексичной направленности.

По результатам проведенного исследования у участниц из проанорексичных сообществ неудовлетворенность телом и чувствительность к отвержению из-за внешности оказались значимо выше, а самооценка значимо ниже, чем в бодипозитивных сообществах. Это может быть объяснено составом выборок: среди участниц проанорексичных сообществ большинство идентифицируют себя с про-ана движением и расстройствами пищевого поведения. Высокий уровень неудовлетворенности телом в этой группе подтверждается множеством исследований, выполненных на выборках девушек и женщин с нарушениями пищевого поведения, а участие в проанорексичных сообществах может снижать вероятность обращения за профессиональной помощью и способствовать использованию способов экстремального похудения [21;

32]. Чувствительность к отвержению из-за внешности, наиболее высокая в этой группе, усугубляет нарушения пищевого поведения за счет социальной изоляции, развивающейся в том числе из-за предвзятости в интерпретации социальных стимулов как сигналов отвержения: женщины с нервной анорексией более негативно интерпретируют неоднозначные социальные сценарии, которые связаны с риском социального отвержения, чем здоровые женщины [39]. Нельзя игнорировать влияние современных культурных трендов, поддерживающих идеал худобы: так, авторы одного из исследований отмечают, что 91% женщин при сопоставлении силуэтов тела по шкале «от худого до избыточного веса» предпочли бы иметь более тонкое/худое тело, чем их собственное [36].

У участниц проанорексичных сообществ оказались более выражены черты нейротизма (тревожность, неуверенность в себе, эмоциональная неустойчивость) и снижены показатели по шкале добросовестности, тогда как участницы бодипозитивных сообществ отличаются большей ответственностью, дисциплинированностью и эмоциональной стабильностью. Эти данные созвучны исследованиям связи нейротизма с негативным восприятием своего тела, что выражается в неудовлетворенности телом, застенчивости и большей вероятности сравнения себя с другими людьми по привлекательности [10]. При выраженном нейротизме отмечается более высокая чувствительность к отвержению, усиливающая стремление к идеальному телу [14].

Более высокий уровень добросовестности у участниц бодипозитивных сообществ, обнаруженный в нашем исследовании, возможно, лежит в основе заботливого отношения к своему телу. Несмотря на то, что значимых различий

по шкале открытости мы не обнаружили, следует обратить внимание на тенденцию к более высоким значениям по этой шкале в бодипозитивной группе. Отмечается, что люди с высокими показателями по этой шкале ценят интеллектуальную и эмоциональную автономию, они открыты разнообразию телесных идеалов, что снижает риск неудовлетворенности телом [11].

Анкета, использованная в нашем исследовании, продемонстрировала интересные результаты. Неявные сравнения внешности, по всей видимости, имеют отношение к нормативным процессам ориентировки и адаптации в социальной среде. Эксплицитные сравнения внешности и негативные эмоции, испытываемые вследствие сравнений внешности, отрицательным образом сказываются на удовлетворенности телом и могут усиливать сфокусированность на недостатках своей внешности. Частота неявных сравнений внешности оказалась выше в бодипозитивной группе, а частота эксплицитных сравнений и негативных эмоций при сравнении своей внешности с внешностью других — в проанорексичной группе.

В совокупной выборке значимые связи были получены между параметрами сравнения внешности, чувствительностью к отвержению из-за внешности и факторами самоотношения: общей самооценкой (отрицательные) и неудовлетворенностью телом (положительные). Из черт Большой пятерки только шкала эмоциональной стабильности показала существенные связи со всеми этими параметрами: нейротизм более выражен у людей, восприимчивых к социальному отвержению на основании внешнего вида, часто сравнивающих себя с другими по внешней привлекательности и испытывающих при сравнении негативные эмоции.

Для проверки гипотезы о вкладе общей самооценки и сравнений внешности в связь чувствительности к отвержению из-за внешности и неудовлетворенности телом был проведен анализ медиаторов. В бодипозитивной группе была получена модель, показывающая, что путь от чувствительности к отвержению из-за внешности к неудовлетворенности телом может проходить через снижение самооценки, частоты неявных сравнений и повышение эксплицитных сравнений и негативных эмоций, испытываемых при сравнении своей внешности.

Неожиданным результатом выступило то, что в проанорексичной группе выявлен опосредующий эффект только со стороны негативных эмоций при сравнении своей внешности (хотя частота эксплицитных сравнений в этой группе была выше, чем в бодипозитивной). Можно предположить, что несмотря на подверженность социокультурному давлению, участницы проанорексичных онлайн-сообществ меньше ориентируются на социальное одобрение и больше — на идеал, который поддерживается с помощью про-ана сообществ.

Таким образом, в бодипозитивных сообществах путь от чувствительности к отвержению из-за внешности к неудовлетворенности телом более социально опосредован, а участницы этих сообществ более ориентированы на социальное принятие. Тогда как в проанорексичных сообществах доминирующая роль принадлежит негативной эмоциональности, которая была нами рассмотрена в контексте эмоциональной дисрегуляции в более раннем исследовании [2].

Заключение

Участие в онлайн-сообществах, связанных с тематикой внешности и тела, сопряжено с чувствительностью к меж-

личностному отвержению из-за внешнего вида и сильным недовольством своим телом, вне зависимости от типа сообщества.

Проанорексичные сообщества привлекают юных девушек, уязвимых к нарушениям пищевого поведения. Эти девушки в большей мере сфокусированы на внутренних негативных переживаниях, более социально отчуждены и чувствительны к межличностному отвержению из-за внешнего вида. По всей видимости, их склонность к сравнению себя с другими по внешним параметрам связана с постоянным самомониторингом тела, при этом опирающимся не на социальную информацию, а на субъективные искажения образа тела, где собственное тело всегда недостаточно хрупкое, тонкое и не соответствует внутреннему идеалу. Поэтому поощрение ограничительных стратегий пищевого поведения и настойчивое продвижение идеала худобы, характерные для проанорексичных сообществ, лишь усугубят психологическую и социальную дезадаптацию участниц.

Участницы бодипозитивных сообществ при оценке своей внешности в большей мере обращены к текущему социальному контексту и межличностным связям, однако изменения этого контекста гипотетически могут влиять на изменения образа тела как в одну, так и в другую сторону из-за повышенной бдительности к сигналам отвержения. Поэтому включенность в бодипозитивные сообщества с большей вероятностью будет оказывать положительное влияние на их участниц, если там они будут получать межличностное принятие и одобрение их внешности и тела.

В социальной перспективе онлайн-практики поддержки девушек и женщин, уязвимых к межличностному отвержению из-за внешнего вида, через создание тематического контента, комментарии, лайки, общение в чатах и т.п. могут давать положительный эффект в бодипозитивных (и феминистических) сообществах, но быть бесполезны и даже приносить вред в проанорексичных сообществах.

Литература

1. *Бодаев А.А., Столин В.В.* Общая психодиагностика. СПб.: Речь, 2000. 438 с.
2. *Кирухина Н.А., Польская Н.А.* Эмоциональная дисрегуляция и неудовлетворенность телом в женской популяции [Электронный ресурс] // Клиническая и специальная психология. 2021. Т. 10. № 3. С. 126–147. DOI:10.17759/cpse.2021100308
3. *Кононов А.Н., Комиссарова А.С.* Социальные факторы возникновения расстройств пищевого поведения: контент-анализ текстов в сети интернет // Вестник ТвГУ. Серия: Педагогика и психология. 2020. Т. 1. № 50. С. 144–153. DOI:10.26456/vtpsyed/2020.1.144
4. *Корнилова Т.В., Чумакова М.А.* Апробация краткого опросника Большой пятерки (ГРІ, КОБТ) [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2016. Т. 9. № 46. С. 5. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2016v9n46/1259-kornilova46.html> (дата обращения: 18.01.2022).
5. *Лабунская В.А.* Отношение к внешнему облику, его ценность и значимость как факторы субъективного благополучия молодых людей // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 3. С. 51–66. DOI:10.17759/sps.2019100304
6. *Польская Н.А., Цейтлина М.Д., Якубовская Д.К.* Чувствительность к отвержению и психическое здоровье // Вопросы психологии. 2020. Т. 66. № 5. С. 119–129.
7. *Польская Н.А., Якубовская Д.К.* Личностные факторы уязвимости к межличностному отвержению // Современные направления диагностики в клинической (медицинской)

психологии / Под ред. Н.В. Зверевой, И.Ф. Рощиной. М.: ООО «Сам Полиграфист», 2021. С. 88–100.

8. *Развалаева А.Ю., Польская Н.А.* Русскоязычная адаптация методик «Чувствительность к отвержению из-за внешности» и «Страх негативной оценки внешности» // Консультативная психология и психотерапия. 2020. Т. 28. № 4. С. 118–143. DOI:10.17759/cpp.2020280407
9. *Скугаревский О.А., Сивуха С.В.* Образ собственного тела: разработка инструмента для оценки // Психологический журнал. 2006. Т. 10. № 2. С. 40–48.
10. *Afful A.A., Ricciardelli R.* Shaping the online fat acceptance movement: Talking about body image and beauty standards // Journal of Gender Studies. 2015. Vol. 24. № 4. P. 453–472. DOI:10.1080/09589236.2015.1028523
11. *Allen M.S., Robson D.A., Laborde S.* Normal variations in personality predict eating behavior, oral health, and partial syndrome bulimia nervosa in adolescent girls // Food Science & Nutrition. 2020. Vol. 8. № 3. P. 1423–1432. DOI:10.1002/fsn3.1425
12. *Bardone-Cone A.M., Cass K.M.* Investigating the impact of pro-anorexia websites: A pilot study // European Eating Disorders Review. 2006. Vol. 14. P. 256–262. DOI:10.1002/erv.714
13. *Baumeister R.F., Leary M.R.* The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation // Psychological Bulletin. 1995. Vol. 117. № 3. P. 497–529. DOI:10.1037/0033-2909.117.3.497
14. *Benford K., Swami V.* Body image and personality among British men: Associations between the big five personality domains, drive for muscularity, and body appreciation // Body Image. 2014. Vol. 11. № 4. P. 454–457. DOI:10.1016/j.bodyim.2014.07.004
15. *Caldeira P., Sofia A., Sander D.R.* Representing diverse femininities on Instagram: A case study of the body-positive @effyourbeautystandards Instagram account // Catalan Journal of Communication & Cultural Studies. 2017. Vol. 9. № 2. P. 321–337. DOI:10.1386/cjcs.9.2.321_1
16. *Cohen R., Fardouly J., Newton-John T., Slater A.* #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image // New Media & Society. 2019. Vol. 21. № 7. P. 1546–1564. DOI:10.1177/1461444819826530
17. *Cohen R., Irwin L., Newton-John T., Slater A.* #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram // Body Image. 2019. Vol. 29. P. 47–57. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.02.007
18. *Custers K., van der Bulck J.* Viewership of pro-anorexia websites in seventh, ninth and eleventh graders // European Eating Disorders Review. 2009. Vol. 17. № 3. P. 214–219. DOI:10.1002/erv.910
19. *Свѣнар-Хорта J.* The commodification of the body positive movement on Instagram // Stream: Interdisciplinary Journal of Communication. 2016. Vol. 8. № 2. P. 36–56. DOI:10.21810/strm.v8i2.203
20. *Downey G., Feldman S.I.* Implications of rejection sensitivity for intimate relationships // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol. 70. № 6. P. 1327–1343. DOI:10.1037/0022-3514.70.6.1327
21. *Feldhege J., Moessner M., Bauer S.* Detrimental effects of online pro-eating disorder communities on weight loss and desired weight: Longitudinal observational study // Journal of Medical Internet Research. 2021. Vol. 23. № 10. P. e27153. DOI:10.2196/27153
22. *Festinger L.* A theory of social comparison processes // Human Relations. 1954. Vol. 7. № 2. P. 117–140. DOI:10.1177/001872675400700202
23. *Fredrickson B.L., Roberts T.A.* Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks // Psychology of Women Quarterly. 1997. Vol. 21. № 2. P. 173–206. DOI:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x
24. *Gerber J.P., Wheeler L., Suls J.* A social comparison theory meta-analysis 60+ years on // Psychological Bulletin. 2018. Vol. 144. № 2. P. 177–197. DOI:10.1037/bul0000127

25. *Gupta N.D., Etcoff N., Jaeger M.* Beauty in mind: The effects of physical attractiveness on psychological well-being and distress // *Journal of Happiness Studies*. 2016. Vol. 17. № 3. P. 1313–1325. DOI:10.1007/s10902-015-9644-6
26. *Harper K., Sperry S., Thompson J.K.* Viewership of pro-eating disorder websites: Association with body image and eating disturbances // *International Journal of Eating Disorders*. 2008. Vol. 41. № 1. P. 92–95. DOI:10.1002/eat.20408
27. *Hayes A.F.* Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach. 3rd ed. New York: The Guilford Press, 2022. 732 p.
28. *Jett S., LaPorte D.J., Wanchisn J.* Impact of exposure to pro-eating disorder websites on eating behaviour in college women // *European Eating Disorders Review*. 2010. Vol. 18. № 5. P. 410–416. DOI:10.1002/erv.1009
29. *Karsay K., Knoll J., Matthes J.* Sexualizing media use and self-objectification: A meta-analysis // *Psychology of Women Quarterly*. 2018. Vol. 42. № 1. P. 9–28. DOI:10.1177/0361684317743019
30. *Kleyn M., Clark J.* Agency through bodily alterity: the case of “proanorexia” websites // *Psychology in Society*. 2009. Vol. 38. P. 27–39.
31. *Krautbauer K.H.* A grounded theory analysis of the functions of pro-ana social media accounts. Master’s Theses. Ypsilanti, MI: Eastern Michigan University, 2016. 73 p.
32. *Mento C., Silvestri M.C., Muscatello M., Rizzo A., Celebre L., Pratic M., Zoccali R.A., Bruno A.* Psychological impact of pro-anorexia and pro-eating disorder websites on adolescent females: A systematic review // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2021. Vol. 18. № 4. P. 2186. DOI:10.3390/ijerph18042186
33. *O’Day E., Heimberg R.* Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review // *Computers in Human Behavior Reports*. 2021. Vol. 3. P. 100070. DOI:10.1016/j.chbr.2021.100070
34. *Park L.E.* Appearance-based rejection sensitivity: Implications for mental and physical health, affect, and motivation // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2007. Vol. 33. № 4. P. 490–504. DOI:10.1177/0146167206296301
35. *Park L.E., Pinkus R.T.* Interpersonal effects of appearance-based rejection sensitivity // *Journal of Research in Personality*. 2009. Vol. 43. № 4. P. 602–612. DOI:10.1016/j.jrp.2009.02.003
36. *Runfola C.D., Von Holle A., Trace S.E., Brownley K.A., Hofmeier S.M., Gagne D.A., Bulik C.M.* Body dissatisfaction in women across the lifespan: Results of the UNC- SELF and gender and body Image (GABI) studies // *European Eating Disorders Review*. 2013. Vol. 21. № 1. P. 52–59. DOI:10.1002/erv.2201
37. *Smart R.L., Leary M.R.* Reactions to discrimination, stigmatization, ostracism, and other forms of interpersonal rejection: A multimotive model // *Psychological Review*. 2009. Vol. 116. № 2. P. 365–383. DOI:10.1037/a0015250
38. *Suls J., Martin R., Wheeler L.* Social comparison: Why, with whom, and with what effect? // *Current Directions in Psychological Science*. 2002. Vol. 11. № 5. P. 159–163. DOI:10.1111/1467-8721.00191
39. *Turton R., Cardi V., Treasure J., Hirsch C.R.* Modifying a negative interpretation bias for ambiguous social scenarios that depict the risk of rejection in women with anorexia nervosa // *Journal of Affective Disorders*. 2018. Vol. 227. P. 705–712. DOI:10.1016/j.jad.2017.11.089
40. *Tylka T.L., Wood-Barcalow N.L.* What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition // *Body Image*. 2015. Vol. 14. P. 118–129. DOI:10.1016/j.bodyim.2015.04.001
41. *Westwood H., Lawrence V., Fleming C., Tchanturia K.* Exploration of friendship experiences, before and after illness onset in females with anorexia nervosa: A qualitative study // *PLoS ONE*. 2016. Vol. 11. № 9. P. e0163528. DOI:10.1371/journal.pone.0163528
42. *Williams S.* Understanding anorexia nervosa: An online phenomenological approach. PhD Thesis. Edinburgh: Queen Margaret University, 2009. 316 p.

43. Williamson G., Karazys B.T. The effect of functionality-focused and appearance-focused images of models of mixed body sizes on women's state-oriented body appreciation // *Body Image*. 2018. Vol. 24. P. 95–101. DOI:10.1016/j.bodyim.2017.12.008
44. Wilson J.L., Peebles R., Hardy K.K., Litt I.F. Surfing for thinness: A pilot study of pro-eating disorder Web site usage in adolescents with eating disorders // *Pediatrics*. 2006. Vol. 118. № 6. P. e1635–e1643. DOI:10.1542/peds.2006-1133

References

1. Bodalev A.A., Stolin V.V. *Obshchaya psikhodiagnostika* [General psychological diagnostics]. Saint Petersburg: Rech', 2000. 438 p. (In Russ.).
2. Kiryukhina N.A., Pol'skaya N.A. Emotional dysregulation and body dissatisfaction in female population [Elektronnyi resurs]. *Klinicheskaya i spetsial'naya psikhologiya = Clinical Psychology and Special Education*, 2021. Vol. 10, no. 3, pp. 126–147. DOI:10.17759/cpse.2021100308 (In Russ.).
3. Kononov A.N., Komissarova A.S. Sotsial'nye faktory vozniknoveniya rasstroystv pishchevogo povedeniya: kontent-analiz tekstov v seti internet [Research of factors of the origin of food disorders: Content analysis of text on the internet]. *Vestnik TvGU Seriya: Pedagogika i psikhologiya = Herald of TvSU. Series: Pedagogy and Psychology*, 2020. Vol. 1, no. 50, pp. 144–153. DOI:10.26456/vtspyped/2020.1.144 (In Russ.).
4. Kornilova T.V., Chumakova M.A. Aprobatsiya kratkogo oprosnika Bol'shoi pyaterki (TIPI, KOBP) [Development of the Russian version of the brief Big Five questionnaire (TIPI)] [Elektronnyi resurs]. *Psikhologicheskie issledovaniya = Psychological Studies*, 2016. Vol. 9, no. 46, pp. 5. Available at: <http://psystudy.ru/index.php/num/2016v9n46/1259-kornilova46.html> (Accessed 18.01.2022). (In Russ.).
5. Labunskaya V.A. Attitude to appearance, its value and significance as factors of subjective well-being of young people. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2019. Vol. 10, no. 3, pp. 51–66. DOI:10.17759/sps.2019100304 (In Russ.).
6. Pol'skaya N.A., Tseitlina M.D., Yakubovskaya D.K. Chuvstvitel'nost' k otvrzheniyu i psikhicheskoe zdorov'e [Rejection sensitivity and mental disorders]. *Voprosy Psikhologii*, 2020. Vol. 66, no. 5, pp. 119–129. (In Russ.).
7. Pol'skaya N.A., Yakubovskaya D.K. Lichnostnye faktory uyazvimosti k mezhlichnostnomu otvrzheniyu [Personal vulnerability factors to interpersonal rejection]. In Zvereva N.V., Roshchina I.F. (eds.). *Sovremennye napravleniya diagnostiki v klinicheskoi (meditsinskoi) psikhologii = Modern directions of diagnostics in clinical (medical) psychology*. Moscow: OOO Sam Poligrafist Publ., 2021, pp. 88–100. (In Russ.).
8. Razvalyaeva A.Yu., Pol'skaya N.A. Validating Appearance-Based Rejection Sensitivity and Fear of Negative Appearance Evaluation scales in the Russian sample. *Konsul'tativnaya psikhologiya i psikhoterapiya = Counseling Psychology and Psychotherapy*, 2020. Vol. 28, no. 4, pp. 118–143. DOI:10.17759/cpp.2020280407 (In Russ.).
9. Skugarevskii O.A., Sivukha S.V. Obraz sobstvennogo tela: razrabotka instrumenta dlya otsenki [Developing a scale to assess body image]. *Psikhologicheskii Zhurnal = Psychological Journal*, 2006. Vol. 10, no. 2, pp. 40–48. (In Russ.).
10. Afful A.A., Ricciardelli R. Shaping the online fat acceptance movement: Talking about body image and beauty standards. *Journal of Gender Studies*, 2015. Vol. 24, no. 4, pp. 453–472. DOI:10.1080/09589236.2015.1028523
11. Allen M.S., Robson D.A., Laborde S. Normal variations in personality predict eating behavior, oral health, and partial syndrome bulimia nervosa in adolescent girls. *Food Science & Nutrition*, 2020. Vol. 8, no. 3, pp. 1423–1432. DOI:10.1002/fsn3.1425
12. Bardone-Cone A.M., Cass K.M. Investigating the impact of pro-anorexia websites: A pilot study. *European Eating Disorders Review*, 2006. Vol. 14, pp. 256–262. DOI:10.1002/erv.714

13. Baumeister R.F., Leary M.R. The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 1995. Vol. 117, no. 3, pp. 497–529. DOI:10.1037/0033-2909.117.3.497
14. Benford K., Swami V. Body image and personality among British men: Associations between the big five personality domains, drive for muscularity, and body appreciation. *Body Image*, 2014. Vol. 11, no. 4, pp. 454–457. DOI:10.1016/j.bodyim.2014.07.004
15. Caldeira P., Sofia A., Sander D.R. Representing diverse femininities on Instagram: A case study of the body-positive @effyourbeautystandards Instagram account. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 2017. Vol. 9, no. 2, pp. 321–337. DOI:10.1386/cjcs.9.2.321_1
16. Cohen R., Fardouly J., Newton-John T., Slater A. #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, 2019. Vol. 21, no. 7, pp. 1546–1564. DOI:10.1177/1461444819826530
17. Cohen R., Irwin L., Newton-John T., Slater A. #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 2019. Vol. 29, pp. 47–57. DOI:10.1016/j.bodyim.2019.02.007
18. Custers K., van der Bulck J. Viewership of pro-anorexia websites in seventh, ninth and eleventh graders. *European Eating Disorders Review*, 2009. Vol. 17, no. 3, pp. 214–219. DOI:10.1002/erv.910
19. Cwynar-Horta J. The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: Interdisciplinary Journal of Communication*, 2016. Vol. 8, no. 2, pp. 36–56. DOI:10.21810/strm.v8i2.203
20. Downey G., Feldman S.I. Implications of rejection sensitivity for intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1996. Vol. 70, no. 6, pp. 1327–1343. DOI:10.1037/0022-3514.70.6.1327
21. Feldhege J., Moessner M., Bauer S. Detrimental effects of online pro-eating disorder communities on weight loss and desired weight: Longitudinal observational study. *Journal of Medical Internet Research*, 2021. Vol. 23, no. 10, p. e27153. DOI:10.2196/27153
22. Festinger L. A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 1954. Vol. 7, no. 2, pp. 117–140. DOI:10.1177/001872675400700202
23. Fredrickson B.L., Roberts T.A. Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 1997. Vol. 21, no. 2, pp. 173–206. DOI:10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x
24. Gerber J.P., Wheeler L., Suls J. A social comparison theory meta-analysis 60+ years on. *Psychological Bulletin*, 2018. Vol. 144, no. 2, pp. 177–197. DOI:10.1037/bul0000127
25. Gupta N.D., Etkoff N., Jaeger M. Beauty in mind: The effects of physical attractiveness on psychological well-being and distress. *Journal of Happiness Studies*, 2016. Vol. 17, no. 3, pp. 1313–1325. DOI:10.1007/s10902-015-9644-6
26. Harper K., Sperry S., Thompson J.K. Viewership of pro-eating disorder websites: Association with body image and eating disturbances. *International Journal of Eating Disorders*, 2008. Vol. 41, no. 1, pp. 92–95. DOI:10.1002/eat.20408
27. Hayes A.F. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach. 3rd ed. New York: The Guilford Press, 2022. 732 p.
28. Jett S., LaPorte D.J., Wanchisn J. Impact of exposure to pro-eating disorder websites on eating behaviour in college women. *European Eating Disorders Review*, 2010. Vol. 18, no. 5, pp. 410–416. DOI:10.1002/erv.1009
29. Karsay K., Knoll J., Matthes J. Sexualizing media use and self-objectification: A meta-analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 2018. Vol. 42, no. 1, pp. 9–28. DOI:10.1177/0361684317743019
30. Kleyn M., Clark J. Agency through bodily alterity: the case of “proanorexia” websites. *Psychology in Society*, 2009. Vol. 38, pp. 27–39.

31. Krautbauer K.H. A grounded theory analysis of the functions of pro-ana social media accounts. Master's Theses. Ypsilanti, MI: Eastern Michigan University, 2016. 73 p.
32. Mento C., Silvestri M.C., Muscatello M., Rizzo A., Celebre L., Pratic M., Zoccali R.A., Bruno A. Psychological impact of pro-anorexia and pro-eating disorder websites on adolescent females: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021. Vol. 18, no. 4, p. 2186. DOI:10.3390/ijerph18042186
33. O'Day E., Heimberg R. Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 2021. Vol. 3, p. 100070. DOI:10.1016/j.chbr.2021.100070
34. Park L.E. Appearance-based rejection sensitivity: Implications for mental and physical health, affect, and motivation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2007. Vol. 33, no. 4, pp. 490–504. DOI:10.1177/0146167206296301
35. Park L.E., Pinkus R.T. Interpersonal effects of appearance-based rejection sensitivity. *Journal of Research in Personality*, 2009. Vol. 43, no. 4, pp. 602–612. DOI:10.1016/j.jrp.2009.02.003
36. Runfola C.D., Von Holle A., Trace S.E., Brownley K.A., Hofmeier S.M., Gagne D.A., Bulik C.M. Body dissatisfaction in women across the lifespan: Results of the UNC- SELF and gender and body Image (GABI) studies. *European Eating Disorders Review*, 2013. Vol. 21, no. 1, pp. 52–59. DOI:10.1002/erv.2201
37. Smart Richman L., Leary M.R. Reactions to discrimination, stigmatization, ostracism, and other forms of interpersonal rejection: A multimotive model. *Psychological Review*, 2009. Vol. 116, no. 2, pp. 365–383. DOI:10.1037/a0015250
38. Suls J., Martin R., Wheeler L. Social comparison: Why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science*, 2002. Vol. 11, no. 5, pp. 159–163. DOI:10.1111/1467-8721.00191
39. Turton R., Cardi V., Treasure J., Hirsch C.R. Modifying a negative interpretation bias for ambiguous social scenarios that depict the risk of rejection in women with anorexia nervosa. *Journal of Affective Disorders*, 2018. Vol. 227, pp. 705–712. DOI:10.1016/j.jad.2017.11.089
40. Tylka T.L., Wood-Barcalow N.L. What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 2015. Vol. 14, pp. 118–129. DOI:10.1016/j.bodyim.2015.04.001
41. Westwood H., Lawrence V., Fleming C., Tchanturia K. Exploration of friendship experiences, before and after illness onset in females with anorexia nervosa: A qualitative study. *PLoS ONE*, 2016. Vol. 11, no. 9, p. e0163528. DOI:10.1371/journal.pone.0163528
42. Williams S. Understanding anorexia nervosa: An online phenomenological approach. PhD Thesis. Edinburgh: Queen Margaret University, 2009. 316 p.
43. Williamson G., Karazsia B.T. The effect of functionality-focused and appearance-focused images of models of mixed body sizes on women's state-oriented body appreciation. *Body Image*, 2018. Vol. 24, pp. 95–101. DOI:10.1016/j.bodyim.2017.12.008
44. Wilson J.L., Peebles R., Hardy K.K., Litt I.F. Surfing for thinness: A pilot study of pro-eating disorder Web site usage in adolescents with eating disorders. *Pediatrics*, 2006. Vol. 118, no. 6, pp. e1635–e1643. DOI:10.1542/peds.2006-1133

Информация об авторах

Полская Наталья Анатольевна, доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры клинической психологии и психотерапии, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ); ведущий научный сотрудник, ГБУЗ «Научно-практический центр психического здоровья детей и подростков им. Г.Е. Сухаревой ДЗМ г. Москвы», г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7305-5577>, e-mail: polskayana@yandex.ru

Якубовская Дарья Кирилловна, студентка факультета консультативной и клинической психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6182-0585>, e-mail: darrafy@gmail.com

Разваляева Анна Юрьевна, кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории познавательных процессов и математической психологии, ФГБУН «Институт психологии Российской академии наук» (ФГБУН ИП РАН), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-3411>, e-mail: annraz@rambler.ru

Information about the authors

Natalia A. Polskaya, Doctor of Psychology, Professor, Chair of Clinical Psychology and Psychotherapy, Moscow State University of Psychology & Education; Leading Researcher, G.E. Sukhareva Scientific and Practical Center for Mental Health of Children and Adolescents of the Moscow Department of Public Health, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7305-5577>, e-mail: polskayana@yandex.ru

Daria K. Yakubovskaya, Student, Department of Counseling and Clinical Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6182-0585>, e-mail: darrafy@gmail.com

Anna Yu. Razvaliaeva, PhD in Psychology, Researcher, Laboratory of Cognitive Processes and Mathematical Psychology, Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2046-3411>, e-mail: annraz@rambler.ru

Получена 24.01.2022

Received 24.01.2022

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

Взаимовлияние отношения к людям и отношения к символически представляющим их вещам

Хохлов Н.А.

ООО Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии»
(ООО ЦТР «Гуманитарные технологии»); ФГБОУ ВО «Московский государственный
университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Курмелева А.И.

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова»
(ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Цель. Изучение выраженности и особенностей переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно.

Контекст и актуальность. Символические функции вещей обсуждаются в философии, экономике, культурологии и семиотике. В то же время психологическая специфика участия вещей в социальном взаимодействии остается малоизученной. Предполагается, что отношение к людям переносится на созданные ими вещи, а совершение с вещами символических действий меняет отношение к тем, кого они представляют.

Дизайн исследования. На материале вымышленной ситуации (10 постояльцев санатория представили на конкурс выращенные ими цветы) проведен онлайн-эксперимент, моделирующий влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда и влияние уничтожения продукта труда на отношение к создавшему его человеку.

Участники. 132 человека (111 женщины, 21 мужчина) от 17 до 55 лет ($M = 31,3$; $SD = 9,7$).

Методы (инструменты). Сбор данных проводился с помощью платформы «Мастер-тесты» системы интернет-сервисов «HT-Line». Использовался авторский стимульный материал. Персонажи оценивались по базисным шкалам семантического дифференциала Ч. Осгуда («оценка», «сила», «активность»).

Результаты. Испытуемые склонны сохранять цветы, выращенные хорошими персонажами. Привлекательность персонажей меняется в зависимости от того, понравились ли выращенные ими цветы. Персонажи, чьи цветы были уничтожены, при повторной оценке воспринимаются более пассивными.

Основные выводы. Отношение к человеку влияет на желание сохранить символически представляющие его вещи, а совершение действий с этими вещами меняет отношение к их создателю.

Ключевые слова: психология вещей, символизация, отношение к человеку, семиологическая система, психология постмодерна, семантический дифференциал.

Для цитаты: Хохлов Н.А., Курмелева А.И. Взаимовлияние отношения к людям и отношения к символически представляющим их вещам // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 172–193. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140110>

Mutual Influence between Attitudes towards People and Attitudes towards Things that Symbolically Represent Them

Nikita A. Khokhlov

Centre for Testing and Development “Humanitarian Technologies”;

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Anastasia I. Kurmeleva

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Objective. *Studying the intensity and characteristics of the transfer of attitudes towards people to and from things associated with them.*

Background. *Symbolic functions of things are discussed in philosophy, economics, cultural studies and semiotics. At the same time, the psychological specificity of things participation in social interaction remains poorly studied. It is assumed that attitudes towards people are transferred to the things they create, and that making symbolic actions to the things changes attitudes towards those they represent.*

Study design. *An online experiment was carried out based on a fictional situation: 10 guests of a sanatorium presented for the competition the flowers that they had grown. The influence of attitudes towards people on the attractiveness of their work products and the influence of destroying the work product on attitudes towards the person who created it were simulated.*

Participants. *132 people (111 women, 21 men) aged 17–55 years ($M = 31.3$; $SD = 9.7$).*

Measurements. *Data was collected using the “Master-tests” platform of the online services system “HT-Line”. Authors’ stimulus material was used. Characters were scored on the basic scales of C. Os-good’s semantic differential (“evaluation”, “strength” and “activity”).*

Results. *Test subjects tend to save flowers grown by good characters. Characters’ attractiveness changes depending on whether their flowers are liked by participants. The characters whose flowers have been eliminated are perceived more passive when reassessed.*

Conclusions. *Attitude towards a person affects saving things that symbolically represent him/her, and performing an action to these things changes attitude towards its creator.*

Keywords: *psychology of things, symbolisation, attitude towards a person, semiological system, postmodern psychology, semantic differential.*

For citation: Khokhlov N.A., Kurmeleva A.I. Mutual Influence between Attitudes towards People and Attitudes towards Things that Symbolically Represent Them. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 172–193. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140110> (In Russ.).

Введение

Из житейских наблюдений известно, что люди склонны привязываться к вещам и взаимодействовать с ними на символическом уровне. Отношение к человеку переносится на подаренные им вещи. Предметы могут использоваться как амулеты и талисманы, а также хранить память о человеке или событии. Бывает, что люди избавляются от вещей,

связанных с прекратившимися отношениями. Некоторые верят в то, что вещи обладают душой, разумом, чувствами и могут общаться. Тема символизации вещей находит отражение в художественной литературе, например, в новелле Х.Л. Борхеса «Хуан Муранья» [4]. Есть основания полагать, что действия, совершенные с предметами, ассоциированными с определенным человеком, могут

влиять на отношение к нему. Далее мы рассмотрим, как вещь включается в социальное взаимодействие, становясь частью психической жизни.

Научное изучение роли вещей в восприятии окружающей действительности началось в XVIII в., когда Ш. де Бросс разработал теорию фетишизма, согласно которой неодушевленные предметы могут быть частью культа [5]. Фетишизм рассматривался как составляющая первобытного мировоззрения, основанного на мифологических и религиозных представлениях. В дальнейшем он стал обсуждаться в контексте изучения потребительной стоимости товара. К. Маркс писал, что товар — «это вещь, полная причуд, метафизических тонкостей и теологических ухищрений» [12, с. 77]. Стоимость продукта труда определяется не столько физической природой вещей, сколько общественным отношением к ним. По Ги Дебору, в современном обществе спектакля товар сам созерцает себя в созданном им самим мире, а тотальность потребления заместилась тотальностью абстрактного представления [28].

Вещи изучают как часть материальной культуры — окружающей человека искусственной среды, создаваемой всеми видами труда [19]. Культуру можно рассматривать как совокупность артефактов, накопленных сообществом за время его существования. Артефакты «связывают людей с миром и друг с другом таким способом, в котором сочетаются свойства орудий и символов» [15, с. 501]. По мнению Д. Ойзерман, культура — это познание, укорененное в среде [36]. А. Поручук [37] отмечает, что архаический символизм был основан на материальных предметах, которые обрели магические и ритуальные функции. Впоследствии изображения этих вещей стали символами, многие из которых имели шанс развиваться в знаки и/или графемы.

Л. Малафурис считает, что вещи занимают промежуточное пространство между тем, что обычно называют разумом и материей, поскольку люди думают с помощью вещей и «через» них [34]. С учетом этого понятно стремление включить вещи в предмет общественных наук [32; 33] и развивать психологию техники [9].

По мнению В.С. Мухиной, «предмет, или вещь, в сознании человека есть единица, часть сущего, все то, что обладает совокупностью определенных свойств, занимает объем в пространстве и находится в отношении с другими единицами сущего» [13, с. 12]. Человек не только создает, использует и сохраняет предметы, но и формирует систему отношений к ним, отражаемую в языке, мифологии, философии и поведении. Б.Л. Донской пишет, что «любая вещь суть реальное тело, созданное человеком из природного материала, т.е. из вещества материи, для удовлетворения человеческих потребностей» [8, с. 90]. Ключевыми здесь являются потребности, которые природа не может удовлетворить непосредственно. Среди них выделяются духовные потребности, для удовлетворения которых человечество производит этикет, моральные законы, книги, картины, театральные представления и т.д. Все эти идеальные реальные образования тоже можно называть вещами. Кроме того, мир вещей тесно связан с аксиологической функцией культуры. В.М. Пивоев обращает внимание на то, что ценность «в широком смысле слова — это способность и возможность какого-то предмета или явления удовлетворять человеческие потребности. Но нельзя эту связь понимать как непосредственную, между потребностью и ценностью лежит немало звеньев» [16, с. 55]. Социально-психологические исследования показывают, что «наибольшее значение в потребительском поведении имеют не физические параметры

товаров, а восприятие этих товаров как набора ценностей — утилитарных и символических» [21, с. 64].

Межличностные отношения также рассматривают как обмен ресурсами [29; 30]. Ресурсом является все, что может обмениваться в межличностной ситуации. Предмет, имеющий материальную ценность, может обмениваться на поведенческий акт, в том числе и символического характера, если эти ресурсы представляют эквивалентную ценность для участников обмена. У.Г. Фoa выделил шесть видов ресурсов: любовь, статус, услуги, информация, товары и деньги. Эти ресурсы можно охарактеризовать по двум критериям — «партикулярность — универсальность» и «конкретность — символичность». Первый критерий указывает на то, насколько ценность ресурсов зависит от конкретных людей, участвующих в обмене; второй критерий указывает на форму выражения. На готовность к обмену влияет близость ресурсов между собой по этим критериям [39]. Субъективное предпочтение определенных видов ресурсов зависит от личностных черт [38].

Проблема символического значения вещей представляет интерес и для психологии постмодерна. Как отмечает В.А. Янчук, «психология на уровне биологических или первичных оснований может рассматриваться как естественная наука, а на символическом или вторичном уровне — как социальная или “персоналистская” наука. На третичном уровне она является тем, что мы называем “моральная наука”, ибо она более заинтересована в том, как мы выбираем действия: она репрезентирует изучение не того, что есть, а того, что может и должно быть» [26, с. 191]. В рамках структурной лингвистики Ф. де Соссюра [6] отношения между знаком и вещью можно описать в терминах означающего и означаемого. Между ними нет прямой связи (она произвольна), однако связи есть между раз-

ными означающими. Характер нотации определяется конфигурацией смыслов в языке. Сам по себе денотат не так уж значим, поскольку главная функция языка состоит в движении смыслов, а не обозначаемого. Эта идея находит свое развитие у Р. Барта: «Любой предмет этого мира может из замкнуто-немого существования перейти в речевое состояние, открыться для усвоения обществом — ведь никакой закон, ни природный, ни иной, не запрещает нам говорить о чем угодно» [2, с. 265]. При формировании мифа как вторичной семиологической системы вещь-знак становится вещью-означающей. По мнению Н.И. Лобановой, семиотическая деятельность вещи определяется соотношением и взаимодействием двух категориальных пар «функция — знак» и «знак — символ» [11]. При этом знаковые свойства вещи можно рассматривать как одну из ее функций, тогда как символические свойства противоположны знаковым. Утрату соотнесенности вещей и знаков в эпоху гиперреальности подробно обсуждает Ж. Бодрийяр. По его словам, «теперь все знаки обмениваются друг на друга, но не обмениваются больше ни на что реальное» [3, с. 52].

В детской игре предмет используется не по своему основному назначению, а как символ другого предмета. Игровое употребление предметов определяется ролью, которую берет на себя ребенок. По мнению Д.Б. Эльконина, «роль и органически с ней связанные действия представляют собой основную, далее неразложимую единицу развитой формы игры. В ней в нерасторжимом единстве представлены аффективно-мотивационная и операционально-техническая стороны деятельности» [25, с. 320]. Вообще говоря, неотделимость мысли от вещи характерна для первобытного мироустройства (анимизм). В современности ребенок также не может полностью

дифференцировать себя, свои мысли или чувства и вещи окружающего мира [10; 18]. Одной из перверсий является объектофилия, проявляющаяся во влечении к определенным неодушевленным объектам. Семиотический механизм проявляется и в формировании телесности, что позволяет объяснить многие психосоматические феномены нарушением баланса реальности-семиотичности [17]. Еще в конце XIX в. У. Джемс писал: «Очевидно, мы имеем дело с изменчивым материалом: тот же самый предмет рассматривается нами, иногда как часть нашей личности, иногда просто как наш и иногда — как будто у нас нет с ним ничего общего» [7, с. 146]. Специфическим следствием символизации вещей выступает «семиотическая опасность». При повышенной тревожности и потере контроля над происходящим может возникать гиперсемиотизация — склонность видеть несуществующие знаки, в том числе в повседневно встречающихся вещах [1].

Проявления психологических функций вещей подробно описывают С.К. Нартова-Бочавер, К.А. Бочавер и С.Ю. Бочавер [14]. Авторы отмечают, что «язык вещей дублирует человеческие отношения, фиксирует симпатию-антипатию, значимые события» [14, с. 120], «может использоваться и для унижения, и для подавления одного человека другим» [14, с. 124], «вещи могут замещать собой людей, недостающие способности, психологические качества» [14, с. 128], «отношение к человеку переносится на его имущество, и наоборот» [14, с. 135]. В этой книге приведено множество конкретных примеров символического взаимодействия человека с вещами, но нет сведений о каких-либо эмпирических исследованиях.

Таким образом, символизация вещей обсуждается в философии, экономике, культурологии и семиотике. При этом в психологии отсутствует единая теория,

объясняющая участие вещей в социальном взаимодействии. Анализ литературы позволяет выделить ряд общих положений. Человечество создает вещи для удовлетворения своих потребностей и тем самым формирует культуру. При взаимодействии человека и вещи актуализируется какая-либо потребность, при этом субъективная ценность вещи определяется возможностью удовлетворить эту потребность. Благодаря склонности к символизации человек наделяет вещь способностью удовлетворять нематериальные потребности, в том числе связанные с жизнью в обществе. Для каждого человека можно выделить как индивидуально значимые, так и коллективно значимые вещи-символы. Первые возникают при включении человека в уникальные межличностные взаимодействия, опосредованные конкретной вещью, вторые являются продуктом общественного отношения к определенным вещам в целом.

Цель нашего исследования — изучить выраженность и особенности переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Исходя из этого, мы выдвинули следующие теоретические гипотезы:

- 1) Отношение к человеку влияет на привлекательность вещи, являющейся продуктом его труда;
- 2) Совершение с вещью символических действий меняет отношение к создавшему ее человеку.

Для проверки этих гипотез был спланирован онлайн-эксперимент, моделирующий влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда и влияние уничтожения продукта труда на отношение к создавшему его человеку. Основу эксперимента составила вымышленная ситуация: 10 постояльцев санатория представили на конкурс выращенные ими цветы. Участникам ис-

следования требовалось выразить свое отношение к персонажам и ассоциированным с ними цветам, а также принять решение о сохранении или уничтожении части цветов (подробнее в разделе «Метод»). В соответствии с теоретическими предположениями были выдвинуты эмпирические гипотезы:

1) Оценка, сила и активность персонажа влияют на привлекательность выращенных им цветов и готовность их сохранить;

2) Сохранение или уничтожение цветов и оценивание их привлекательности влияют на оценку, силу и активность выращившего их персонажа.

Метод

Предварительное исследование проводилось в 2018 г. и было направлено на создание стимульного материала для основного этапа исследования. Нами были

подготовлены 32 комплекта из 3 фотографий цветов (использовался фотоаппарат Nikon D3300 с объективом AF-S DX Nikkor 55–200mm f/4–5,6G ED VR II). Респондентам (20 женщин, 10 мужчин) было предложено оценить эти комплекты по 5-балльной шкале Ликерта от «Не нравится» до «Нравится». Здесь и далее сбор данных проводился с помощью платформы «Мастер-тесты» интегрированной системы интернет-сервисов «НТ-Line», предоставленной Инновационным центром «Гуманитарные технологии». При обработке данных привлекательность стимульного материала оценивалась в процентах от максимально возможного балла. Были отобраны 10 комплектов фотографий, которые оценивались наиболее нейтрально (средний процент предпочтения $56,6 \pm 2,3$). Стимульный материал представлен в табл. 1.

Таблица 1

Стимульный материал (комплекты фотографий цветов)











№	Фотографии	Оценка	№	Фотографии	Оценка
1		53,3%	6		56,7%
2		54,2%	7		57,5%
3		54,2%	8		58,3%
4		55,0%	9		59,2%
5		56,7%	10		60,8%

Схема проведения основного исследования. Онлайн-эксперимент проводился в 2018–2021 гг. Испытуемым было предложено выполнить 4 блока авторской методики, которые предварялись приветствием: «Здравствуйте! Наша исследовательская группа проводит научную работу о символическом значении вещей. Просим вас помочь нам и пройти данное исследование. Это займет не более 20 минут».

I. Перед выполнением первого блока испытуемые получали инструкцию:

«В исследовании символического значения вещей нам помогают сотрудники и пациенты подмосковного санатория. Санаторий расположен в чистых экологических условиях и предоставляет профилактические и расслабляющие процедуры высокого класса. При разрешении руководства нам были выданы анонимные биографии ряда пациентов.»

Предлагаем вам внимательно ознакомиться с краткими описаниями некоторых постояльцев санатория:

1. Преподаватель русского языка и литературы. Посетил санаторий впервые на небольшой срок. Путевку получил в подарок — родители учеников подарили посещение санатория за внимательное отношение к детям.

2. Домохозяйка. Жена обеспеченного мужа, приезжает в санаторий вдвоем с мужчиной около раза в год. У женщины двое взрослых детей, занимается кулинарией и дизайном, а также сопровождает мужа в его путешествиях.

3. Бывший заключенный. Отбывал срок в подмосковной тюрьме, посетил санаторий впервые на небольшой период. Несколько лет назад убил человека в состоянии алкогольного опьянения, за что был осужден на несколько лет. В содеянном раскаивался, во время убийства находился в ограниченно вменяемом состоянии, за что приговор был смягчен. После

выхода на свободу еще живые родители подарили сыну путевку в санаторий, чтобы он смог адаптироваться и отойти от тюремного заключения.

4. Депутат. Посещает санаторий регулярно каждый год на протяжении последних четырех лет.

5. Программист после пневмонии. Молодой человек, переболевший недавно воспалением легких, посетил санаторий впервые на небольшой срок. Работает в сфере IT, путевку приобрел на свои средства совместно с родителями. В санаторий приехал для профилактики, отдыха и восстановления после болезни.

6. Военный в отставке. Пожилой мужчина, приезжает раз в пару лет на отдых со своей женой.

7. Священнослужитель. Приезжает несколько раз в год со всей своей семьей. Имеет церковный сан, служит в церкви.

8. Чиновник. Посещает санаторий каждый год.

9. Иностранец. Посетил санаторий впервые, родом из Китая. В санатории отдыхает с семьей, ведет себя зачастую шумно и не совсем культурно.

10. Финансист. Мужчина среднего возраста, приезжает в санаторий раз в пару лет поправлять здоровье. В 90-х годах в России приобрел состояние, имея денежную биржу. В настоящее время также работает в финансовой сфере.

В следующих заданиях просим выразить ваше отношение к описанным людям в заданных категориях. Будут представлены следующие категории:

1. «Хороший — Плохой»;
2. «Сильный — Слабый»;
3. «Активный — Пассивный».

Категория «Хороший» включает в себя людей чистосердечных, добрых, душевных. Категория «Плохой» включает людей безнравственных, злонамеренных, негодяев.

К категории “Сильный” относятся люди волевые, непоколебимые, уверенные. К категории “Слабый” — слабохарактерные, беспомощные, нерешительные.

В категорию “Активный” попадают люди энергичные, инициативные, деятельные. В категорию “Пассивный” — вялые, безынициативные, инертные.

При соотношении людей и биографий опирайтесь на свой субъективный опыт — категории могут трактоваться несколько шире, чем указано выше.

Используя ползунок, установите значение, соответствующее вашей оценке: (2) — сильно выражено; (1) — скорее выражено, чем нет; (0) — нейтрально; (1) — скорее выражено, чем нет; (2) — сильно выражено.

В любой момент вы можете нажать “Инструкция к блоку”, чтобы снова прочитать краткие биографии постояльцев».

Выбор категорий обусловлен практикой применения метода семантического дифференциала (СД), согласно которой базисными шкалами являются «оценка» («Хороший — Плохой»), «сила» («Сильный — Слабый») и «активность» («Активный — Пассивный») [20; 22; 34]. По словам А.Г. Шмелева, «оценочное шкалирование по СД дает психологу ценную информацию о наиболее общих параметрах возможного поведения испытуемого — с точки зрения направления “к или от” (удовольствие-неудовольствие) по отношению к определенным объектам и ситуациям, а также об общих энергетических особенностях реализации этого поведения. СД нередко применяется для измерения социальных установок — как средство выявления одного из трех компонентов установки, а именно — эмотивного (в меньшей степени когнитивного и поведенческого)» [24, с. 71].

II. Перед выполнением второго блока испытуемые получали инструкцию:

«На следующем этапе исследования оцениваться будут уже не люди, а символы — цветы. В санатории, с которым мы сотрудничаем, есть зимний сад, расположенный в главном корпусе. Недавно персонал санатория предложил пациентам принять участие в конкурсе по выращиванию самого красивого растения для зимнего сада. Многим постояльцам, включая вышеуказанных, были розданы семена, проведены мастер-классы по выращиванию растений и выданы необходимые материалы.

Каждый постоялец выставляет на конкурс по три цветка, которые оцениваются вместе. Спустя определенный срок будет проведен финал конкурса на лучшую тройку цветов. Растения того постояльца, цветы которого оценят наивысшими баллами, будут высажены в центре зимнего сада, второе и третье места — на входе в зимний сад. Остальные растения будут уничтожены. Кроме того, победителю в конкурсе полагается приз в виде путевки на двоих на месяц в санаторий.

Нам предоставили фотографии выращенных растений постояльцев, чьи биографии были описаны ранее. Мы просим вас оценить растения по привлекательности, что поможет и нашему научному исследованию, и конкурсу в санатории. Оценки растений мы передадим персоналу санатория, так что ваш голос повлияет на то, кто станет победителем конкурса.

Используя ползунок, установите значение, соответствующее вашей оценке: (2) — очень не нравится; (1) — не нравится; (0) — нейтрально; (1) — нравится; (2) — очень нравится».

III. Перед выполнением третьего блока испытуемые получали инструкцию:

«Далее для более точной оценки в исследовании просим вас повторить процедуру оценивания цветов, только в этот раз выберите те пять растений, которые,

по вашему мнению, не достойны призового места и расположения в ботаническом саду. Так как санаторий включает медико-санитарные услуги, на территории комплекса должны быть необходимые санитарно-гигиенические условия. Для данного конкурса было сделано временное исключение, однако после финала территорию необходимо расчистить. Выбранные вами на данном этапе растения будут уничтожены и утилизированы путем закапывания на техническом дворе комплекса.

Просим вас отобрать ровно 5 троек цветов из 10 для уничтожения».

В блоках II и III для каждого персонажа предъявлялся свой набор цветов; порядковые номера персонажей (инструкция к блоку I) и наборов цветов (табл. 1) соответствуют друг другу.

IV. Перед выполнением четвертого блока испытуемые получали инструкцию:

«На последнем этапе просим вас повторно оценить постояльцев санатория. Не обязательно вспоминать именно те оценки, что вы дали на первом этапе — нам интересно узнать ваше мнение как в начале, так и в конце исследования».

Далее предъявлялись краткие биографии постояльцев аналогично инструкции к блоку I.

«В любой момент вы можете нажать “Инструкция к блоку”, чтобы снова прочитать краткие биографии постояльцев».

Общая схема исследования представлена на рис. 1.

Последовательность блоков моделирует перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Переход от теоретических к эмпирическим гипотезам осуществляется следующим образом. Первичное оценивание персонажей по базисным шкалам СД (I) операционализирует исходное отношение к человеку, а оценивание привлекательности цветов (II) — привлекатель-

ность продукта труда, ассоциированного с определенным человеком. Дополнительно на привлекательность указывает решение не уничтожать соответствующие цветы (III). Оценивание привлекательности цветов (II) и принятие решения об их сохранении или уничтожении (III) операционализируют совершение с вещью символических действий, а повторное оценивание персонажей (IV) — новое отношение к создавшему ее человеку. Отметим, что выдвинутые выше эмпирические гипотезы носят рабочий характер, поскольку до проведения исследования мы не знаем, какие из базисных шкал СД наиболее подвержены изучаемому переносу, и насколько сильно каждое из символических действий меняет отношение к создателям вещей.

Выборка. Участники основного этапа не участвовали в предварительном исследовании. Методику выполнили 151 человек. После анализа распределения времени прохождения были удалены результаты 19 испытуемых, потративших на работу менее 4,5 минут. В среднем выполнение методики занимало 10 минут. Финальная выборка составила 132 человека, из них 111 женщин и 21 мужчина, в возрасте от 17 до 55 лет ($M = 31,3 \pm 9,7$).

Статистика. Использовались программы IBM SPSS Statistics 22.0.0.0 и RStudio 2021.09.0-351 (пакеты corrplot, ggplot2, lsr). Для оценки связи между ненормально распределенными переменными вычислялся коэффициент корреляции Спирмена (ρ), между нормально распределенными метрическими переменными — коэффициент корреляции Пирсона (r). Различия между двумя связанными выборками в непараметрической модели оценивались с помощью W -критерия Уилкоксона. Для перевода в шкалу интервалов данных, исходно представленных в шкале порядка, про-

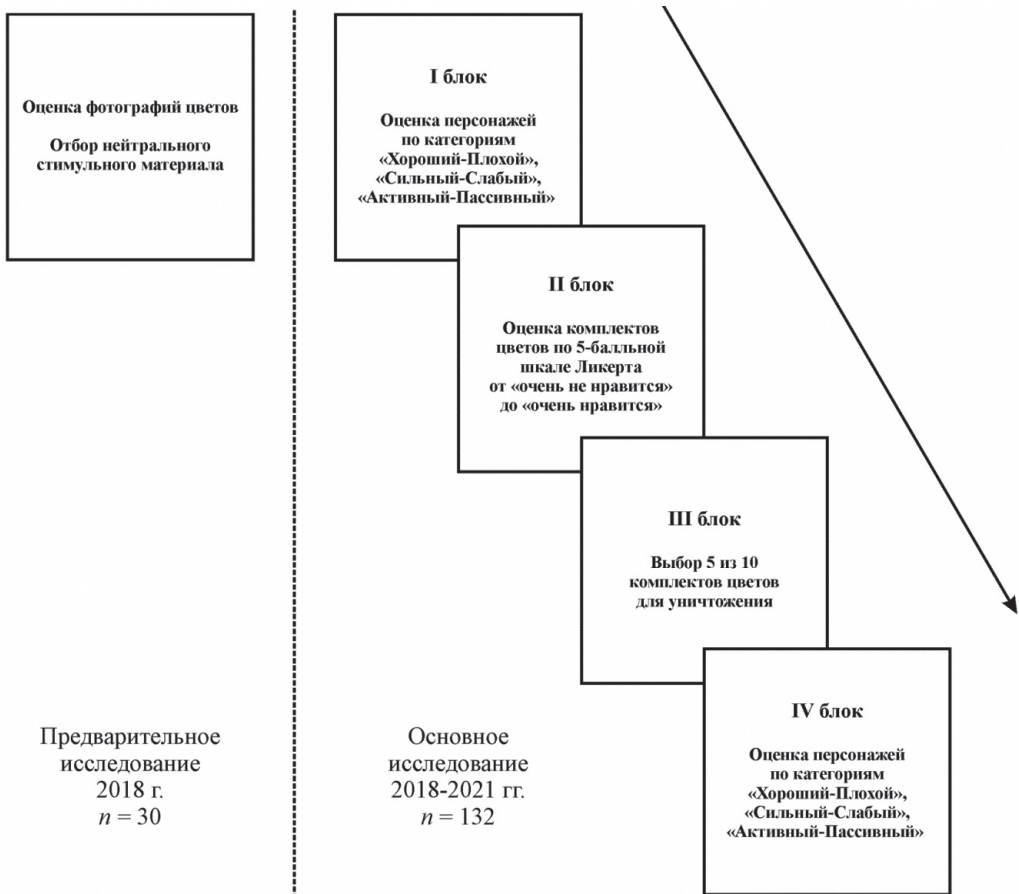


Рис. 1. Дизайн исследования

водилась процентильная стандартизация (форсированная нормализация). Для количественной оценки вероятностей вычислялся логарифм шанса (логит). В параметрической модели значимость различий между группами оценивалась с помощью t -критерия Стьюдента, для оценки размера эффекта использовался коэффициент d -Коэна. Дисперсионный анализ с повторными измерениями применялся для выявления различий в эффекте воздействия на разные группы (F), для оценки величины эффекта межфак-

торного взаимодействия использовался коэффициент η_p^2 .

Результаты

Размещение персонажей в пространстве категорий «Хороший — Плохой», «Сильный — Слабый», «Активный — Пассивный» (здесь и далее при описании двухполюсных шкал сначала указан нижний полюс) представлено на рис. 2–4. В каждом случае точками показаны первичная (блок I) и вторичная (блок IV) оценки, стрелкой — сдвиг между ними.

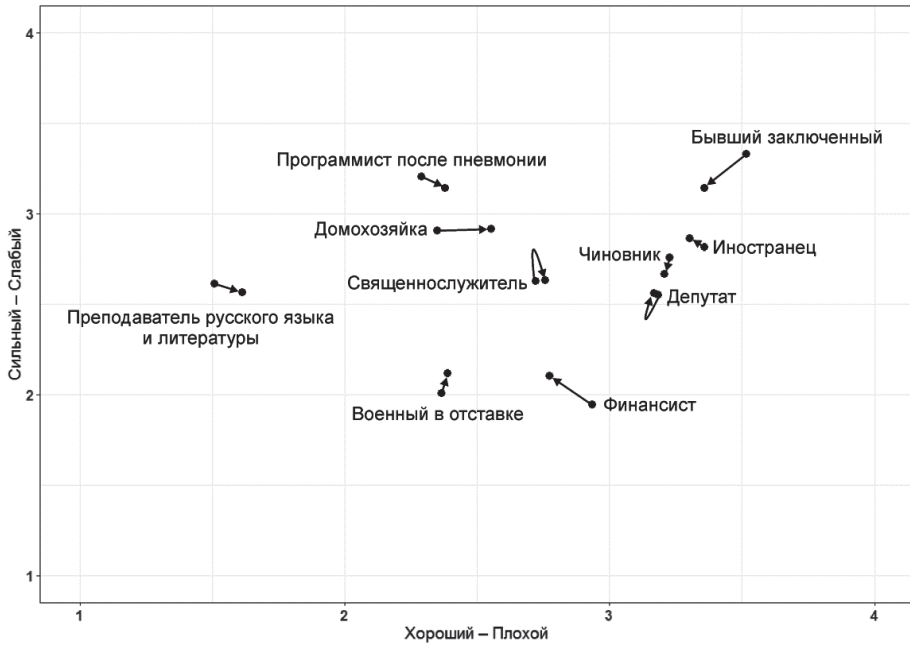


Рис. 2. Размещение персонажей в пространстве шкал «оценка» и «сила»

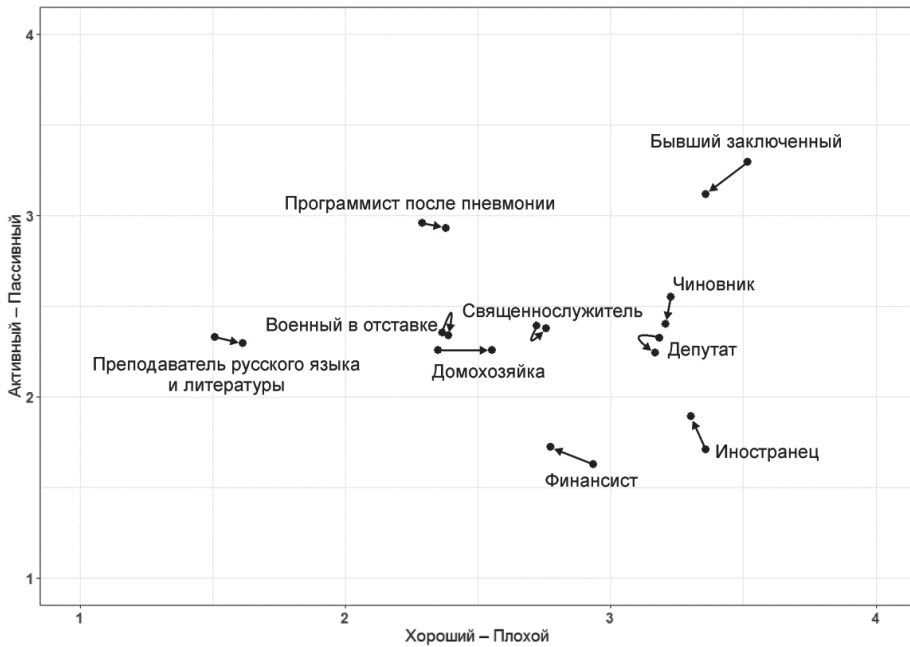


Рис. 3. Размещение персонажей в пространстве шкал «оценка» и «активность»

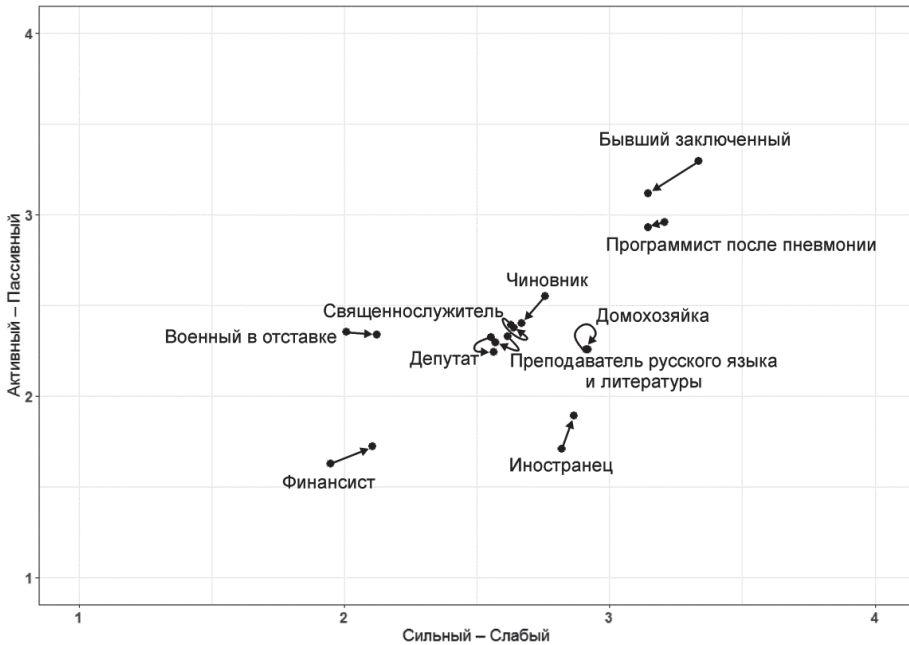


Рис. 4. Размещение персонажей в пространстве шкал «сила» и «активность»

Шкала «оценка» независима от двух других шкал; шкалы «сила» и «активность» связаны между собой на среднем уровне: $\rho = 0,53, p = 0,016$. По-видимому, низкая когнитивная сложность обусловлена опорой испытуемых на житейские представления и социальные стереотипы.

В табл. 2 приведены усредненные оценки ассоциированных с персонажами комплектов цветов по шкале Ликерта от «очень не нравится» до «очень нравится» (II) и готовность сохранить эти цветы (III), измеренная в логитах: $\ln(p/(1-p))$, где p – вероятность сохранения, а $1-p$ – вероятность уничтожения.

Привлекательность стимульного материала (табл. 1) не связана ни с оценками персонажей (I и IV), ни с оценками цветов (II и III), что подтверждает его исходную нейтральность. Средний процент предпочтения составил $52,4 \pm 11,7$

(значимо не отличается от результатов предварительного исследования).

При анализе усредненных результатов по персонажам оценка цветов (II) связана со шкалой «сила» при первичной ($\rho = -0,75, p = 0,013$) и вторичной ($\rho = -0,75, p = 0,012$) оценках персонажей (I и IV): чем слабее персонаж, тем меньше нравятся выращенные им цветы.

Обобщенный анализ дает представление о работоспособности методики. Однако он не позволяет проверить выдвинутые гипотезы, поскольку испытуемые различались между собой по отношению к разным персонажам и выращенным ими цветам. Для решения этой проблемы были применены два способа анализа результатов. При последующих расчетах исходные данные были подвергнуты процентильной стандартизации с переводом в z-оценки (0 ± 1).

Оценка цветов и готовность их сохранить

№	Персонажи	Не нравится – Нравится (от –2 до 2)	Готовность сохранить (логит)
1	Преподаватель русского языка и литературы	0,45	1,06
2	Домохозяйка	0,07	0,24
3	Бывший заключенный	0,41	0,31
4	Депутат	0,48	0,34
5	Программист после пневмонии	0,37	0,40
6	Военный в отставке	0,60	0,34
7	Священнослужитель	0,26	–0,69
8	Чиновник	0,52	0,12
9	Иностранец	0,42	–0,15
10	Финансист	0,84	1,18

Первый способ заключался в выделении для каждого испытуемого групп цветов, получивших минимальную и максимальную оценки при выполнении блока II. Были удалены результаты 7 участников исследования, оценивших все комплекты цветов одинаково. В дополнение к первичным переменным были вычислены сдвиги по шкалам «Хороший – Плохой», «Сильный – Слабый», «Активный – Пассивный», отражающие изменение отношения к персонажам при повторном оценивании. В табл. 3 представлены результаты сравнения средних значений по всем переменным в группах персонажей, ассоциированных с наиболее и наименее понравившимися цветами.

Значимые различия по сдвигу имеются только в отношении шкалы «Хороший – Плохой»: персонажи, чьи цветы не понравились, при повторном оценивании воспринимаются хуже, и наоборот. Эта закономерность показана на рис. 5. Взаимодействие внутригруппового и межгруппового факторов значимо: $F = 3,88, p = 0,05, \eta^2_p = 0,015$.

Второй способ анализа заключался в выделении для каждого испытуемого

групп цветов, которые он решил сохранить или уничтожить при выполнении блока III. Только 58 человек правильно выполнили инструкцию, уничтожив ровно 5 комплектов цветов. Остальные сохраняли от 2 до 10 комплектов. Были удалены результаты 8 участников исследования, которые уничтожили менее 2 комплектов цветов. В табл. 4 представлены результаты сравнения средних значений по всем переменным в группах персонажей, ассоциированных с сохраненными и уничтоженными цветами.

Значимые различия по сдвигу имеются только в отношении шкалы «Активный – Пассивный»: персонажи, чьи цветы были уничтожены, при повторном оценивании воспринимаются пассивнее, и наоборот. Эта закономерность показана на рис. 6. Взаимодействие факторов значимо: $F = 6,34, p = 0,012, \eta^2_p = 0,025$.

Обсуждение результатов

Нами были выявлены следующие закономерности. Во-первых, чем лучше воспринимается человек, тем выше веро-

Таблица 3

Различия между персонажами, выращившими наиболее и наименее предпочитаемые цветы

Переменные, верхний полюс (блок)	Группы цветов		Размер эффекта и значимость различий	
	Больше всего понравились	Меньше всего понравились	<i>d</i>	<i>p</i>
Плохой (I)	-0,01 ± 0,69	0,08 ± 0,67	0,13	0,27
Плохой (IV)	-0,07 ± 0,71	0,14 ± 0,73	0,29	0,01
Плохой (сдвиг)	-0,06 ± 0,45	0,06 ± 0,48	0,25	0,02
Слабый (I)	-0,01 ± 0,69	0,06 ± 0,67	0,1	0,33
Слабый (IV)	0,01 ± 0,74	0,09 ± 0,68	0,12	0,27
Слабый (сдвиг)	0,01 ± 0,53	0,03 ± 0,56	0,03	0,8
Пассивный (I)	-0,03 ± 0,65	0,11 ± 0,67	0,21	0,052
Пассивный (IV)	-0,04 ± 0,72	0,13 ± 0,68	0,24	0,04
Пассивный (сдвиг)	0 ± 0,52	0,02 ± 0,53	0,05	0,69
Готовность сохранить цветы (III)	1,13 ± 0,85	-0,51 ± 1,06	-1,71	< 0,001

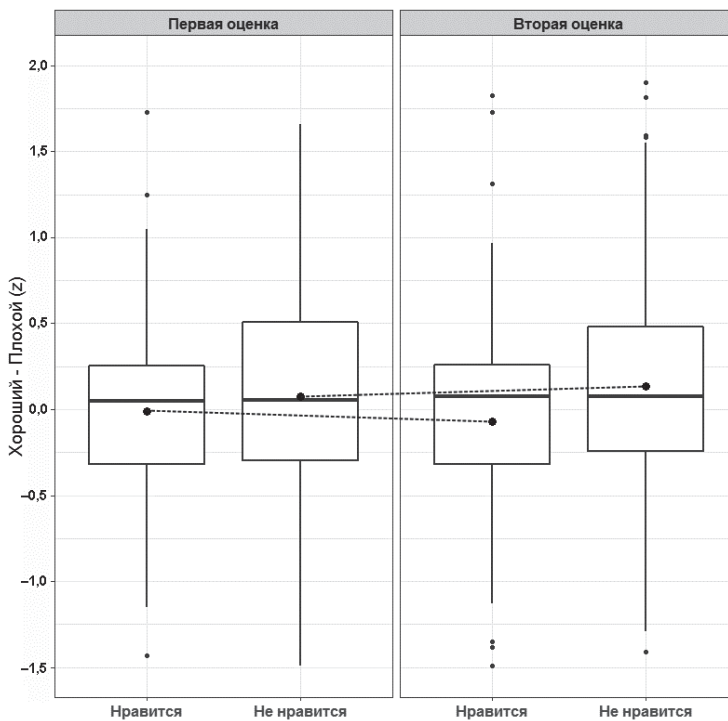


Рис. 5. Различия в сдвиге по шкале «Хороший – Плохой» между персонажами, выращившими наиболее и наименее предпочитаемые цветы

Таблица 4

Различия между персонажами, выращившими сохраненные и уничтоженные цветы

Переменные, верхний полюс (блок)	Группы цветов		Размер эффекта и значимость различий	
	Сохранены	Уничтожены	<i>d</i>	<i>p</i>
Плохой (I)	-0,07 ± 0,41	0,1 ± 0,54	0,37	< 0,001
Плохой (IV)	-0,12 ± 0,52	0,12 ± 0,57	0,44	< 0,001
Плохой (сдвиг)	-0,04 ± 0,39	0,02 ± 0,37	0,17	0,14
Слабый (I)	-0,04 ± 0,45	0,04 ± 0,51	0,18	0,07
Слабый (IV)	-0,02 ± 0,48	0,01 ± 0,53	0,06	0,53
Слабый (сдвиг)	0,02 ± 0,33	-0,03 ± 0,41	-0,15	0,25
Пассивный (I)	0 ± 0,44	0,03 ± 0,49	0,06	0,54
Пассивный (IV)	-0,05 ± 0,51	0,11 ± 0,52	0,3	0,004
Пассивный (сдвиг)	-0,05 ± 0,35	0,08 ± 0,44	0,32	0,02
Нравится (II)	0,26 ± 0,58	-0,36 ± 0,67	-0,98	< 0,001

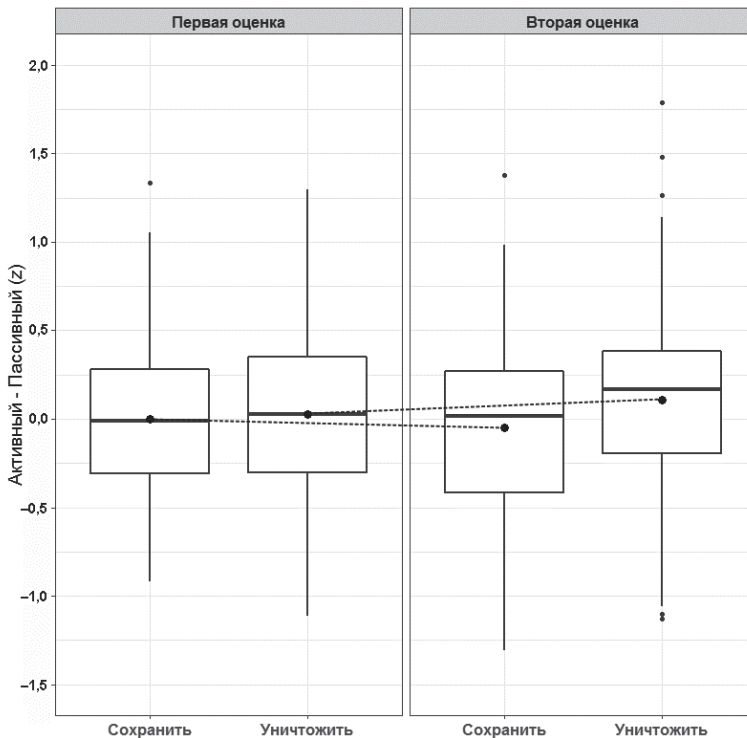


Рис. 6. Различия в сдвиге по шкале «Активный – Пассивный» между персонажами, выращившими сохраненные и уничтоженные цветы

ятность того, что выращенные им цветы захотят сохранить. Привлекательность цветов практически не зависит от отношения к выращившим их людям. Во-вторых, после оценивания цветов и принятия решения об уничтожении части из них связь между оценкой человека и оценкой выращенных им цветов усиливается. Персонажи, выращившие более привлекательные цветы, воспринимаются лучше и активнее. Это же касается персонажей, выращивших цветы, которые было решено сохранить. В-третьих, для отделения влияния отношения к человеку на оценку продуктов его труда от влияния символических действий с вещами на отношение к создавшему их человеку оценивались различия в изменении отношения к персонажам. Обнаружено, что оценивание цветов влияет на сдвиг по шкале «Хороший — Плохой», а сохранение/уничтожение цветов — на сдвиг по шкале «Активный — Пассивный».

Интересно, что исходная активность персонажа не влияет на решение сохранить цветы. Однако после совершения с цветами символического действия более пассивными воспринимаются персонажи, выращившие уничтоженные цветы. Возможно, испытуемые ожидают от персонажей активную борьбу за продукты своего труда, а отсутствие этой борьбы расценивается как пассивность. Сформировавшаяся в обиходных ситуациях готовность к определенному поведению окружающих сопровождается перестройкой социального восприятия при столкновении с неожиданным поведением (отсутствием ожидаемого поведения) других людей.

Отметим, что перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно подразделяется на несколько процессов. Формирование отношения к вещи на основе отношения к ее создателю отражает организацию социального восприятия с использованием

перцептивных схем. На восприятие влияют ментальные представления, интерпретации и упрощения реальности, которые обычно не осознаются их носителем. В соответствии с теорией И. Гофмана [30] вещь выступает в качестве фрейма, соединяющего индивидуальное действие с социальной структурой. Отношение к человеку после совершения с продуктом его труда символического действия меняется согласно накопленному опыту социального взаимодействия. В рамках теории интерактивных ритуалов Р. Коллинза [27] физический объект рассматривается как элемент ритуального взаимодействия, несущий с собой социальные воздействия и вызывающий определенное эмоциональное отношение. Даже вне непосредственного взаимодействия вещь выступает в роли символа конкретной интеракции. Полагаем, что при формировании перцептивной схемы исходно нейтральная вещь становится вещью-означающей. Взаимодействие с вещью модифицирует означаемую перцептивную схему, связывающую восприятие вещи и отношение к человеку. Модифицированная перцептивная схема направляет восприятие качеств человека при последующем взаимодействии с ним.

Результаты исследования также можно интерпретировать как проявление динамики социальных установок. Как отмечает А.Г. Шмелев, «помещая стимульный объект на положительный полюс фактора Оценка в семантическом пространстве, субъект, сам того не осознавая, выражает свое удовольствие этим стимульным объектом. Точно так же, помещая его на полюс “сильный”, субъект испытывает “напряжение”: в бихевиористском смысле это означает, что посредствующая репрезентативная реакция подготавливает испытуемого к значительному статическому усилию,

напряжению при взаимодействии с этим объектом. Помещая стимульный объект на полюс “слабый”, субъект испытывает “расслабление”. Попадание стимульного объекта на полюс “активный” означает, что субъект испытывает “возбуждение”, т.е. подготавливается к быстрым действиям при встрече с динамичным объектом» [24, с. 71]. Анализ отзывов и комментариев, оставленных испытуемыми после завершения эксперимента, позволяет считать роль когнитивного компонента наименьшей. Несмотря на это, нельзя исключать неосознаваемого влияния эмоций на восприятие. Для уточнения роли разных компонентов социальной установки при проведении новых исследований следует использовать больше шкал СД и затем проводить их факторизацию. Кроме того, желательно задействовать денотативные признаки, которые помогут развести между собой аффективный, когнитивный и операциональный компоненты установки. Поскольку время работы с методикой в этом случае увеличится, важно добиться уверенного запоминания испытуемыми биографий персонажей.

Полученные результаты характеризуются размером эффекта ниже среднего. Наше исследование можно отнести к ориентирующим экспериментам, которые «исследуют малоизвестные ситуации, ставят новые проблемы, задают направление теоретическим изысканиям» [22, с. 55]. Мы отдаем себе отчет в том, что экологическая валидность этого эксперимента может быть невысокой. Придуманная ситуация могла восприниматься недостаточно реалистично. Кроме того, приоритет означающего над означаемым может по-разному проявляться при непосредственном взаимодействии с реальными предметами и виртуальном взаимодействии с их фотографиями.

Еще одна проблема состоит в том, что люди различаются между собой по склонности относиться к вещам как к символам. В 2020 г. независимо от описанного исследования были созданы пилотные версии двух опросников на символизацию вещей. Первый опросник состоял из 100 пунктов, второй — из 92, выборки апробации — 57 и 42 человека соответственно. Не было обнаружено связи измеряемого свойства с полом и возрастом. В обоих случаях отмечалась большая встречаемость людей с низкой склонностью к символизации вещей. Также была обнаружена связь символизации с личностной предрасположенностью к формированию многозначного контекста [23]: $r = 0,33$, $p = 0,013$ и $r = 0,34$, $p = 0,018$. В дальнейших исследованиях целесообразно включать склонность к символизации вещей в эксперимент в качестве дополнительной переменной.

Выводы

Результаты проведенного исследования позволяют уточнить наше понимание особенностей переноса отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно. Первая эмпирическая гипотеза была верифицирована лишь частично. Вызываемое персонажем удовольствие влияет на готовность сохранить выращенные им цветы, при этом сила и активность персонажа роли не играют. Отношение к персонажу практически не влияет на привлекательность выращенных им цветов. С учетом этого нельзя принять первую теоретическую гипотезу в исходной формулировке. Предполагаемое влияние отношения к человеку на привлекательность продукта его труда не находит своего подтверждения. Вместе с тем можно сделать вывод о том, что отношение к человеку влияет на готовность сохранить созданную им вещь.

Вторая эмпирическая гипотеза большей частью верифицирована. Сохранение или уничтожение цветов влияет на воспринимаемую активность выросшего их персонажа, а оценивание их привлекательности влияет на вызываемое персонажем удовольствие. В то же время сила персонажа не меняется. Принимая вторую теоретическую гипотезу, можно сделать вывод о том, что совершение с вещью символических действий меняет отношение к создавшему ее человеку.

Таким образом, перенос отношения к человеку на ассоциированные с ним вещи и обратно существует, но не является непосредственным. Восприятие качеств человека трансформируется в процессе взаимодействия с вещами, являющимися продолжением его личности. При этом вещь может символизировать не всего человека, а определенный аспект отношения к нему. Важными факторами являются возникающая эмоция

и поведенческое решение. В частности, привлекательность вещи связана с оценкой человека как хорошего или плохого, а сохранение вещи или избавление от нее влияет на воспринимаемую активность или пассивность.

Представляется оправданным дальнейшее развитие психологии вещей. Перспективы будущих исследований состоят в выявлении индивидуальных различий в склонности к символизации вещей в повседневных социальных ситуациях и разных видах межличностных отношений. Не менее важен учет потребностей, актуализируемых при включении вещей в социальный контекст. Варьирование условий последующих экспериментов может уточнить и дополнить имеющиеся результаты. Надеемся, что последующее сужение диапазона интерпретаций позволит перейти к разработке теории, обладающей не только объяснительной, но и предсказательной силой.

Литература

1. *Архипова А.С., Кирзюк А.А.* Опасные советские вещи: Городские легенды и страхи в СССР. М.: Новое литературное обозрение, 2020. 536 с.
2. *Барт Р.* Мифологии: пер. с фр. М.: Академический Проект, 2010. 351 с.
3. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть: пер. с фр. 5-е изд. М.: «Добросвет»; «Издательство “КДУ”», 2013. 392 с.
4. *Борхес Х.Л.* Хуан Муранья // Борхес Х.Л. Проза разных лет: Сборник: пер. с исп. / Составл. и предисловие И. Тертерян; Комментарий Б. Дубинина. М.: Радуга, 1989. С. 254–257.
5. *Де Бросс Ш.* О фетишизме: пер. с фр. / Общ. ред. и предисл. М.И. Шахновича; перевод, примеч. и библиограф. очерк Л.Р. Дунаевского. М.: «Мысль», 1973. 207 с.
6. *Де Соссюр Ф.* Курс общей лингвистики: пер. с фр. / Под ред. и с примеч. Р.И. Шор. М.: УРСС, 2004. 271 с.
7. *Джемс У.* Психология: пер. с англ. 6-е русское изд. СПб.: Изд. К.Л. Риккера, 1911. 446 с.
8. *Донской Б.Л.* Реальная действительность: Что такое вещь? М.: КомКнига, 2006. 96 с.
9. *Емелин В.А.* Будущее труда и психология техники // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2021. № 2. С. 41–57. DOI:10.11621/vsp.2021.02.03
10. *Журавлев И.В., Тхостов А.Ш.* Субъективность как граница: топологическая и генетическая модели // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 3. С. 5–12.
11. *Лобанова Н.И.* Вещь между знаком и символом (о семиотической деятельности вещи) // Манускрипт. 2019. Т. 12. Вып. 10. С. 202–208. DOI:10.30853/manuscript.2019.10.40
12. *Маркс К.* Капитал: Критика политической экономии: пер. с нем. Т. 1. Кн. 1: Процесс производства капитала. М.: Гос. изд-во полит. лит., 1952. 794 с.

13. *Мухина В.С.* Возрастная психология. Феноменология развития: учебник для студ. высш. учеб. заведений. 10-е изд., перераб. и доп. М.: Издательский центр «Академия», 2006. 608 с.
14. *Нартова-Бочавер С.К., Бочавер К.А., Бочавер С.Ю.* Жизненное пространство семьи: объединение и разделение. М.: Генезис, 2011. 320 с.
15. *Орлова Э.А.* История антропологических учений: Учебник для студентов педагогических вузов. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2010. 621 с.
16. *Пивоев В.М.* Философия культуры: Учебное пособие для вузов. 3-е изд. М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2009. 426 с.
17. Психосемиотика телесности / Журавлев И.В. [и др.]; Под общ. ред. и с предисл. И.В. Журавлева, Е.С. Никитиной. 2-е изд. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 152 с.
18. *Режабек Е.Я.* Мифомышление: Когнитивный анализ. 3-е изд. М.: ЛЕНАНД, 2018. 304 с.
19. *Рождественский Ю.В.* Введение в культуроведение. М.: ТОО «ЧеРо», 1996. 288 с.
20. *Серкин В.П.* Психосемантика: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2020. 318 с.
21. Социальная психология в современном мире: Учебное пособие для вузов / Алавидзе Т.Л. [и др.]; Под ред. Г.М. Андреевой, А.И. Донцова. М.: Аспект Пресс, 2002. 335 с.
22. Социальная психология: Практикум: Учеб. пособие для студентов вузов / Андреева Г.М. [и др.]; Под ред. Т.В. Фоломеевой. М.: Аспект Пресс, 2006. 480 с.
23. *Хохлов Н.А., Ласков Г.Д.* Разработка и апробация методик диагностики предрасположенности к формированию однозначного или многозначного контекста // Психологическая наука и образование. 2019. Т. 24. № 3. С. 95–107. DOI:10.17759/pse.2019240309
24. *Шмелев А.Г.* Психодиагностика личностных черт. СПб.: Речь, 2002. 480 с.
25. *Эльконин Д.Б.* Избранные психологические труды / Под ред. В.В. Давыдова, В.П. Зинченко. М.: Педагогика, 1989. 560 с.
26. *Янчук В.А.* Психология постмодерна // Время как фактор изменений личности: Сборник науч. трудов / Под ред. А.В. Брушлинского, В.А. Поликарпова. Минск: ЕГУ, 2003. С. 175–201.
27. *Collins R.* Interaction Rituals Chains. Princeton: Princeton University Press, 2005. 464 p. DOI:10.1515/9781400851744
28. *Debord G.* The Society of the Spectacle: trans. from French. New York: Zone Books, 1995. 154 p.
29. *Foa E.B., Foa U.G.* Resource theory: Interpersonal behavior as exchange // Social exchange: Advances in theory and research / Eds. K.J. Gergen, M.S. Greenberg, R.H. Willis. New York: Plenum Press, 1980. P. 77–94.
30. *Goffman E.* Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience. New York: Harper & Row, 1974. 586 p.
31. Handbook of social resource theory: Theoretical extensions, empirical insights, and social applications / Eds. K. Törnblom, A. Kazemi. New York: Springer, 2012. 470 p. DOI:10.1007/978-1-4614-4175-5
32. *Latour B.* We have never been modern: trans. from French. Cambridge: Harvard University Press, 1993. 168 p.
33. *Latour B.* When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences // British Journal of Sociology. 2000. Vol. 51(1). P. 107–123. DOI:10.1111/J.1468-4446.2000.00107.X
34. *Malafouris L.* Thinking as “Thinging”: Psychology with Things // Current Directions in Psychological Science. 2019. Vol. 29(1). P. 3–8. DOI:10.1177/0963721419873349
35. *Osgood C.E.* The nature and measurement of meaning // Psychological Bulletin. 1952. Vol. 49(3). P. 197–237.
36. *Oyserman D.* Culture as Situated Cognition // Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences / Eds. R. Scott, S. Kosslyn. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015. P. 1–20. DOI:10.1002/9781118900772.etrds0067

37. Poruciuc A. Axes and Arrows – From Symbolic Things to Signs // *Mankind Quarterly*. 2016. Vol. 56(4). P. 535–545. DOI:10.46469/mq.2016.56.4.3
38. Stangl W. Personality and the structure of resource preferences // *Journal of Economic Psychology*. 1993. Vol. 14(1). P. 1–15. DOI:10.1016/0167-4870(93)90037-L
39. Turner J.L., Foa E.B., Foa U.G. Interpersonal reinforces: Classification, interrelationship, and some differential properties // *Journal of Personality & Social Psychology*. 1971. Vol. 19(2). P. 168–180. DOI:10.1037/h0031278

References

1. Arkhipova A.S., Kirzyuk A.A. Opasnye sovetskie veshchi: Gorodskie legendy i strakhi v SSSR [Dangerous Soviet things: Urban legends and fears in the USSR]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2020. 536 p. (In Russ.).
2. Bart R. Mifologii: per. s fr. [Mythologies]. Moscow: Akademicheskii Proekt, 2010. 351 p. (In Russ.).
3. Bodriiyar Zh. Simvolicheskiy obmen i smert': per. s fr. [Symbolic exchange and death]. 5-e izd. Moscow: Dobrosvet; Publ. "KDU", 2013. 392 p. (In Russ.).
4. Borkhes Kh.L. Khuan Muran'ya [Juan Muraña]. In Borkhes Kh.L. *Proza raznykh let: Sbornik: per. s isp. [Prose from various years: Collection]*. Terteryan I. (ed.). Moscow: Raduga, 1989, pp. 254–257. (In Russ.).
5. De Bross Sh. O fetishizme: per. s fr. [On fetishism]. Shakhnovich M.I. (ed.). Moscow: "Mysl", 1973. 207 p. (In Russ.).
6. De Sossyur F. Kurs obshchei lingvistiki: per. s fr. [Course in general linguistics]. Shor R.I. (ed.). Moscow: URSS, 2004. 271 p. (In Russ.).
7. Dzheims U. Psikhologiya: per. s angl. [Psychology]. 6-e russkoe izd. Saint-Petersburg: Publ. of K.L. Rikker, 1911. 446 p. (In Russ.).
8. Donskoi B.L. Real'naya deistvitel'nost': Chto takoe veshch'? [Reality: What is the thing?]. Moscow: KomKniga, 2006. 96 p. (In Russ.).
9. Emelin V.A. Budushchee truda i psikhologiya tekhniki [The future of labor and the psychology of technology]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14. Psikhologiya [Moscow University Psychology Bulletin]*, 2021, no. 2, pp. 41–57. DOI:10.11621/vsp.2021.02.03 (In Russ.).
10. Zhuravlev I.V., Tkhostov A.Sh. Sub'ektivnost' kak granitsa: topologicheskaya i geneticheskaya modeli [Subjectivity as a borderline: topological and genetic models]. *Psikhologicheskii zhurnal [Psychological Journal]*, 2003. Vol. 24, no. 3, pp. 5–12. (In Russ.).
11. Lobanova N.I. Veshch' mezhdru znakom i simvolom (o semioticheskoi deyatel'nosti veshchi) [Thing between sign and symbol (on semiotic function of thing)]. *Manuskript [Manuscript]*, 2019. Vol. 12, no. 10, pp. 202–208. DOI:10.30853/manuskript.2019.10.40 (In Russ.).
12. Marks K. Kapital: Kritika politicheskoi ekonomii: per. s nem. T. 1. Kn. 1: Protssess proizvodstva kapitala. [Capital: A Critique of Political Economy. Vol. 1. Book 1: The Process of Production of Capital]. Moscow: Gos. izd-vo polit. lit., 1952. 794 p. (In Russ.).
13. Mukhina V.S. Vozrastnaya psikhologiya. Fenomenologiya razvitiya: uchebnik dlya stud. vyssh. ucheb. zavedenii [Age psychology. Phenomenology of development: textbook for students of higher educational institutions]. 10-e izd., pererab. i dop. Moscow: Izdatel'skii tsentr "Akademiya", 2006. 608 p. (In Russ.).
14. Nartova-Bochaver S.K., Bochaver K.A., Bochaver S.Yu. Zhiznennoe prostranstvo sem'i: ob'edinenie i razdelenie [Family living space: consolidation and separation]. Moscow: Genezis, 2011. 320 p. (In Russ.).
15. Orlova E.A. Istoriya antropologicheskikh uchenii: Uchebnik dlya studentov pedagogicheskikh vuzov [History of anthropological studies: textbook for teacher education students]. Moscow: Akademicheskii Proekt; Al'ma Mater, 2010. 621 p. (In Russ.).

16. Pivoev V.M. *Filosofiya kul'tury: Uchebnoe posobie dlya vuzov* [Philosophy of culture: Textbook for universities]. 3-e izd. Moscow: Akademicheskii Proekt; Gaudeamus, 2009. 426 p. (In Russ.).
17. Zhuravlev I.V. et al. *Psikhoosemiotika telesnosti* [Psychosemiotics of physicality]. Zhuravlev I.V., Nikitina E.S. (eds.). 2-e izd. Moscow: Knizhnyi dom "LIBROKOM", 2009. 152 p. (In Russ.).
18. Rezhabek E.Ya. *Mifomyshlenie: Kognitivnyi analiz* [Myth-thinking: Cognitive analysis]. 3-e izd. Moscow: LENAND, 2018. 304 p. (In Russ.).
19. Rozhdestvenskii Yu.V. *Vvedenie v kul'turovedenie* [Introduction to cultural studies]. Moscow: TOO "CheRo", 1996. 288 p. (In Russ.).
20. Serkin V.P. *Psikhoosemantika: uchebnik i praktikum dlya vuzov* [Psychosemantics: textbook and workbook for universities]. Moscow: Publ. Yurait, 2020. 318 p. (In Russ.).
21. Alavidze T.L. et al. *Sotsial'naya psikhologiya v sovremennom mire: Uchebnoe posobie dlya vuzov* [Social psychology in the modern world: Textbook for universities]. Andreeva G.M., Dontsov A.I. (eds.). Moscow: Aspekt Press, 2002. 335 p. (In Russ.).
22. Andreeva G.M. et al. *Sotsial'naya psikhologiya: Praktikum: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Social Psychology: Workshop: Textbook for university students]. Folomeeva T.V. (ed.). Moscow: Aspekt Press, 2006. 480 p. (In Russ.).
23. Khokhlov N.A., Las'kov G.D. *Razrabotka i aprobatsiya metodik diagnostiki predispolozhennosti k formirovaniyu odnoznachnogo ili mnogoznachnogo konteksta* [Development and approbation of methods for diagnostics of predisposition to monosemantic or polysemantic context generation]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* [Psychological Science and Education], 2019. Vol. 24, no. 3, pp. 95–107. DOI:10.17759/pse.2019240309 (In Russ.).
24. Shmelev A.G. *Psikhodiagnostika lichnostnykh chert* [Psychodiagnosics of personality traits]. Saint-Petersburg: Rech', 2002. 480 p. (In Russ.).
25. El'konin D.B. *Izbrannye psikhologicheskie trudy* [Selected psychological works]. Davydov V.V., Zinchenko V.P. (eds.). Moscow: Pedagogika, 1989. 560 p. (In Russ.).
26. Yanchuk V.A. *Psikhologiya postmoderna* [Postmodern psychology]. In Brushlinskii A.V., Polikarpova V.A. (eds.) *Vremya kak faktor izmenenii lichnosti: Sbornik nauch. trudov* [Time as a factor in personality change: Collection of scientific papers]. Minsk: EGU, 2003, pp. 175–201. (In Russ.).
27. Collins R. *Interaction Rituals Chains*. Princeton: Princeton University Press, 2005. 464 p. DOI:10.1515/9781400851744
28. Debord G. *The Society of the Spectacle*: trans. from French. New York: Zone Books, 1995. 154 p.
29. Foa E.B., Foa U.G. *Resource theory: Interpersonal behavior as exchange*. In Gergen K.J., Greenberg M.S., Willis R.H. (eds.) *Social exchange: Advances in theory and research*. New York: Plenum Press, 1980, pp. 77–94.
30. Goffman E. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row, 1974. 586 p.
31. *Handbook of social resource theory: Theoretical extensions, empirical insights, and social applications*. Törnblom K., Kazemi A. (eds.). New York: Springer, 2012. 470 p. DOI:10.1007/978-1-4614-4175-5
32. Latour B. *We have never been modern*: trans. from French. Cambridge: Harvard University Press, 1993. 168 p.
33. Latour B. *When things strike back: a possible contribution of 'science studies' to the social sciences*. *British Journal of Sociology*, 2000. Vol. 51, no. 1, pp. 107–123. DOI:10.1111/J.1468-4446.2000.00107.X
34. Malafouris L. *Thinking as "Thinging": Psychology with Things*. *Current Directions in Psychological Science*, 2019. Vol. 29, no. 1, pp. 3–8. DOI:10.1177/0963721419873349
35. Osgood C.E. *The nature and measurement of meaning*. *Psychological Bulletin*, 1952. Vol. 49, no. 3, pp. 197–237.

36. Oyserman D. Culture as Situated Cognition. In Scott R., Kosslyn S. (eds.). *Emerging Trends in the Social and Behavioral Sciences*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2015, pp. 1–20. DOI:10.1002/9781118900772.etrds0067
37. Poruciuc A. Axes and Arrows – From Symbolic Things to Signs. *Mankind Quarterly*, 2016. Vol. 56, no. 4, pp. 535–545. DOI:10.46469/mq.2016.56.4.3
38. Stangl W. Personality and the structure of resource preferences. *Journal of Economic Psychology*, 1993. Vol. 14, no. 1, pp. 1–15. DOI:10.1016/0167-4870(93)90037-L
39. Turner J.L., Foa E.B., Foa U.G. Interpersonal reinforces: Classification, interrelationship, and some differential properties. *Journal of Personality & Social Psychology*, 1971. Vol. 19, no. 2, pp. 168–180. DOI:10.1037/h0031278

Информация об авторах

Хохлов Никита Александрович, кандидат психологических наук, психолог-разработчик научно-методического отдела, ООО Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии» (ООО ЦТР «Гуманитарные технологии»); докторант, кафедра нейро- и патопсихологии факультета психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Курмелева Анастасия Игоревна, студент, кафедра психологии личности факультета психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова» (ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Information about the authors

Nikita A. Khokhlov, PhD in Psychology, Developer Psychologist, Scientific and Methodical Department, Centre for Testing and Development “Humanitarian Technologies”; Doctoral Candidate, Department of Neuro- and Pathopsychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0748-7547>, e-mail: nkhokhlov@psychmsu.ru

Anastasia I. Kurmeleva, Student, Department of Personality Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8971-1401>, e-mail: kurmeleva.ai@gmail.com

Получена 18.05.2022

Принята в печать 25.01.2023

Received 18.05.2022

Accepted 25.01.2023

Исследование эффекта применения трехчастных конструкций «правила трех» в рекламе

Корягина Н.А.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2747-6389>,
e-mail: nkoryagina@hse.ru; koryagina_n@mail.ru

Лямцева А.Е.

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2192-917X>, e-mail: aelyamtseva@edu.hse.ru

Цели: понимание возможности использования эффекта трехчастных конструкций в рекламе в отношении русского сегмента потребителей; рассмотрение действия эффекта трехчастных конструкций в рекламе относительно уровня образования и скептицизма потребителя.

Контекст и актуальность. Убедительность рекламного сообщения складывается из множества факторов. Одним из них является количество положительных утверждений о рекламируемом товаре. Теория американских психологов С.Б. Шу и К.А. Карлсона относительно воздействия трехчастных конструкций или «правила трех» на потребителя предполагает, что конструкция из трех положительных утверждений является наиболее благоприятной комбинацией для потребителей, при этом большее количество утверждений вызывает скептический настрой и недоверие к рекламе. Настоящее исследование было реализовано на русском сегменте потребителей с высшим образованием и неоконченным высшим образованием. Исследование эффективности рекламы, в частности, ее убедительности по отношению к потребителям является, безусловно, актуальной темой в области маркетинга.

Дизайн исследования. В работе изучалась связь между наличием высшего образования, скептицизмом, вызываемым впечатлением и количеством положительных утверждений о товаре в рекламе. Наличие и характер взаимосвязи проверялись через построение линейной регрессионной модели.

Участники. Российская выборка (пилотажное исследование): 24 человека, из которых 14 женщины и 10 мужчин. Возраст участников варьировался от 20 до 76 лет ($M = 27,0$; $SD = 13,9$). Исследование: 110 человек, из которых 72 женщины и 38 мужчин в возрасте от 18 до 76 лет ($M = 30,0$; $SD = 12,6$). Число респондентов с высшим образованием составило 56 человек, без высшего образования — 54 человека.

Методы (инструменты). Анализ регрессионной модели. Метод экспертных оценок. Для оценки характера распределения данных использовались критерии Колмогорова-Смирнова.

Результаты. Впечатление от рекламы с одним положительным утверждением о товаре выше у респондентов, имеющих высшее образование; впечатление от рекламы с тремя и четырьмя утверждениями не взаимосвязано с наличием высшего образования; в отношении рекламы с пятью утверждениями выяснено, что впечатление лучше у людей без высшего образования. Было обнаружено, что испытуемые с низким уровнем скептицизма предпочитают рекламу с большим количеством описаний товара (5 или 6). В группе респондентов с высшим образованием и низким уровнем скептицизма обнаружена предрасположенность к рекламе

CC BY-NC

с одним и двумя положительными утверждениями о продукте. В группе респондентов с неоконченным высшим образованием и низким уровнем скептицизма наблюдалась склонность к рекламе с пятью утверждениями.

Основные выводы. Получившие подтверждение гипотезы показали, что наличие низкого уровня скептицизма у респондентов связано с более сильным впечатлением от рекламы с одним, двумя, пятью и шестью положительными утверждениями о товаре. Относительно трех и четырех положительных утверждений феномена не наблюдалось. В работе не было обнаружено взаимосвязи уровня образования с действием «эффекта трех» в рекламном сообщении, что предполагает наличие данной особенности среди русского сегмента потребителей.

Ключевые слова: трехчастные конструкции в рекламе, правило трех, маркетинг, реклама, скептицизм, впечатление от рекламы.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в рамках научного проекта № 22-00-014.

Для цитаты: Корягина Н.А., Лямцева А.Е. Исследование эффекта применения трехчастных конструкций «правила трех» в рекламе // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 194–206. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140111>

Investigation of the Effect of Using Three-Part Constructions or the “Rule of Three” in Advertising

Natalia A. Koryagina

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2747-6389>,

e-mail: nkoryagina@hse.ru; koryagina_n@mail.ru

Alexandra E. Lyamtseva

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2192-917X>, **e-mail:** aelyamtseva@edu.hse.ru

Objective. To get closer to understanding the possibility of using the effect of three-part constructions in advertising in relation to the Russian segment of consumers. To consider the effect of the effect of three-part constructions in advertising relative to the level of education and consumer skepticism.

Background. The credibility of an advertising message consists of many factors. One of them is the number of positive reviews about the advertised product. As for the theory of American psychologists S.B. Shu and K.A. Carlson, three-part constructions or the “rule of three” suggest that a construction of three positive statements about a product is the most favorable combination for consumers, while a large number of statements causes skepticism and distrust of advertising. This study was conducted in the Russian segment of consumers with higher and incomplete higher education. The study of the effectiveness of advertising in relation to its reliability in relation to consumers is certainly an urgent topic in relation to marketing.

Study design. The study examined the relationship between higher education, impression skepticism, and the number of positive product claims in advertising. The presence and nature of the relationship were checked through the construction of a linear regression model.

Participants. *Russian sample (pilot study): 24 people, of which 14 are women and 10 are men. Participant's ages ranged from 20 to 76 years ($M = 27,0$; $SD = 13,9$). Study: 110 people, of which 72 are women and 38 are men aged 18 to 76 years ($M = 30,0$; $SD = 12,6$). The number of respondents with higher education was 56 people, without higher education — 54 people.*

Measurements *Analysis of the regression model. The method of expert assessments. The Kolmogorov-Smirnov criteria were used to assess the nature of the data distribution.*

Results. *The impressions from advertising with one positive statement about the product are higher among respondents with higher education; the impression of advertising with three and four statements is not interconnected with the presence of higher education; in relation to advertising with five statements, it was found that the impression is better for people without higher education. Low skepticism subjects were found to prefer ads with more product descriptions (5 or 6). In the group of respondents with higher education and a low level of skepticism, a predisposition to advertising with one and two positive statements about the product was found. Regarding the group of respondents with incomplete higher education and low level of skepticism, there was a tendency to advertise with five statements.*

Conclusions. *The hypotheses that were confirmed showed that the presence of low levels of skepticism among respondents is associated with a stronger impression of advertising with one, two, five and six positive statements about the product. Regarding the three and four positive statements, the phenomenon was not observed. The study did not find any relationship between the level of education and the effect of the “effect of three” in the advertising message, which suggests the presence of this feature among the Russian segment of consumers.*

Keywords: *three-part constructions in advertising, rule of three, marketing, advertising, skepticism, impression of advertising.*

Funding. The reported study was funded by the Academic Fund Program at the HSE University in 2022 (grant № 22-00-014).

For citation: Koryagina N.A., Lyamtseva A.E. Investigation of the Effect of Using Three-Part Constructions or the “Rule of Three” in Advertising. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14. no. 1, pp. 194–206. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140111> (In Russ.).

Введение

Ежедневно каждый человек сталкивается с выбором — доверять ли той или иной информации. Подобный феномен выбора в наше время как никогда интересует маркетинговые компании и рекламодателей. Ведь именно от этого решения потребителя будет зависеть успешность продажи товара. Изучение феномена убедительности сообщения является популярным аспектом во многих сферах деятельности, например, в политике, экономике, искусстве и многих других. Родоначальниками убедительности сообщений считаются древнегреческие философы софисты. Они занимались тем, что преподавали искусство красноречия и

помогали различным политическим деятелям при составлении их речей для публичных выступлений [6]. Риторика развивалась, далее приобретая все новые и новые механизмы, а также способы укрепления сообщения у слушателя, используя такие методы, как ссылки на неоспоримые свидетельства, на общие и кажущиеся достоверными принципы, интуицию и традиции аудитории, здравый смысл и другие. Приемы, которые предоставляет эта наука, имеют огромное разнообразие, во многом их применение будет зависеть от области знаний и профессиональной деятельности субъекта. Естественно, наука об убедительности сообщения не обошла и маркетинг, например,

феномен влияния авторитета [2], сообщения из достоверного источника [10], подчеркивание дефицита товара [11], упоминание о снижении цены на товар [3] и многое другое. Все эти факторы в совокупности являются положительными утверждениями, которые привлекают потребителя, способны склонить его в сторону доверия и убедить в том, что им необходимо именно это. С.Б. Шу и К.А. Карлсон задались вопросом о том, сколько положительных утверждений должно включать рекламное сообщение, когда потребители понимают, что оно предназначено для убеждения [13]. Дело в том, что многие фирмы стараются «усыпать» своих потенциальных покупателей множеством позитивных высказываний о своем товаре, что может оказать обратный эффект. Имеется в виду, что люди, зная о намерениях маркетологов, будут скептически относиться к представленным заявлениям о продукте. Рекламный скептицизм определяется как тенденция игнорировать или же демонстрировать недоверие к заявлениям, которые упоминаются маркетологами в рекламе. Скептицизм как конструкт связан с рекламной грамотностью или, говоря иначе, способностью потребителя анализировать и углубленно распознавать рекламу. Так, подобные когнитивные способности человека будут способствовать меньшему доверию, а также негативному восприятию рекламы [7; 8].

Убедительность сообщения в отношении феномена трехчастных конструкций

С.Б. Шу и К.А. Карлсон заинтересованы в том, чтобы найти тот переломный момент, когда положительные утверждения подрывают свою эффективность у аудитории. По мнению ученых, наиболее достаточной комбинацией количества утверждений является трехчастная конструкция. Так, рекламное сообщение

должно включать три опорные точки для информирования покупателя, так как именно такого количества хватает для того, чтобы человек мог сделать вывод о чем-либо, большее количество вызывает скептический настрой к сообщению. В одном из своих экспериментальных исследований, на которое будет опираться и наше, авторы сформулировали 6 сообщений, содержащих от одного до шести положительных утверждений о товаре. Используя корреляционный конструкт — скептицизм, а также измеряя отношение респондентов к рекламе и впечатление от нее, был исследован феномен убеждения. Результаты контрастных *t*-тестов на выборке из 296 студентов показали, что отношение значительно выше для трех утверждений, чем для всех остальных чисел утверждений. Подобная картина наблюдалась и в отношении впечатлений: серия запланированных контрастных *t*-тестов показала, что впечатление для трех утверждений было значительно выше ($\beta = 0,55$, $t = 6,14$, $p < 0,001$), чем для одного, двух, четырех, пяти или шести утверждений. В отношении скептицизма были получены следующие результаты: для трех утверждений скептицизм не был значительно выше, чем для одного или двух утверждений, однако для трех утверждений он был значительно ниже, чем для четырех, пяти или шести, что согласуется с теорией о том, что четыре утверждения вызывают скептицизм.

Подобные соображения о некоем магическом свойстве трех утверждений не раз эмпирически доказывались в различных аспектах научного знания. В теориях о достаточности вывода и поведении потребителей были выявлены такие закономерности, как о наборе из трех утверждений, которые считаются достаточными, чтобы человек смог составить полное представление об объекте [4; 12; 15]. Подобную

тенденцию можно также наблюдать и на уровне определения человеком нового термина, который он ранее не встречал, и понимания его значения на основании трех примеров его использования [14].

В отношении настоящего исследования мы будем опираться на оригинальное исследование С.Б. Шу и К.А. Карлсона. Однако будут внесены некоторые корректировки, а именно, мы рассмотрим людей, уже получивших высшее образование, так как существует основание полагать, что скептичность будет возрастать как с возрастом, так и с уровнем образования респондентов. В связи с этим необходимо рассмотреть, имеет ли место подобная точка зрения в отношении русских студентов, которые не окончили высшее учебное заведение, и людей более старшего поколения, которые уже имеют высшее образование. Мы принимаем во внимание те конструкты, которые выделяют авторы, а именно — скептицизм и впечатление. Однако следует заметить, что ученые вводили собственные авторские шкалы. В связи с этим в контексте данной работы дизайн исследования был изменен и использовались измерения общего скептицизма к рекламе в отношении знания индивида о маркетинговом воздействии (ЗМВ). Так, ЗМВ — это совокупность имеющихся у потребителя различных сведений и представлений, которые он использует для «дешифровки» маркетингового воздействия на различных инстанциях торгового пространства [1]. В качестве методики был выбран опросник под авторством С. Обермиллера и И. Спангенберга [9]. В нем авторы понимают скептицизм как тенденцию к неверию в рекламу именно в контексте ситуационного знания об убеждении [5]. Возвращаясь к работе С.Б. Шу и К.А. Карлсона, надо заметить, что у исследователей не было определенной категории продукции, что послужило основанием для проведения

пилотажного исследования, в котором респонденты смогут выразить свои предпочтения. В дальнейшем результаты пилотного опросника легли в основу экспериментальной части нашей работы на этапе формирования рекламных объявлений. Также в отношении оформления рекламного объявления было принято решение оставить текстовый формат во избежание побочного влияния различных звуковых или визуальных эффектов, которые могут сказаться на смещениях в результатах экспериментального воздействия.

Гипотезы исследования

Исходя из описанного ранее, мы можем сформулировать следующие гипотезы исследования:

Н1. Наличие высшего образования связано с количеством выбранных утверждений в рекламе:

1а) Люди с высшим образованием менее подвержены «правилу трех» относительно выбора рекламы.

1б) Люди без высшего образования более подвержены «правилу трех» относительно выбора рекламы.

Н2. Уровень скептицизма связан с количеством утверждений в выбранной респондентом рекламе:

2а) Чем выше уровень скептицизма, тем меньше положительных утверждений в выбранной респондентом рекламе.

2б) Чем ниже уровень скептицизма, тем больше положительных утверждений в выбранной респондентом рекламе.

Н3. Впечатление от рекламы с разным количеством утверждений связано с уровнем скептицизма, а также с наличием высшего образования.

Обзор и результаты пилотажного исследования

Исследование проходило в онлайн-формате с помощью гугл-формы.

В ней респондентам необходимо было выбрать те категории продуктов, на рекламное описание которых они обращают больше всего внимания, например, в рекламном ролике, на рекламном баннере или же просто на упаковке. Анкета включала следующие категории: Молочная продукция, Сыры, Колбасы, Мясная продукция, Рыбная продукция, Консервы, Воды/Соки, Алкогольная продукция, Кондитерские изделия, Хлебобулочные изделия, Замороженная продукция/полуфабрикаты, Снеки (вкусовые товары: чипсы, орешки, сухарики и многое другое), Товары для гигиены. Далее участникам необходимо было указать примеры товаров тех категорий продукции, которые они выбрали ранее, без указания торговых марок.

Выборка составила 24 человека, из которых 14 женщин и 10 мужчин. Возраст участников варьировался от 20 до 76 лет ($M = 27,0$; $SD = 13,9$).

Исходя из выбора респондентов было принято решение сконцентрировать внимание на товарах гигиены (шампунь, мыло и зубная паста) и выбрать именно их в качестве центральной категории продукции для дальнейшего формулирования рекламных объявлений для экспериментального воздействия на респондентов.

Основное исследование

Исследование проходило в онлайн-формате с помощью гугл-формы. Вначале респондентов просили указать их пол, возраст, а также уровень образования. Далее, со следующей страницы, располагался опросник скептицизма по отношению к рекламе, состоящий из 9 утверждений. От респондентов требовалось указать степень согласия с утверждениями по пятибалльной шкале

Лайкерта: от «категорически согласен» до «категорически не согласен». Следующая страница формы содержала в себе инструкцию, которая предлагала респондентам представить себя на месте экспертов в области маркетинга и выбрать наиболее благоприятную рекламу для потребителя. Таким образом, респондентов ввели в ситуацию знания об убеждении. Участникам эксперимента представили 6 рекламных объявлений в отношении категории «Товары для гигиены», которые содержали в себе от 1 до 6 положительных утверждений о продукте. Следующий раздел представлял из себя оценку впечатления респондентов. Участникам необходимо было оценить свои впечатления по каждой рекламе по семибалльной шкале Лайкерта: от «ужасно» до «отлично». Для лучшего понимания шкалы респондентам была представлена картинка из схематично нарисованных лиц, изображающих эмоции.

Окончательная выборка исследования составила 110 человек в возрасте от 18 до 76 лет ($M = 30,0$; $SD = 12,6$), среди которых 72 женщины и 38 мужчин. Число респондентов с высшим образованием составило 56 человек, без высшего образования — 54 человека.

Результаты

Все измеряемые в ходе исследования переменные были проверены на нормальность распределения на основании критерия Колмогорова-Смирнова. Распределение по шкале скептицизма не отличается от нормального ($p = 0,12$), по остальным шкалам распределение отличается от нормального ($p < 0,05$). Также был проведен частотный анализ количества утверждений в рекламе, которые выбирали респонденты с высшим образованием и без него (табл. 1).

Таблица 1

Частотный анализ количества утверждений в рекламе, которые выбрали респонденты с разным уровнем образования

Число утверждений в рекламе, выбранной как наиболее привлекательная:	Группа № 1 — нет высшего образования	Группа № 2 — есть высшее образование
1 утверждение	0	2
2 утверждения	0	5
3 утверждения	16	8
4 утверждения	14	7
5 утверждений	13	17
6 утверждений	11	17

Взаимосвязь количества утверждений в выбранной рекламе, уровня скептицизма и наличия высшего образования

Для проверки взаимосвязи наличия высшего образования у респондента и его уровня скептицизма с количеством утверждений в рекламе, выбранной респондентом в качестве наиболее привлекательной, была построена линейная регрессионная модель (табл. 2). Статистическая мощность выборки составила 0,87, что является допустимым уровнем. Так, люди с низким уровнем скептицизма склонны выбирать рекламу с большим количеством утверждений ($\beta = -0,107^{***}$, $SE = 0,024$), при этом уровень образо-

вания респондента не связан с числом утверждений в выбранной рекламе ($\beta = 0,059$, $SE = 0,230$).

Взаимосвязь впечатления от рекламы с разным количеством утверждений в выбранной рекламе, уровнем скептицизма и наличием высшего образования

Для проверки взаимосвязи наличия высшего образования у респондента и его уровня скептицизма с впечатлениями от рекламы с разным количеством утверждений была построена линейная регрессионная модель (табл. 3–8). Статистическая мощность выборки составила от 0,82 до 0,89, что является допустимым значением. Можно заметить,

Таблица 2

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей количество утверждений в выбранной рекламе

	Количество утверждений в выбранной рекламе	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,107*** (0,024)	-0,155; -0,059
Наличие высшего образования	0,059 (0,230)	-0,398; 0,517
Константа	7,556*** (0,744)	6,081; 9,031
	$R^2 = 0,156$	
	$F(2, 107) = 9,90^{***}$	

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

что впечатления от рекламы с одним утверждением лучше у людей с высшим образованием ($\beta = 0,745^{**}$, $SE = 0,236$) и низким уровнем скептицизма ($\beta = -0,074^{**}$, $SE = 0,025$). Далее, впечатление от рекламы с двумя утверждениями лучше у людей с низким уровнем скептицизма ($\beta = -0,071$, $SE = 0,026$). Впечатление от рекламы с тремя и четырьмя утверждениями не взаимосвязано с наличием высшего образования и

уровнем скептицизма. В отношении рекламы с пятью утверждениями было выяснено, что впечатление лучше у людей без высшего образования ($\beta = -0,829^{***}$, $SE = 0,232$) и с низким уровнем скептицизма ($\beta = -0,080^{**}$, $SE = 0,024$). Заключительный анализ регрессионной модели показал, что впечатление от рекламы с шестью утверждениями лучше у людей с низким уровнем скептицизма ($\beta = -0,093^{**}$, $SE = 0,030$).

Таблица 3

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с одним утверждением

	Впечатление 1	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,074** (0,025)	-0,123; -0,025
Наличие высшего образования	0,745** (0,236)	0,236; 1,214
Константа	5,480*** (0,762)	3,969; 6,991
$R^2 = 0,159$		
$F(2, 107) = 10,1^{***}$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Таблица 4

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с двумя утверждениями

	Впечатление 2	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,071 (0,026)	-0,02; 2,734
Наличие высшего образования	0,106** (0,249)	-0,387; 0,601
Константа	5,392** (0,804)	3,735; 6,923
$R^2 = 0,068$		
$F(2, 107) = 3,93^*$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Таблица 5

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с тремя утверждениями

	Впечатление 3	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,026 (0,027)	-0,08; 0,027

	Beta (SE)	95% CI
Наличие высшего образования	-0,496 (0,257)	-1,08; 0,013
Константа	5,707*** (0,829)	4,062; 7,352
$R^2 = 0,04$		
$F(2, 107) = 2,21$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Таблица 6

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с четырьмя утверждениями

	Впечатление 4	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,008 (0,031)	-0,069; 0,053
Наличие высшего образования	-0,434 (0,295)	-1,021; 0,152
Константа	5,267*** (0,954)	3,377; 7,161
$R^2 = 0,02$		
$F(2, 107) = 1,09$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Таблица 7

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с пятью утверждениями

	Впечатление 5	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,080** (0,024)	-0,128; -0,031
Наличие высшего образования	-0,829*** (0,232)	-1,290; -0,369
Константа	7,644*** (0,749)	6,160; 9,129
$R^2 = 0,171$		
$F(2, 107) = 11,0***$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Таблица 8

Результаты регрессионного анализа модели, предсказывающей впечатление от рекламы с шестью утверждениями

	Впечатление 6	
	Beta (SE)	95% CI
Уровень скептицизма	-0,093** (0,030)	-0,153; -0,033
Наличие высшего образования	-0,395 (0,29)	-0,967; 0,175
Константа	7,649*** (0,93)	5,807; 9,491
$R^2 = 0,092$		
$F(2, 107) = 5,44**$		

Условные обозначения. * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$, *** $p < 0,001$.

Обсуждение результатов

Результаты исследования свидетельствуют о том, что первая гипотеза об уровне образования и взаимосвязи его с количеством выбранных утверждений в рекламе подтвердилась частично. В ходе исследования респондентам предлагалась роль экспертов в области маркетинга, которые выбирали наиболее благоприятную рекламу для потребителей. Согласно этому респонденты были склонны утверждать, что в глазах потребителя та или иная реклама была бы более благоприятной, желаемой или привлекательной. Нами были получены следующие значимые данные: впечатление от рекламы с одним утверждением лучше у людей с высшим образованием; впечатление от рекламы с тремя и четырьмя утверждениями не взаимосвязано с наличием высшего образования (у респондентов обеих групп не было обнаружено каких-либо значимых различий); в отношении рекламы с пятью утверждениями было выяснено, что впечатление лучше у людей без высшего образования. В целом результаты показали существование некой связи между наличием высшего образования и количеством выбранных утверждений в рекламе. При этом мы видим, что люди с высшим образованием не склонны к «правилу трех», а также люди без высшего образования не склонны к выбору рекламы с тремя положительными утверждениями. Полученные нами результаты отличаются от данных, приводимых в оригинальном исследовании С.Б. Шу и К.А. Карлсона: впечатление для трех утверждений было значительно выше, чем для одного, двух, четырех, пяти или шести утверждений [13]. Причинами этому могут служить структура и формулировка рекламных сообщений, которые необходимо проработать для будущих исследований. Также в дальнейшем целесообразно выбрать один рекламируемый продукт во избежание сравнения ис-

пытваемым именно товаров друг с другом, а не рекламы.

Полученные нами данные также частично подтвердили вторую гипотезу. Обнаружено, что люди с низким уровнем скептицизма выбирали рекламу с большим количеством описаний, что подтверждает гипотезу 2б. Так, респонденты, которые склонны к большому доверию (имеют низкий уровень скептицизма), выбирали рекламу, где приводилось большее количество положительных утверждений о товаре (5 или 6). Однако гипотеза 2а не нашла эмпирического подтверждения: полученные результаты свидетельствуют о наличии связи низкого уровня скептицизма у респондентов с меньшим количеством описаний товара в рекламе (1 или 2). Следовательно, на нашей выборке подтвердилась связь низкого уровня скептицизма с большим количеством утверждений в выбранной респондентом рекламе. Полученные расхождения с исследованиями С.Б. Шу и К.А. Карлсона [13] могут свидетельствовать о культурных особенностях наших респондентов (например, высокий уровень доверия), а также о специфике сферы их образования.

В пользу третьей гипотезы относительно связи наличия высшего образования у испытуемых, впечатлений от выбранной ими рекламы и уровня скептицизма мы можем заключить: люди с высшим образованием и низким уровнем скептицизма были более благосклонны к рекламе с одним и двумя положительными утверждениями о рекламируемом продукте. В комментариях респонденты говорили о краткости такой рекламы как о преимуществе перед другими за счет того, что она лучше запоминается; кроме того, в качестве важного фактора была отмечена цена. Респонденты из группы с неоконченным высшим образованием и низким уровнем скептицизма, наоборот,

лучше отзывались о рекламе с пятью утверждениями. Ответы респондентов этой группы свидетельствуют о преобладании мнения о важности одобрения со стороны экспертов (в данном случае ассоциации стоматологов). Так, испытуемые более положительно воспринимали для себя ту рекламу, где присутствовало мнение компетентных профессионалов с достаточно подробным описанием продукта.

Заключение

Исходя из проделанной работы можно заключить, что мы смогли достичь поставленных целей и приблизиться к пониманию эффекта трехчастных конструкций в сегменте российского потребителя. В данном исследовании была изучена возможная связь между наличием высшего образования у респондентов, уровнем их скептицизма, впечатлением от рекламы с различным количеством положительных утверждений о товаре. Результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

1. Гипотеза 1 о взаимосвязи уровня образования и количества утверждений в рекламе не подтвердилась полностью. Дело в том, что ответы респондентов были распределены неравномерно, в связи с чем не удалось подтвердить гипотезу об эффекте трехчастных конструкций в контексте русскоязычного сегмента потребителей. Мы не обнаружили связи ни в группе без высшего образования (в оригинальном исследовании С.Б. Шу и К.А. Карлсона испытуемыми были студенты, также без высшего образования), ни у испытуемых, получивших высшее образование.

2. Гипотеза 2 о связи уровня скептицизма и количества утверждений о рекламируемом товаре также подтвердилась частично. Была установлена значимая связь у респондентов с низким уровнем скептицизма и высокой оценкой рекламы продуктов, описание которых имело пять и

шесть положительных утверждений. В отношении трех и четырех положительных утверждений феномена не наблюдалось.

3. Гипотеза 3 о связи впечатления от рекламы, уровня скептицизма и наличия высшего образования подтвердилась: была обнаружена взаимосвязь относительно одного, двух, пяти и шести положительных утверждений. В частности, чем ниже уровень скептицизма, тем более положительное впечатление оказывала реклама с различным описанием товара на потребителя. В этом же низком сегменте по скептицизму было обнаружено, что респонденты, имеющие высшее образование, лучше оценивали рекламу с одним и двумя положительными утверждениями, а испытуемые, которые имеют еще неоконченное высшее образование, склонялись к более высокой оценке рекламы с пятью утверждениями.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что данная область маркетингового знания является довольно слабо изученной, в связи с чем подобное исследовательское поле может представлять интерес как в практике создания рекламных сообщений, так и в целом относительно подачи информации в контексте убедительности сообщения для слушателя. Так, в отношении низкого уровня скептицизма к товару в русскоязычном сегменте потребителей рекламное сообщение будет более убедительным при использовании пяти и шести положительных утверждений о продукте. При этом стоит учесть, что потребители с высоким уровнем скептицизма более благосклонны к рекламным сообщениям с одним и двумя положительными сообщениями о товаре. В данных пропорциях, например, впечатление потребителей от содержания рекламы будет выше, что способствует повышению лояльности потребителя и узнаваемости рекламируемого продукта. Кроме того, полученные

результаты могут служить основанием для других исследований убедительности сообщения для определенной аудитории. Например, выявление иных факторов убеждения, связанных с количественными характеристиками применяемых суждений, помимо используемых в содержании сообщения конструкций (метафор, примеров, сравнений, риторических вопросов и пр.) при его создании.

Ограничения. Мы можем предположить, что в отношении уровня образования респондентов не было замечено подтверждения эффекта трехчастных конструкций по причине неравномерного распределения ответов респондентов. Выборка собиралась таким образом, что число респондентов, имеющих и не имеющих высшее образование, было примерно одинаковым. При этом оказалось, что респонденты очень неравномерно выбирали рекламу с разным количеством утверждений — для каждой группы число выбравших ее респондентов колеблется от 2 до 30, что не позволяет провести сравнение среднего уровня скеп-

тицизма в этих группах, а также проверить, есть ли значимые различия по уровню образования между респондентами в этих группах. В дальнейшем при формировании выборки следует уравнивать количество респондентов, выбирающих рекламу с одним, двумя, тремя, четырьмя, пятью и шестью утверждениями. В связи с этим в контексте дальнейших исследований необходимо сформировать более равномерную выборку и конструировать эксперимент в соответствии с возрастом респондентов. Кроме того, рассмотреть феномен убеждения в контексте направленности образования, что может быть связано с уровнем аналитических способностей респондентов, критического мышления и скептицизма. В контексте факторов убеждения испытуемых, которые употреблялись в формулировках рекламы, необходимо более детально изучить их воздействие на восприятие потребителей. А именно, какие из них оказывают большее влияние на человека в процессе анализа рекламных объявлений и принятия решения о покупке.

Литература/References

1. Головачева К.С., Смирнова М.М. Знания потребителей о маркетинговом воздействии: сущность и подходы к управлению // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2017. № 4. С. 596—621.
2. Golovacheva K.S., Smirnova M.M. Znaniya potrebitelei o marketingovom vozdствии: sushchnost' i podkhody k upravleniyu [Consumer Knowledge of Marketing Impact: Essence and Management Approaches]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment = Bulletin of St. Petersburg University. Management*, 2017, no. 4, pp. 596—621. (In Russ.).
3. Cialdini R.B. Influence: The psychology of persuasion (Collins business essentials). New York, NY: Collins Business, 2007. 339 p.
4. Den Boer A.V. Dynamic pricing and learning: historical origins, current research, and new directions // Surveys in operations research and management science. 2015. Vol. 20(1). P. 1—18. DOI:10.1016/j.sorms.2015.03.001
5. Ertimur B., Coskuner-Balli G. Navigating the institutional logics of markets: Implications for strategic brand management // Journal of Marketing. 2015. Vol. 79(2). P. 40—61. DOI:10.1509/jm.13.0218
6. Ham C.D., Nelson M.R., Das S. How to measure persuasion knowledge // International Journal of Advertising. 2015. Vol. 34(1). P. 17—53. DOI:10.1080/02650487.2014.994730
7. Johnstone C.L. Sophistical Wisdom: Politikê Aretê and “Logosophia” // Philosophy & Rhetoric. 2006. Vol. 39(4). P. 265—289. DOI:10.2307/20697163

7. Joireman J., Liu R.L., Kareklas I. Images paired with concrete claims improve skeptical consumers' responses to advertising promoting a firm's good deeds // *Journal of Marketing Communications*. 2018. Vol. 24(1). P. 83–102.
8. Lee J., Kim S., Ham C.D. A double-edged sword? Predicting consumers' attitudes toward and sharing intention of native advertising on social media // *American Behavioral Scientist*. 2016. Vol. 60(12). P. 1425–1441. DOI:10.1177/0002764216660137
9. Obermiller C., Spangenberg E.R. Development of a scale to measure consumer skepticism toward advertising // *Journal of consumer psychology*. 1998. Vol. 7(2). P. 159–186.
10. Pornpitakpan C. The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence // *Journal of applied social psychology*. 2004. Vol. 34(2). P. 243–281. DOI:10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x
11. Roy R., Sharma P. Scarcity appeal in advertising: Exploring the moderating roles of need for uniqueness and message framing // *Journal of Advertising*. 2015. Vol. 44(4). P. 349–359. DOI:10.1080/00913367.2015.1018459
12. Sheth J., Sisodia R. *The rule of three: Surviving and thriving in competitive markets*. Simon and Schuster. New York, NY: The Free Press, 2002. 288 p.
13. Shu S.B., Carlson K.A. When three charms but four alarms: Identifying the optimal number of claims in persuasion settings // *Journal of Marketing*. 2014. Vol. 78(1). P. 127–139. DOI:10.1509/jm.11.0504
14. Tenenbaum Josh B., Xu Fei. "Word Learning as Bayesian Inference" // *Proceedings of the Twenty-Second Annual Conference of the Cognitive Science Society*, Gleitman / Lila R., and Joshi, Aravind K. (eds.). Philadelphia: Institute for Research in Cognitive Science, 2000. P. 517–22. DOI:10.1037/0033-295X.114.2.245
15. Uslay C., Altintig Z.A., Winsor R.D. An empirical examination of the "rule of three": Strategy implications for top management, marketers, and investors // *Journal of Marketing*. 2010. Vol. 74(2). P. 20–39. DOI:10.1509/jmkg.74.2.20

Информация об авторах

Корягина Наталья Александровна, кандидат психологических наук, старший преподаватель департамента психологии факультета социальных наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2747-6389>, e-mail: nkoryagina@hse.ru; koryagina_n@mail.ru

Лямцева Александра Евгеньевна, студент 3 курса департамента психологии факультета социальных наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (ФГАОУ ВО «НИУ ВШЭ»), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2192-917X>, e-mail: aelyamtseva@edu.hse.ru

Information about the authors

Natalia A. Koryagina, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2747-6389>, e-mail: nkoryagina@hse.ru; koryagina_n@mail.ru

Alexandra E. Lyamtseva, 3rd year student, Department of Psychology, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2192-917X>, e-mail: aelyamtseva@edu.hse.ru

Получена 19.07.2022

Принята в печать 25.01.2023

Received 19.07.2022

Accepted 25.01.2023

Ролевые паттерны «Я-водитель» — «Я-пассажир» в структуре рискованного дорожного поведения водителей разных групп

Мейнхард Г.

Центр формирования безопасного поведения водителей «Трафик»,

г. Тарту, Эстония

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5607-5341>, e-mail: gunnar.meinhard@gmail.com

Кочетова Т.В.

ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет»
(ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0746-680X>, e-mail: kochetovatv@gmail.com

Цель. Анализ рискованного поведения водителей разных групп; характеристика паттернов ролевого поведения «Я-водитель» — «Я-пассажир»; выявление взаимосвязей паттернов рискованного дорожного поведения водителей со склонностью к употреблению алкоголя.

Контекст и актуальность. Анализ работ, посвященных изучению рискованного дорожного поведения водителей, показывает высокую актуальность исследований в области причин аварийности на дорогах. В этом контексте особую актуальность приобретают исследования междисциплинарного характера, включающие как индивидуальные, так и социально-психологические переменные.

Дизайн исследования. В работе рассмотрены паттерны рискованного дорожного поведения водителей разных групп. Были изучены особенности паттернов ролевого поведения «Я-водитель» — «Я-пассажир» в группах профессиональных водителей и автолюбителей. Уделено внимание поиску взаимосвязей паттернов рискованного дорожного поведения и склонности к употреблению алкоголя.

Участники. Выборка включила 398 водителей «групп риска»: начинающие водители — 114 человек в возрасте от 22 до 35 лет ($M = 24,0$; $SD = 7,12$), из которых 52 (45,6%) — женщины и 62 (54,4%) — мужчины; водители такси — 80 человек в возрасте от 29 до 43 лет ($M = 36,1$; $SD = 7,15$), из которых 4 (5,0%) — женщины и 76 (95,0%) — мужчины; водители-перевозчики — 204 человека в возрасте от 26 до 40 лет ($M = 33,4$; $SD = 6,52$), из которых 18 (8,8%) — женщины и 186 (91,2%) — мужчины.

Методы (инструменты). Опросник оценки рискованного дорожного поведения водителей, разработанный Г. Мейнхардом (2018), и русскоязычная версия шкалы AUDIT.

Результаты. Рискованное дорожное поведение водителей характеризуется наличием различных паттернов, взаимосвязанных между собой. Паттерны ролевого поведения «Я-водитель» — «Я-пассажир» в структуре рискованного дорожного поведения различаются у водителей разных групп.

Основные выводы. Существуют значимые различия в паттернах рискованного дорожного поведения водителей разных групп: начинающие водители, водители такси и водители-перевозчики.

Ключевые слова: безопасность дорожного движения, психология дорожного движения, рискованное дорожное поведение, AUDIT, сравнительный анализ, скрининговая диагностика.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке МГППУ в рамках реализации проекта «Апробация методик психологического скрининга водителей, склонных к рискованному дорожному поведению».

Благодарности. Авторы благодарят за помощь в сборе данных для эмпирического исследования выпускников факультета социальной психологии МГППУ: М.М. Белькова, Т.О. Коскину, А.А. Кузнецова, Д.И. Ларчуженкова, М.А. Плотникову; за помощь в обработке данных кандидата математических наук, доцента Эстонского университета естественных наук Т. Каарта; за внедрение опросника в практику работы компании «Данон» (Россия) регионального менеджера по безопасности труда Ю.А. Юртаеву.

Для цитаты: *Мейнхард Г., Кочетова Т.В.* Ролевые паттерны «Я-водитель» — «Я-пассажир» в структуре рискованного дорожного поведения водителей разных групп // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 207–221. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140112>

Role Patterns in the Structure of Risky Traffic Behaviour of Drivers of Different Groups

Gunnar Meinhard

TMÜ “Trafity OÜ”, Tartu, Estonia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5607-5341>, e-mail: gunnar.meinhard@gmail.com

Tatiana V. Kochetova

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0746-680X>, e-mail: kochetovatv@gmail.com

Objective. *Analysis of the risky traffic behaviour of drivers of different groups; characteristics of patterns of role behaviour “I am a driver” — “I am a passenger”; correlations between the patterns of risky traffic behavior of drivers that have a tendency to drink alcohol.*

Background. *The analysis of researches devoted to the study of the risky traffic behaviour of drivers in the conditions of the road environment shows the high relevance of research in the field of the causes of accidents on the roads. In this context, interdisciplinary researches which including both individual and socio-psychological variables begin special relevance.*

Study design. *The patterns of risky road behavior of drivers of the different groups were studied. The features of the patterns of role behaviour (“I am a driver” — “I am a passenger”) were considered. Inter correlations between the patterns of drivers’ risky behaviour and the propensity to drink alcohol were characterized.*

Participants. *The sample included 398 drivers of “risk groups”: 114 novice drivers aged 22 to 35 years old ($M = 24,0$; $SD = 7,12$), 52 (45,6%) of women and 62 (54,4%) of men; taxi drivers 80 people aged 29 to 43 ($M = 36,1$; $SD = 7,15$), 4 (5,0%) of women and 76 (95,0%) of men; drivers-carriers 204 people aged 26 to 40 years ($M = 33,4$; $SD = 6,52$), 18 (8,8%) of women and 186 (91,2%) of men.*

Measurements. *The questionnaire created by G. Meinhard (2018) for evaluation traffic risky behaviour of drivers and the Russian-language version of the AUDIT scale.*

Results. *Drivers’ risky traffic behaviour is characterized by the presence of various interconnected patterns.*

Conclusions. *There are significant differences in the patterns of traffic risky behaviour among drivers of different groups: novice drivers, taxi drivers and company drivers.*

Keywords: *road safety, traffic psychology, risky traffic behaviour, AUDIT, comparative analysis, screening diagnostics.*

Funding. This research was supported by financial support for the project “Approbation of psychological screening methods for drivers prone to risky traffic behaviour”, carried out by MSUPE.

Acknowledgements. The authors are grateful for assistance in data collection Masters of Psychology (MSUPE) M.M. Bel'kov, T.O. Koskina, A.A. Kuznetsov, D.I. Larchuzhenkov, M.A. Plotnikova; for data analysis T. Kaart, PhD in Mathematics, Associate Professor at the Chair of Estonian University of Life Sciences; for implementation of the questionnaire into the practice of the company Yu.A. Yurtaeva, Regional Safety Manager of Danone (Russia).

For citation: Meinhard G., Kochetova T.V. Role Patterns in the Structure of Risky Traffic Behaviour of Drivers of Different Groups. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 207–221. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140112> (In Russ.).

Введение

Анализ работ, посвященных изучению рискованного дорожного поведения водителей в условиях дорожно-транспортной среды, показывает высокую актуальность исследований в области причин аварийности на дорогах [3; 4; 6; 10; 11; 15; 22; 30]. К числу таких причин можно отнести: во-первых, внешние факторы (особенности транспортной инфраструктуры, дорожной обстановки, особенности транспортного средства и т.п.), во-вторых, «человеческий фактор», который задает вектор рассмотрения различных психологических характеристик, детерминирующих поведение водителей как основных участников дорожного движения [7; 10; 12; 20; 29].

Рассматривая рискованное дорожное поведение, разные авторы уделяют внимание изучению склонности к риску как индивидуально-психологической переменной, обуславливающей возникновение опасных ситуаций, приводящих к авариям и ДТП [10; 12]. Вместе с тем стали все чаще встречаться социально-психологические исследования, в которых предпринимаются попытки комплексного анализа «моделей дорожного поведения водителей» (models of driving behaviour) [29], а также «паттернов вождения» или «паттернов социального взаимодействия при вождении» (driving patterns/social interaction patterns in driver behaviour), характеризующихся высоким уровнем риска [31].

Анализ таких паттернов позволяет подробно и детально описать рискованное дорожное поведение водителей как «отклоняющееся» от принятых в обществе социальных норм и норм дорожного законодательства [26; 27]. Стоит отметить, что изучение паттернов «отклоняющегося» поведения в социально-психологическом контексте во многом обусловлено традицией, заданной еще в работах К. Левина, который в качестве примера рассматривал агрессивное поведение как паттерн *поведения социального* [25].

В этом контексте внимание исследователей сосредоточено на изучении содержательного, структурного и динамического аспектов поведения. Первый предполагает рассмотрение «границ» рискованного поведения водителя и его отличие от, например, агрессивного или опасного вождения. Второй создает основу для изучения взаимосвязей между различными поведенческими проявлениями паттернов в широком социальном контексте и позволяет идентифицировать именно рискованное дорожное поведение как таковое [9; 11]. И, наконец, третий определяет устойчивость и динамику изменений поведения во «временной перспективе» [10].

Следуя намеченной логике, можно обозначить как минимум два «вектора» исследований рискованного дорожного поведения как паттерна социального. Если рассматривать поведение как производную двух функций: 1) личностных переменных

и 2) средовых переменных (социального окружения) [10], то комплексное изучение рискованного дорожного поведения водителя также должно осуществляться в направлениях, затрагивающих как индивидуально-психологические характеристики личности, так и социально-психологические переменные [11; 12].

Ряд имеющихся работ, посвященных исследованию социально-психологических и средовых переменных, которые обуславливают рискованное дорожное поведение водителя, обращен к изучению ролевого и ситуационного контекста, а внимание авторов сосредоточено на рассмотрении диапазона свойственных роли водителя поведенческих проявлений [8]. Учитывая, что именно роль задает модель/образец поведения, этот *ролевой контекст*, определяемый соотношением ролевых установок в схеме «Я-водитель» — «Я-пешеход/Я-пассажир» [8], позволяет изучить устойчивость поведенческого паттерна индивида в зависимости от его роли: роль водителя или пассажира. Действительно, уровень риска при передвижении в транспортном средстве может быть связан не только с тем, как индивид (будучи в роли водителя) управляет автомобилем, но и тем, как он ведет себя в роли пассажира: не использует ремень безопасности, позволяет водителю говорить по мобильному телефону во время вождения, не обращает внимание на превышение скоростного режима и т.п. [12]. Другими словами, поведенческий паттерн, рассматриваемый как рискованный (паттерн «отклоняющегося» поведения), может быть устойчивым и стабильно повторяться в ситуации [9; 22], когда индивид выступает в роли как водителя, так и пассажира.

Как уже отмечалось выше, не менее важным для комплексного изучения

рискованного дорожного поведения водителя является рассмотрение возрастных и гендерных особенностей как возможных детерминант, увеличивающих риск и вероятность аварий и ДТП [29]. К числу таких работ следует отнести исследования процесса вождения под воздействием алкоголя. Причем необходимо подчеркнуть, что существенное внимание уделяется не столько влиянию алкоголя на психофизиологические качества (такие исследования составляют предметную область психофизиологии — *прим. авторов*), сколько роли и места алкоголя в повседневной жизни водителя, в широком спектре социальных ситуаций, включающих его взаимодействие со своим окружением. Наиболее показательным примером таких исследований могут служить работы, посвященные «истории употребления алкоголя» (*drinking history*), ее отдельным эпизодам (в частности, совместного потребления алкоголя в ситуациях с друзьями или знакомыми), которые, постепенно накапливаясь, приводят к изменению дорожного поведения и различным отклонениям как в процессе вождения, так и взаимодействия с другими участниками дорожного трафика [16; 17; 19]. Именно поэтому авторы исследований, рассматривающих алкоголь в качестве одного из ведущих факторов рискованного дорожного поведения водителей, отмечают важность и необходимость учета возрастных особенностей и пола водителей, практикующих вождение в нетрезвом состоянии [15; 16; 19; 21; 23].

Стоит учесть тот факт, что в Российской Федерации отсутствует консолидированная и подробная информация о «личной истории» водителя, его рейтинге среди нарушителей Правил дорожного движения, о медицинских осмотрах (медицинском освидетельствовании и т.п.).

Существующее законодательство не позволяет получить такую информацию [3; 4; 5; 13]. Именно поэтому подобного рода исследования могут быть сопряжены с рядом сложностей.

В данной ситуации было принято решение обратиться к методам скрининговой психологической диагностики, которые широко используются в практике других стран и позволяют быстро и качественно (без детального изучения индивидуально-психологических особенностей личности) определить уровень индивидуального риска водителя, *структуру* его рискованного *дорожного поведения* [9; 11; 22] и особенности взаимодействия с другими участниками дорожного трафика.

В качестве участников исследования представляется целесообразным рассмотрение водителей различных «групп риска», имеющих высокие показатели аварийности [14]. К числу таких групп прежде всего относятся: 1) начинающие водители [21; 24], 2) водители такси [1], 3) водители, осуществляющие перевозки [15].

Исходя из вышесказанного, *целью* исследования может выступать анализ ролевых паттернов в структуре рискованного дорожного поведения водителей, имеющих различный стаж и опыт вождения. В качестве рабочих *гипотез исследования* выступают следующие предположения:

– паттерны ролевого дорожного поведения, определяемые ролевой позицией «Я-водитель» – «Я-пассажир», будут различаться в группах профессиональных водителей и автолюбителей;

– паттерны рискованного дорожного поведения взаимосвязаны со склонностью к употреблению алкоголя и разли-

чаются в группах мужчин- и женщин-водителей, имеющих различный стаж и опыт вождения;

– уровень риска при вождении в нетрезвом состоянии (ВНС) детерминирован полом и возрастом водителя.

Метод

Схема проведения исследования.

В настоящем исследовании использовалась процедура психологического скрининга, который является первым шагом для дальнейшей психологической диагностики и открывает широкие возможности для определения пригодности к управлению транспортным средством [9].

Все респонденты в рамках процедуры скрининга заполняли предложенные опросники в web-формате (<https://jkoolitus.eu/>) в специально разработанной системе¹ [28], после чего каждый из участвующих в исследовании получал на свой почтовый адрес отчет (в форме обратной связи) с краткой характеристикой его дорожного поведения и уровня риска относительно других водителей. Все исследование реализовано по принципу добровольного участия.

Выборка исследования. Выборка исследования включала в себя 398 участников (по которым были собраны полностью заполненные протоколы) из трех групп водителей:

– начинающие водители (группа I), 114 человек в возрасте от 22 до 35 лет ($M = 24,0$; $SD = 7,12$), из которых 52 (45,6%) – женщины и 62 (54,4%) – мужчины;

– водители такси (группа II), 80 человек в возрасте от 29 до 43 лет ($M = 36,1$; $SD = 7,15$), из которых 4 (5,0%) – женщины и 76 (95,0%) – мужчины;

¹ Все права на использование опросника принадлежат TMÜ “Trafity OÜ”, Tartu, Estonia [26].

— водители-перевозчики (группа III), 204 человека в возрасте от 26 до 40 лет ($M = 33,4$; $SD = 6,52$), из которых 18 (8,8%) — женщины и 186 (91,2%) — мужчины.

Методики исследования. В исследовании рискованного дорожного поведения водителей использовался опросник, разработанный Г. Мейнхардом в 2014–2018 гг., позволяющий определить уровень риска водителя [9; 11; 22]. Настоящий опросник позволяет подробно рассмотреть различные паттерны рискованного поведения водителей, в том числе те поведенческие проявления, которые определяются ролью водителя в ситуации передвижения: «Я-водитель» — «Я-пассажир». Второй методикой, используемой в исследовании, была шкала AUDIT [18], которая сегодня является одним из самых надежных [2] и широко распространенных в мире инструментов скрининга, позволяющего определить склонность к употреблению алкоголя.

Результаты

Результаты исследования обрабатывались с помощью пакета анализа данных «Statistica for Windows 10» (выявление различий между паттернами ролевого поведения «Я-водитель» —

«Я-пассажир», поиск корреляций между паттернами рискованного дорожного поведения и склонностью к употреблению алкоголя), а также статистического пакета R 3.3.3 (для определения характера взаимосвязей между уровнем риска водителей и переменными пола, возраста, стажа и опыта вождения).

Итак, описательная статистика паттернов ролевого поведения группы профессиональных водителей и автолюбителей представлена в табл. 1.

Как можно видеть из таблицы, паттерн ролевого поведения «Я-водитель» выражен в большей степени в группе автолюбителей, но и выраженность паттерна «Я-пассажир» также свойственна этой группе водителей. Данный факт можно объяснить тем, что профессиональные водители, осуществляющие перевозки людей и грузов, реже оказываются в роли пассажира, соответственно, ролевой поведенческий паттерн «Я-пассажир» в этой группе проявляется в меньшей степени.

Для выявления различий в рассматриваемых паттернах рискованного дорожного поведения водителей трех групп была использована процедура сравнительного анализа с помощью критерия Манна-Уитни.

Таблица 1

Описательная статистика паттернов ролевого поведения группы профессиональных водителей (N = 284) и группы автолюбителей (N = 114)

Группы	Среднее значение (M)		Стандартное отклонение (SD)		Дисперсия		Асимметрия	
	«Я-водитель»	«Я-пассажир»	«Я-водитель»	«Я-пассажир»	«Я-водитель»	«Я-пассажир»	«Я-водитель»	«Я-пассажир»
Автолюбители	1,63	3,12	2,08	2,62	4,32	6,85	1,08	1,26
Профессиональные водители	1,57	2,11	1,59	2,19	2,54	4,78	2,35	1,44

Так, значимые различия между группами были обнаружены в следующих паттернах рискованного дорожного поведения: 1) «Риски при передвижении в транспортном средстве («Я-пассажир»)» в группах I и II – начинающие водители и водители такси ($U = 3879, p < 0,002$) и в группах II и III – водители такси и водители-перевозчики ($U = 1550, p < 0,01$); 2) «Нарушения в дорожно-транспортной среде» в группах I и III – начинающие водители и водители-перевозчики ($U = 6662,5, p < 0,001$); 3) «Вождение в нетрезвом состоянии» в группах I и II – начинающие водители и водители такси ($U = 2160, p < 0,04$).

Далее для анализа взаимосвязей между паттернами рискованного дорожного поведения и показателями шкалы AUDIT использовался коэффициент корреляции Спирмена. Результаты корреляционного анализа представлены в табл. 2.

Как видно из таблицы, все паттерны рискованного дорожного поведения водителя взаимосвязаны между собой. Так,

наибольшие по величине взаимосвязи характерны для паттернов дорожного поведения «Угрозы и риски в условиях дорожного движения» и «Нарушения в дорожно-транспортной среде» ($r = 0,71, p < 0,01$), а также «Риски при управлении транспортным средством («Я-водитель»)» и «Угрозы и риски в условиях дорожного движения» ($r = 0,67, p < 0,01$). Стоит отметить, что все паттерны рискованного дорожного поведения водителей значимо взаимосвязаны со склонностью к употреблению алкоголя. При этом наибольшие корреляции между шкалой AUDIT прослеживаются со шкалой «Нарушения и проступки вне контекста дорожного движения» ($r = 0,64, p < 0,01$) и шкалой «Нарушения в дорожно-транспортной среде» ($r = 0,64, p < 0,01$).

Также были рассмотрены различия между всеми группами водителей по шкале AUDIT. Подчеркнем, что при сравнении учитывался половой состав групп. Это обусловлено имеющимися

Таблица 2

Взаимосвязь паттернов рискованного дорожного поведения водителей со шкалой AUDIT (N = 398)

Шкала	M (SD)	1	2	3	4	5	6	7
1. Шкала AUDIT	8,80 (3,91)	1						
2. Вождение в нетрезвом состоянии (ВНС)	3,38 (1,96)	0,43*	1					
3. Угрозы и риски в условиях дорожного движения	9,56 (4,01)	0,41*	0,50*	1				
4. Риски при управлении транспортным средством («Я-водитель»)	1,59 (1,77)	0,28*	0,53*	0,67*	1			
5. Риски при передвижении в транспортном средстве («Я-пассажир»)	2,44 (2,38)	0,47*	0,51*	0,63*	0,48*	1		
6. Нарушения в дорожно-транспортной среде	1,44 (1,57)	0,50*	0,52*	0,71*	0,63*	0,59*	1	
7. Нарушения и проступки вне контекста дорожного движения	3,90 (3,38)	0,64*	0,44*	0,50*	0,38*	0,51*	0,55*	1

Примечание. * $p < 0,01$.

многочисленными данными, что показатели AUDIT (определяющие склонность к употреблению алкоголя) для мужчин и женщин различаются [16; 17; 18; 19]. Результаты сравнительного анализа представлены на рис. 1.

Как можно увидеть, значимые различия ($p = 0,019$) между мужчинами и женщинами по шкале AUDIT были обнаружены только в группе II — водители такси. В двух других группах — начинающие водители и водители-перевозчики — значимые различия по данной шкале между мужчинами и женщинами отсутствуют.

Возможно, что обнаруженный факт обусловлен особенностями выборки, а именно количеством женщин в данной группе водителей. При этом средний показатель по шкале AUDIT в этой группе выше 8 (см. рис. 1), что свидетельствует о высоком риске вождения в нетрезвом состоянии [26]. Такое значение данного показателя может свидетельствовать о выраженной склонности к употреблению алкоголя и согласуется с объективными высокими

показателями аварийности именно среди водителей такси [1]. Обнаруженные различия в рассматриваемых паттернах, связанных со склонностью к употреблению алкоголя, могут свидетельствовать о различиях в структуре рискованного дорожного поведения водителей исследуемых групп (стаж и опыт вождения), что подтверждает вторую гипотезу исследования.

Наконец, для подтверждения третьей гипотезы была использована процедура регрессионного анализа. Результаты анализа представлены на рис. 2, на котором можно видеть линии регрессии с 95%-ми доверительными интервалами, а также статистику RMSE и скорректированный квадрат коэффициента корреляции (R^2).

Можно увидеть, что уровень риска при вождении в нетрезвом состоянии значительно зависит от пола и возраста водителя, причем эта зависимость характерна как для мужчин, так и для женщин. Выявленные в ходе анализа регрессионные зависимости подтверждают третью исследовательскую гипотезу.

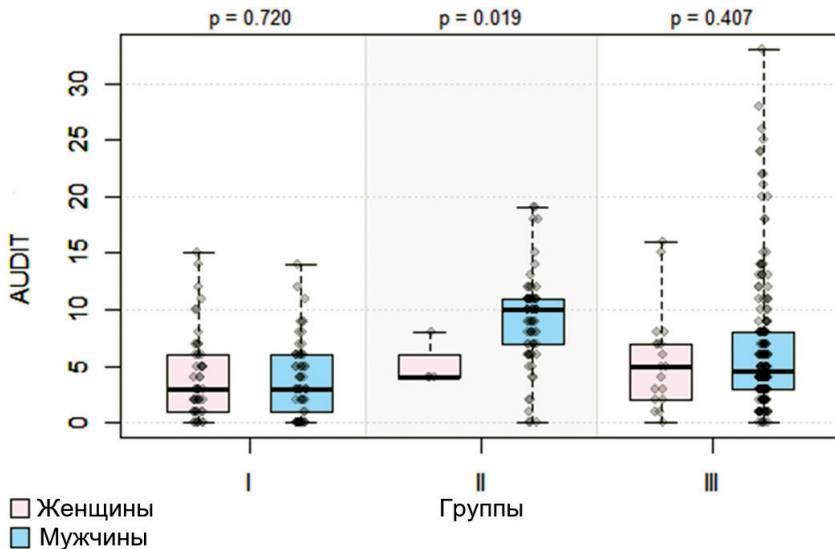


Рис. 1. Различия между мужчинами и женщинами в группах водителей

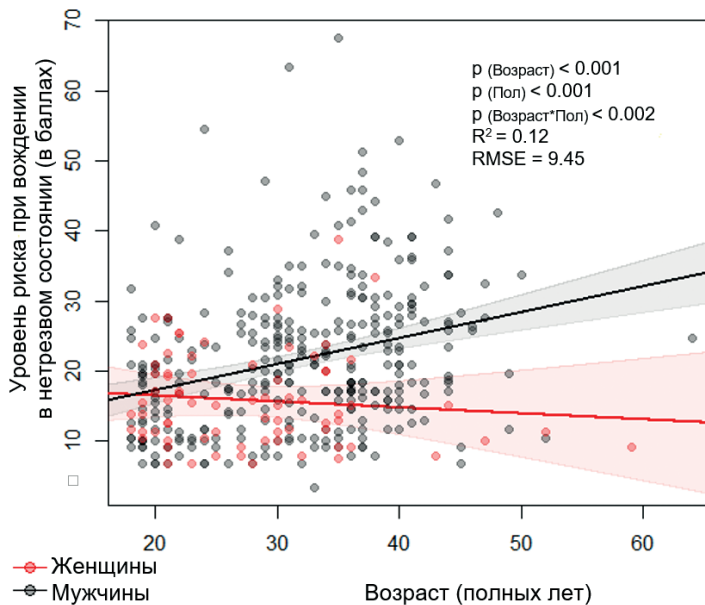


Рис. 2. Уровень риска при ВНС и его взаимосвязь с полом и возрастом водителей

Однако, несмотря на то, что уровень риска вождения в нетрезвом состоянии оказался статистически значимо взаимосвязан с возрастом и полом, точность прогноза реализации такого поведения следует рассматривать как относительно низкую при $RMSE = 9,45$ и при значении $R^2 = 0,12$.

Обсуждение результатов

Полученные результаты хорошо согласуются с данными, посвященными изучению структуры рискованного дорожного поведения [11; 16; 26].

Отдельно стоит подчеркнуть, что результаты исследования вносят некоторый элемент новизны в многочисленные работы, направленные на поиск детерминант рискованного дорожного поведения и вождения. Так, обнаружено, что имеются различия в ролевых паттернах «Я-водитель» и «Я-пассажир» рискованного дорожного поведения профессиональных водителей и автолюбителей.

Логичным также выглядит тот факт, что поведенческие проявления паттерна «Нарушения в дорожно-транспортной среде» в большей степени характерны для водителей-перевозчиков, чем для начинающих водителей. Объясняется данное обстоятельство количеством и частотой поездок водителей, осуществляющих перевозки, их более продолжительным по времени опытом вождения.

Выявлено, что все паттерны рискованного дорожного поведения водителей взаимосвязаны между собой, это позволяет охарактеризовать такое поведение как целостное, имеющее структуру, определяемую характером взаимосвязей [11]. Также было обнаружено, что исследуемые поведенческие особенности по-разному взаимосвязаны со склонностью к употреблению алкоголя [26; 27]. Этот факт хорошо согласуется с исследованиями дорожного поведения водителей, имеющих множественные нарушения и в

условиях дорожно-транспортной среды, и вне пределов дорожного трафика [27].

Рассмотренные взаимосвязи паттернов рискованного дорожного поведения со склонностью к употреблению алкоголя находятся в пределах от $r = 0,41$ до $r = 0,64$, $p < 0,01$. Исключение составляет взаимосвязь паттерна «Риски при управлении транспортным средством («Я-водитель»)» со шкалой AUDIT, где $r = 0,28$ при $p < 0,01$. Обнаруженные взаимосвязи можно охарактеризовать, с одной стороны, как слабые и средние, а с другой (учитывая уровень значимости $p < 0,01$) — как, безусловно, заслуживающие внимания, поскольку в ряде работ, посвященных изучению «истории употребления алкоголя» (drinking history), подчеркивается, что наличие даже низких по величине корреляций служит основанием для подробного изучения «факторов и эпизодов», приводящих к вождению в нетрезвом состоянии и высокому риску [17; 20]. Различия в поведенческих паттернах между группами водителей могут свидетельствовать в пользу предположения, что структура дорожного поведения может меняться в зависимости от стажа водительской деятельности и возраста. Так, например, для начинающих водителей такой паттерн, как «Вождение в нетрезвом состоянии», проявляется в меньшей степени [11], нежели у водителей такси.

И, наконец, выявленная зависимость уровня риска при вождении в нетрезвом состоянии от пола и возраста водителя хорошо согласуется с данными различных исследований рискованного поведения в широком социальном контексте [17; 27]. При этом важно подчеркнуть, что обнаруженный в настоящем исследовании гендерный аспект накладывает некоторый «отпечаток» на характеристику рискованного дорожного поведе-

ния водителей в целом. Как было обнаружено, с возрастом риск вождения в нетрезвом состоянии у водителей-мужчин имеет тенденцию к возрастанию, а у водителей-женщин — к уменьшению. Выявленный факт подтверждается данными объективной статистики [14] и служит свидетельством в пользу репрезентативности выборки водителей данных «групп риска».

В заключение необходимо сказать, что обращение к подобной проблематике обусловлено не только академическим интересом, но и потребностями практики, поскольку, зная особенности поведенческих паттернов рискованного дорожного поведения, можно планировать превентивную [13] и/или реабилитационную работу с водителями, имеющими нарушения при вождении и отклонения в своем дорожном поведении.

Выводы

1. Рискованное дорожное поведение водителей включает различные паттерны как ролевого поведения (роли «Я-водитель»/«Я-пассажир»), так и паттерны, характеризующиеся различными нарушениями и проступками вне контекста дорожного движения (несоблюдение законодательства, административные нарушения).

2. У водителей различных «групп риска» — начинающие водители, водители такси и водители-перевозчики — эти паттерны рискованного дорожного поведения значимо различаются.

3. Риск вождения в нетрезвом состоянии взаимосвязан с полом и возрастом водителя: такой риск имеет тенденцию к возрастанию у водителей-мужчин, но снижается с возрастом у водителей-женщин.

4. К числу перспективных направлений исследований можно отнести как минимум следующие: а) изучение уров-

ня риска водителя и объективно регистрируемых с помощью GPS-трекеров стилистических особенностей его вождения; б) исследование уровня риска водителей в межкультурном контексте (водители в странах с высоким и низким уровнем правосознания).

5. Психологические исследования, посвященные изучению структуры рискованного дорожного поведения с помощью процедуры скрининговой диагностики, позволяют определить уровень индивидуального риска водителя относительно

других водителей и могут служить хорошей основой для планирования дальнейшей дифференцированной работы психолога по коррекции нарушений в дорожном поведении водителей. Более того, скрининговые диагностические инструменты открывают широкие возможности для углубленной психологической диагностики отклонений в водительской деятельности, а их использование может стать важным шагом в построении системы превенции аварий и дорожно-транспортных происшествий.

Литература

1. Аналитический материал по состоянию таксомоторной отрасли в России с точки зрения безопасности дорожного движения [Электронный ресурс]. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. URL: <https://ac.gov.ru/files/content/19540/taksi-avariinost-final-2311-pdf.pdf> (дата обращения: 01.11.2021).
2. *Баринова А.Н., Плавинский С.Л., Янчук Ю.В., Половинкина Т.А.* Скрининг на признаки опасного и вредного потребления алкоголя у лиц, находящихся в местах принудительного содержания // Вестник Северо-Западного государственного медицинского университета им. И.И. Мечникова. СПб., 2013. С. 84–91.
3. *Бедина И.А., Бурцев А.А., Кочетова Т.В.* Основные модели медико-психологической работы по профилактике повторного управления транспортным средством в состоянии опьянения (международный опыт) // Психология и право. 2022. Том 12. № 1. С. 2–14. DOI:10.17759/psylaw.2022120101
4. *Бурцев А.А.* Проблемы комплексной превенции управления транспортным средством в состоянии опьянения: организационно-правовые, медицинские и социально-психологические аспекты // Социальная психология и общество. 2018. Том 9. № 4. С. 98–107. DOI:10.17759/sps.2018090409
5. *Бурцев А.А.* Медико-психологические аспекты профилактики «опасного» вождения и «пьяных» ДТП в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://psyjournals.ru/nonserialpublications/orgpsy2019/contents/Burtsev> (дата обращения: 02.11.2021).
6. Всемирная Организация Здравоохранения. Европейское региональное бюро [Электронный ресурс]. URL: <http://www.euro.who.int/ru/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/do-you-drink-too-much-test-your-own-alcohol-consumption-with-the-audit-test/take-the-audit-test-now> (дата обращения: 03.11.2021).
7. *Клебельсберг Д.* Транспортная психология. М.: Транспорт, 1989. 367 с.
8. *Кондратьев М.Ю., Кочетова Т.В.* «Traffic psychology»: от прикладных исследований к методологии комплексного изучения современной дорожно-транспортной среды // Сборник материалов международной научно-практической конференции, 28-30 июня 2012 г. 2-е изд., испр. и доп. СПб., 2012. С. 119–122.
9. *Кочетова Т.В., Мейнхард Г.* Методика оценки рискованного дорожного поведения водителей: апробация на российской выборке // Социальная психология и общество. 2020. Том 11. № 3. С. 196–210. DOI:10.17759/sps.2020110313
10. *Левин К.* Теория поля в социальных науках. СПб.: Речь, 2000. 365 с.

11. *Мейнхард Г., Каарт Т., Кочетова Т.В.* Опыт апробации модели диагностики водителей, склонных к рискованному вождению (эстонская и российская выборки) // Социальная психология и общество. 2018. Том 9. № 4. С. 119–133. DOI:10.17759/sps.2018090411
12. *Плотникова М.А.* Практико-ориентированные исследования психологии дорожного движения (по материалам зарубежных публикаций) // Социальная психология и общество. 2018. Том 9. № 4. С. 108–118. DOI:10.17759/sps.2018090410
13. *Харченко М.А., Плотникова М.А.* Формирование установок безопасного вождения у начинающих водителей // Экспериментальная психология. 2020. Том 13. № 4. С. 180–191. DOI:10.17759/expsy.2020130413
14. Сведения о показателях состояния безопасности дорожного движения РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://stat.gibdd.ru> (дата обращения: 01.11.2022).
15. Стратегия безопасности дорожного движения в Российской Федерации на 2018–2024 годы [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/31102> (дата обращения: 03.11.2021).
16. *Alcañiza M., Santolino M., Ramon L.* Drinking patterns and drunk-driving behaviour in Catalonia, Spain: A comparative study // Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior. 2016. Vol. 42. № 3. P. 522–531. DOI:10.1016/j.trf.2016.09.031
17. Assessment of personal resources for safe driving: the principles of medical psychological assessment in Germany / Brenner-Hartmann Ju., Wagner Th., Mubhoff F., Hoffmann-Born H., Lohr-Schwaab S., Seidl J. Bonn: Kirschbaum Verlag GmbH, 2014. 100 p.
18. *Babor T., Higgins-Biddle J., Saunders J., Monteiro M.* AUDIT. The Alcohol Use Disorders Identification Test. Guideline for Use in Primary Care. Geneva: World Health Organization WHO, 2010. 38 p.
19. *Burger M., Brönstrup A., Pietrzik K.* Derivation of tolerable upper alcohol intake levels in Germany: a systematic review of risks and benefits of moderate alcohol consumption // Preventive medicine. 2004. Vol. 39. № 1. P. 111–127.
20. *Gold C., Müller T., Bengler K.* Identification of characteristic parameters for the detection of risky driving behaviour // Proceedings of the 6th International Conference on Driver Behaviour and Training. Helsinki, 2013. P. 28–28.
21. *Ivers R., Senserrick T., Boufous S., Stevenson M., Chen H.Y., Woodward M., Norton R.* Novice drivers' risky driving behavior, risk perception, and crash risk: findings from the DRIVE study // American Journal of Public Health. 2009. Vol. 99. № 9. P. 1638–1644. DOI:10.2105/AJPH.2008.150367
22. *Kochetova T.V.* The Patterns of Drivers' Traffic Behavior: Evidence From Three Countries // Frontiers in Psychology. 2022. 13:869029. DOI:10.3389/fpsyg.2022.869029
23. *Kollbach B., Franke M., Meier J., Destradis Al.* Verkehrsverhaltenslehre für Fahrlehrer I. Hannover: Degener Verlag GmbH, 2018. 147 s.
24. *Lam L.T.* Factors associated with young drivers' car crash injury: Comparisons among learner, provisional, and full licensees // Accident Analysis & Prevention. 2003. Vol. 35. № 6. P. 913–920. DOI:10.1016/S0001-4575(02)00099-4
25. *Lewin K., Lippitt R., White R.K.* Patterns of Aggressive Behavior in Experimentally Created "Social Climates" // The Journal of Social Psychology. 1939. Vol. 10. № 2. P. 269–299. DOI:10.1080/00224545.1939.9713366
26. *Meinhard G.* Evaluation of the effectiveness of a primary preventive program "Clear Picture...!?" to increase traffic safety [Электронный ресурс] // Transactions on Transport: International Scientific Journal for Transport Sciences. URL: <https://tots.upol.cz/corproof.php?tartkey=tot-000000-0044> (дата обращения: 02.11.2021). DOI:10.5507/tots.2019.004
27. *Meinhard G.* "Klare Sicht...!?", Evaluation der Wirksamkeit eines primärpräventiven Programmes zur Erhöhung der Verkehrssicherheit [Электронный ресурс] // Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität zu Bonn. 2018. 141 s. URL: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2019/5589/5589.htm> (дата обращения: 02.11.2021).

28. MTÜ Liikluskäitumise Arenduskeskus [Электронный ресурс]. URL: <https://jkoolitus.eu/site/uudised> (дата обращения: 01.11.2021).
29. *Ranney T.A.* Models of driving behavior: a review of their evolution // *Accident Analysis and Prevention*. 1994. Vol. 26. № 6. P. 733–750.
30. *Rui M.K., Anika J., Ralph H.* Propensity for Risk Taking Across the Life Span and Around the Globe // *Psychological Science*. 2016. Vol. 27. № 2. P. 231–243.
31. *Wilde Gerald J.S.* Social Interaction Patterns in Driver Behavior: An Introductory Review // *Human factors: The journal of human factors and Ergonomic Society*. 1976. Vol. 18. № 5. P. 477–492. DOI:10.1177/001872087601800506

References

1. Analiticheskii material po sostoyaniyu takсомotornoj otrasli v Rossii s tochki zreniya bezopasnosti dorozhnogo dvizheniya / Analiticheskii tsentr pri Pravitel'stve Rossiiskoi Federatsii [Analytical material on the state of the taxi industry in Russia in terms of road safety / Analytical Center under the Government of the Russian Federation]. Available at: <https://ac.gov.ru/files/content/19540/taksi-avariinost-final-2311-pdf.pdf> (Accessed 01.11.2021). (In Russ.).
2. Barinova A.N., Plavinskii S.L., Yanchuk Yu.V., Polovinkina T.A. Skringing na priznaki opasnogo i vrednogo potrebleniya alkogolya u lits, nakhodyashchikhsya v mestakh prinuditel'nogo sozderzhaniya [Screening for signs of dangerous and harmful alcohol consumption of persons who persons held in prison]. *Vestnik Severo-Zapadnogo gosudarstvennogo meditsinskogo universiteta im. I.I. Mechnikova* [Special issue of North-Western State Medical University named after I.I. Mechnikov]. SPb, 2013, pp. 84–91. (In Russ.).
3. Bedina I.A., Burtsev A.A., Kochetova T.V. Osnovnye modeli mediko-psihologicheskoy raboty po profilaktike povtornogo upravleniya transportnym sredstvom v sostojanii op'janeniya (mezhdunarodnyj opyt) [The main models of medical and psychological work on the prevention of repeated driving while intoxicated (international experience)]. *Psihologi i pravo = Psychology and law*, 2022. Vol. 12, no. 1, pp. 2–14. DOI:10.17759/psylaw.2022120101 (In Russ.).
4. Burtsev A.A. Problemy kompleksnoi preventsii upravleniya transportnym sredstvom v sostojanii op'yaneniya: organizatsionno-pravovye, meditsinskie i sotsial'no-psikhologicheskie aspekty [Comprehensive prevention issues of impaired driving: organizational, legal, medical and socio-psychological aspects]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2018. Vol. 9, no. 4, pp. 98–107. DOI:10.17759/sps.2018090409 (In Russ.).
5. Burtsev A.A. Mediko-psikhologicheskie aspekty profilaktiki «opasnogo» vozhdeniya i «p'yanykh» DTP v Rossiiskoi Federatsii [Medical and psychological aspects of prevent of drunk driving accidents in Russia]. Available at: <https://psyjournals.ru/nonserialpublications/orgpsy2019/contents/Burtsev> (Accessed 02.11.2021). (In Russ.).
6. Vsemirnaya Organizatsiya Zdravookhraneniya. Evropeiskoe regional'noe byuro [World Health Organization]. Available at: <http://www.euro.who.int/ru/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/do-you-drink-too-much-test-your-own-alcohol-consumption-with-the-audit-test/take-the-audit-test-now> (Accessed 03.11.2021). (In Russ.).
7. Klebel'sberg D. Transportnaya psikhologiya [Transport Psychology]. Moscow: Transport, 1989. 367 p. (In Russ.).
8. Kondrat'ev M.Yu., Kochetova T.V. “Traffic psychology”: ot prikladnykh issledovaniy k metodologii kompleksnogo izucheniya sovremennoi dorozhno-transportnoi sredy [“Traffic psychology”: from applied research to the methodology of a comprehensive study of the modern road environment]. *Sbornik materialov mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii*, 28–30 iyunya 2012 g. 2-e izd. ispr. i dop. SPb., 2012, pp. 119–122. (In Russ.).
9. Kochetova T.V., Meinhard G. Metodika otsenki riskovannogo dorozhnogo povedeniya voditelei: aprobatsiya na rossiiskoi vyborke [The Method for Evaluation of Driver's Risky Traffic Behaviour: aprobsiya na rossiiskoi vyborke] [The Method for Evaluation of Driver's Risky Traffic Behaviour: aprobsiya na rossiiskoi vyborke]

- Validation in the Russian Sample]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2020. Vol. 11, no. 3, pp. 196–210. DOI:10.17759/sps.2020110313 (In Russ.).
10. Levin K. Teoriya polya v social'nyh naukah [Lewinian Field Theory in Social Sciences]. SPb.: Rech', 2000. 365 p. (In Russ.).
 11. Meinkhard G., Kaart T., Kochetova T.V. Opyt aprobatsii modeli diagnostiki voditelei, sklonykh k riskovannomu vozhdeniyu (estonskaya i rossiiskaya vyborki) [Approbation of the model for evaluation of drivers prone to risky driving (Estonian and Russian samples)]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2018. Vol. 9, no. 4, pp. 119–133. DOI:10.17759/sps.2018090411 (In Russ.).
 12. Plotnikova M.A. Praktiko-orientirovannye issledovaniya psikhologii dorozhnogo dvizheniya (po materialam zarubezhnykh publikatsii) [Practice-oriented researches in the field of Traffic Psychology (according to foreign publications)]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2018. Vol. 9, no. 4, pp. 108–118. DOI:10.17759/sps.2018090410 (In Russ.).
 13. Kharchenko M.A., Plotnikova M.A. Formirovanie ustanovok bezopasnogo vozhdeniya u nachinayushchikh voditelei [Developing Safe Driving Attitudes Among Novice Drivers]. *Ekspertimetal'na psihologi = Experimental Psychology (Russia)*, 2020. Vol. 13, no. 4, pp. 180–191. DOI:10.17759/exppsy.2020130413 (In Russ.).
 14. Svedeniya o pokazatelyakh sostoyaniya bezopasnosti dorozhnogo dvizheniya RF [The information on indicators of the State of Road Safety of the Russian Federation]. Available at: <http://stat.gibdd.ru> (Accessed 01.11.2021). (In Russ.).
 15. Strategiya bezopasnosti dorozhnogo dvizheniya v Rossiiskoi Federatsii na 2018–2024 gody [The Strategy of Road Safety in the Russian Federation for 2018–2024]. Available at: <http://government.ru/docs/31102/> (Accessed 03.11.2021). (In Russ.).
 16. Alcañiza M., Santolino M., Ramon L. Drinking patterns and drunk-driving behaviour in Catalonia, Spain: A comparative study. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behavior*, 2016. Vol. 42, no. 3, pp. 522–531. DOI:10.1016/j.trf.2016.09.031
 17. Assessment of personal resources for safe driving: the principles of medical psychological assessment in Germany / Brenner-Hartmann Ju., Wagner Th., Mubhoff F., Hoffmann-Born H., Lohr-Schwaab S., Seidl J. Bonn: Kirschbaum Verlag GmbH, 2014. 100 p.
 18. Babor T., Higgins-Biddle J., Saunders J., Monteiro M. AUDIT. The Alcohol Use Disorders Identification Test. Guideline for Use in Primary Care. Geneva: World Health Organization WHO, 2010. 38 p.
 19. Burger M., Brönstrup A., Pietrzik K. Derivation of tolerable upper alcohol intake levels in Germany: a systematic review of risks and benefits of moderate alcohol consumption. *Preventive medicine*, 2004. Vol. 39, no. 1, pp. 111–127.
 20. Gold C., Müller T., Bengler K. Identification of characteristic parameters for the detection of risky driving behaviour. *Proceedings of the 6th International Conference on Driver Behaviour and Training*, 2013. Helsinki, 2013, pp. 28–28.
 21. Ivers R., Senserrick T., Boufous S., Stevenson M., Chen H.Y., Woodward M., Norton R. Novice drivers' risky driving behavior, risk perception, and crash risk: findings from the DRIVE study. *American Journal of Public Health*, 2009. Vol. 99, no. 9, pp. 1638–1644. DOI:10.2105/AJPH.2008.150367
 22. Kochetova T.V. The Patterns of Drivers' Traffic Behavior: Evidence From Three Countries. *Frontiers in Psychology*, 2022. 13:869029. DOI:10.3389/fpsyg.2022.869029
 23. Kollbach B., Franke M., Meier J., Destradis Al. Verkehrsverhaltenslehre für Fahrlehrer I. Hannover: Degener Verlag GmbH, 2018. 147 p.
 24. Lam L.T. Factors associated with young drivers' car crash injury: Comparisons among learner, provisional, and full licensees. *Accident Analysis & Prevention*, 2003. Vol. 35, no. 6, pp. 913–920. DOI:10.1016/S0001-4575(02)00099-4

25. Lewin K., Lippitt R., White R.K. Patterns of Aggressive Behavior in Experimentally Created “Social Climates”. *The Journal of Social Psychology*, 1939. Vol. 10, no. 2, pp. 269–299. DOI:10.1080/00224545.1939.9713366
26. Meinhard G. Evaluation of the effectiveness of a primary preventive program “Clear Picture...!?” to increase traffic safety. *Transactions on Transport: International Scientific Journal for Transport Sciences*. DOI:10.5507/tots.2019.004 Available at: <https://tots.upol.cz/corproof.php?tartkey=tot-000000-0044> (Accessed 02.11.2021).
27. Meinhard G. “Klare Sicht...!?”, Evaluation der Wirksamkeit eines primärpräventiven Programmes zur Erhöhung der Verkehrssicherheit. Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität zu Bonn, 2018. 141 p. Available at: <http://hss.ulb.uni-bonn.de/2019/5589/5589.htm> (Accessed 02.11.2021).
28. MTÜ Liikluskäitumise Arenduskeskus. Available at: <https://jkoolitus.eu/site/uudised> (Accessed 01.11.2021).
29. Ranney T.A. Models of driving behavior: a review of their evolution. *Accident Analysis and Prevention*, 1994. Vol. 26, no. 6, pp. 733–750.
30. Rui M.K., Anika J., Ralph H. Propensity for Risk Taking Across the Life Span and Around the Globe. *Psychological Science*, 2016. Vol. 27, no. 2, pp. 231–243.
31. Wilde Gerald J.S. Social Interaction Patterns in Driver Behavior: An Introductory Review. *Human factors: The journal of human factors and Ergonomic Society*, 1976. Vol. 18, no. 5, pp. 477–492. DOI:10.1177/001872087601800506

Информация об авторах

Мейнхард Г., доктор психологии, управляющий партнер, руководитель Центра формирования безопасного поведения водителей, г. Тарту, Эстония, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5607-5341>, e-mail: gunnar.meinhard@gmail.com

Кочетова Т.В., кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0746-680X>, e-mail: kochetovatv@gmail.com

Information about the authors

Gunnar Meinhard, Doctor of Psychology, Managing Partner, Head, TMÜ “Trafity OÜ”, Tartu, Estonia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5607-5341>, e-mail: gunnar.meinhard@gmail.com

Tatiana V. Kochetova, PhD in Psychology, Assisting Professor at the Chair of Management Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0746-680X>, e-mail: kochetovatv@gmail.com

Получена 04.11.2021

Received 04.11.2021

Принята в печать 25.01.2023

Accepted 25.01.2023

КРИТИКА И БИБЛИОГРАФИЯ CRITIQUE AND BIBLIOGRAPHY

Цифровизация информационной среды в контексте экопсихологической модели становления субъектности

Рецензия на монографию:

Становление субъектности учащегося и педагога:
экопсихологическая модель / Под ред. В.И. Панова.
М.: ПИ РАО; СПб.: Нестор-История, 2018. 304 с.

Панов В.И., Патраков Э.В. Цифровизация информационной
среды: риски, представления, взаимодействия: монография.
М.: ФГБНУ «Психологический институт РАО»;
Курск: «Университетская книга», 2020. 199 с.

Панюкова Ю.Г.

**ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»);
ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет –
МСХА имени К.А. Тимирязева» (ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1840-4559>, e-mail: apanukov@mail.ru**

Рецензируемые монографии ориентируют читателя на размышления о психологических закономерностях взаимодействия индивида и среды. Классическая для психологической науки проблема получает осмысление в формате экопсихологической модели становления субъектности. Репрезентированы онтологические основания модели, выделены динамические (процессуальные) и содержательные (формальные) характеристики экопсихологической модели становления субъектности. Определены и систематизированы типы взаимодействия в системе «индивид – среда». В контексте экопсихологической модели становления субъектности рассмотрен феномен цифровизации образовательной среды, обозначены теоретические и эмпирические ракурсы анализа рисков цифровизации образовательной среды, представлений педагогов, родителей и старшеклассников о рисках цифровизации образовательной среды, проанализированы типологические особенности взаимодействия индивида с цифровой образовательной средой.

Ключевые слова: экопсихологическая модель, становление субъектности, психология среды, субъект, среда, цифровая среда, риски, типы взаимодействия в системе «индивид – цифровая среда».

Для цитаты: Панюкова Ю.Г. Цифровизация информационной среды в контексте экопсихологической модели становления субъектности // Социальная психология и общество. 2023. Том 14. № 1. С. 222–227. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140113>

Digitalization of the Information Environment in the Context of the Ecopsychological Model of the Formation of Subjectivity

Review of monographs:

Formation of the subjectivity of the student and the teacher: ecopsychological model. In V.I. Panov (eds.). Moscow: PI RAO; St. Petersburg: Nestor-Istoriya, 2018. 304 p.

Panov V.I., Patrakov E.V. Digitalization of the information environment: risks, representations, interactions: monograph.

Moscow: FSBNU "Psychological Institute of RAO";

Kursk: "University Book", 2020. 199 p.

Yulia G. Panyukova

Psychological Institute of the Russian Academy of Education; Russian State Agrarian University – Timiryazev Moscow Agricultural Academy, Moscow, Russia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1840-4559>, e-mail: apanukov@mail.ru

Peer-reviewed monographs orient the reader to reflections on the psychological patterns of interaction between the individual and the environment. The problem, which is classical for psychological science, receives comprehension in the format of an ecopsychological model of the formation of subjectivity. The ontological foundations of the model are represented, the dynamic (procedural) and substantive (formal) characteristics of the ecopsychological model of the formation of subjectivity are allocated. The types of interaction in the system "individual – environment" have been determined and systematized. In the context of the ecopsychological model of the formation of subjectivity, the phenomenon of digitalization of the educational environment is considered, theoretical and empirical angles of analysis of the risks of digitalization of the educational environment, the ideas of teachers, parents and high school students about the risks of digitalization of the educational environment are indicated, the typological features of the individual's interaction with the digital educational environment are analyzed.

Keywords: *ecopsychological model, formation of subjectivity, psychology of the environment, subject, environment, digital environment, risks, types of interaction in the system "individual – digital environment".*

For citation: Panyukova Y.G. Digitalization of the Information Environment in the Context of the Ecopsychological Model of the Formation of Subjectivity. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2023. Vol. 14, no. 1, pp. 222–227. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2023140113> (In Russ.).

Что такое «экопсихологическая модель становления субъектности» и какими новыми смыслами может быть наполнена психологическая интерпретация проблемы цифровизации информационной среды, если эта интерпретация будет предпринята в контексте экопсихологической модели становления субъектности? Размышления по поводу сформу-

лированных вопросов актуализируются и одновременно структурируются в некоторую последовательность методологически обоснованных тезисов, если обратиться к двум монографическим исследованиям. Во-первых, речь идет о монографии под редакцией В.И. Панова, посвященной теоретическим и эмпирическим аспектам становления

субъектности учащихся и педагогов в формате экопсихологической модели [4]. Во-вторых, это монография В.И. Панова и Э.В. Патракова, предметом анализа в которой является цифровизация информационной среды [3].

Если двигаться к истокам выбранного нами «фона», то, когда речь идет о феномене «экопсихологического», безусловно, возникает необходимость хотя бы краткого комментария по поводу современного тренда в психологии — психологии среды или *environmental psychology*, самостоятельной отрасли, ориентированной на анализ функционирования психического во взаимодействии со средой. Даже беглый обзор исследований в области психологической проблематики взаимодействия человека и среды практически моментально «подбрасывает» актуальные для нас «сюжеты», где подчеркивается, что созданная человеком среда включает не только здания, парки и улицы, но эта среда также включает интернет, виртуальную реальность, гаджеты и многое другое... [5]. А дальше мы встречаемся с «океаном» исследовательских подходов, каждый из которых ориентирован на решение как теоретических, так и прикладных задач.

Один из оригинальных отечественных авторских исследовательских проектов с серьезным методологическим опытом, системой теоретических положений и богатой эмпирикой реализован в представленных читателю монографиях. Попробуем репрезентировать основные смысловые единицы текстов, которые составляют содержание анализируемых работ.

В качестве наиболее глобального как с методологической точки зрения, так и в плане теоретических основ операционализации проблемы можно выделить «фрагмент», то есть главу, подготовленную В.И. Пановым и посвященную

теоретическому обоснованию экопсихологической (онтологической) модели становления субъектности [1]. На наш взгляд, смыслообразующими в определении специфики экопсихологического подхода в понимании психического, согласно В.И. Панову, являются несколько тезисов. Во-первых, «психика характеризуется изначально присущей ей субстанциональностью, ... которая при наличии определенных условий (взаимодействие с окружающей средой) проявляется в разных видах психической активности, опосредствующих взаимодействие индивида с окружающей средой» [1, с. 67]. Во-вторых, «развитие психики ... происходит как процесс становления конкретных форм ее проявления, которые обеспечивают (опосредуют) взаимодействие их субъекта с окружающей средой» [1, с. 67]. В-третьих, «обретение психикой актуальной формы существования в виде разных видов психической активности и разных уровней ее реализации ... происходит как порождающий процесс из “бытия в возможности” в “бытие в действительности” ... посредством взаимодействия индивида с внешней (окружающей) и внутренней (ментальной) средой» [1, с. 67]. Структурирование смыслов, составляющих содержание представленных тезисов, позволяет В.И. Панову определить, что «в качестве методологического основания экопсихологического подхода к развитию психики выступают системное отношение “индивид — среда (внешняя, внутренняя)” и типы взаимодействия между компонентами этого отношения» [1, с. 68].

Таким образом, в качестве «узловых» моментов экопсихологической модели становления субъектности выделяются взаимодействие индивида со средой как онтологическое основание для анализа проявлений психического; «порожда-

ющий» процесс перехода психического от «бытия в возможности» к «бытию в действительности» как процессуальная составляющая и описание форм существования психического. На основе выделенного онтологического основания, описания процессуальных и формальных особенностей репрезентации психического в фокусе экопсихологического «взгляда» предлагается положение о «типах» взаимодействия в системе «индивид — среда». С точки зрения В.И. Панова, экопсихологическая типология, включающая 6 базовых типов взаимодействия в системе «индивид — среда» (объект-объектный, субъект-объектный, объект-субъектный, субъект-обособленный, субъект-порождающий и субъект-совместный), имеет универсальный характер и может квалифицировать взаимодействия индивида с различными видами среды, в том числе и информационной.

Если одной гранью репрезентации экопсихологической модели становления субъектности является обращение к операционализации феномена «экопсихологическое взаимодействие», то вторая грань — это осмысление конструкта «субъектность» в интересующем нас фокусе. Обращаем внимание читателя, что в монографии под редакцией В.И. Панова теоретическому осмыслению феномена субъектности посвящены две главы: глава 1 «Некоторые историко-философские предпосылки понятия субъект и субъектность» (Ш.Р. Хисамбеев) и глава 2 «Теоретические подходы к пониманию субъектности» (В.И. Панов). Обстоятельные аналитические тексты, посвященные историографическому и содержательному анализу феномена субъектности в отечественной и зарубежной научной мысли, в том числе в психологии, ориентируют читателя на размышления, связанные со спецификой понимания

субъектности в контексте экопсихологической модели. Можно предположить, что один из векторов размышления по поводу этой специфики может быть определен вопросом, сформулированным В.И. Пановым: «возможно ли разработать новый подход к пониманию субъектности, в рамках которого предметом изучения субъектности стали бы такие особенности ее становления, которые не зависят от модальности (двигательная, когнитивная, речевая, трудовая и т.д.), от предметного содержания субъектных качеств индивида и их развития, а также от субъективного выбора личностных качеств, характеризующих субъектность и ее развитие?» [1, с. 48]. Отвечая на этот вопрос, В.И. Панов рассматривает субъектность в онтологическом контексте — как становление способности индивида быть субъектом психической активности в континууме «субъект спонтанного действия — субъект произвольного, продуктивного действия». При этом происходит последовательная трансформация способности быть субъектом мотивационной активности (субъект потребности) и далее — в субъекта перцептивной активности («наблюдатель»), в субъекта репродуктивной активности («подмастерье»), в субъекта учебной активности («ученик»), в субъекта произвольной активности («мастер») и в субъекта продуктивной активности («творец», «учитель», «тренер»). Описанию результатов эмпирических исследований, реализованных в формате «онтологической парадигмы», акцентирующей внимание на «способности индивида становиться и быть субъектом взаимодействия в системе “индивид — окружающая среда”» [4, с. 75] или экопсихологической модели становления субъектности, посвящено значительное количество глав монографии. Следует добавить, что в последние

годы последовательность выделенных стадий была уточнена: после стадии «ученик» идет стадия «критик», затем стадии «мастер» и «творец» [2].

До сих пор предметом нашего анализа был «контекст», связанный с описанием некоторых методологических «условий», предоставляющих возможность для исследования взаимодействия субъекта с определенной средой. Сейчас мы обратимся к попытке исследователей репрезентировать феномен цифровизации информационной среды из ракурса эконсихологической модели становления субъектности [3]. Масштабная с точки зрения выбранных векторов эмпирической валидации феномена цифровизации образовательной среды работа отличается теоретико-методологической оригинальностью, поскольку в качестве основания для эмпирического исследования используется разработанная В.И. Пановым типология субъект-средовых взаимодействий применительно к цифровой образовательной среде. Обзор представленных в монографии эмпирических исследований с участием отечественных и зарубежных респондентов демонстрирует, что в сферу анализа цифровизации образовательной среды в контексте эконсихологической модели развития субъектности попадают такие феномены, как риски цифровизации образовательной среды (глава 2), представления педагогов, родителей и стар-

шекласников о рисках взаимодействий с цифровой образовательной средой (глава 3), а также варианты взаимодействий в системе «индивид — цифровая образовательная среда» с учетом типов взаимодействий: от «объект-объектного» и далее — к «субъект-порождающему» (глава 4).

Обобщая размышления о содержании анализируемых монографий и возвращаясь к вопросам как о специфике эконсихологической модели становления субъектности, так и о возможностях академической рефлексии по поводу цифровизации образовательной среды из фокуса представленной модели, можно вернуться к тезису, сформулированному В.И. Пановым, о том, что «в научной психологии мы изучаем не психику в непосредственной форме ее существования как таковую, а именно разнообразные ее проявления (частичные феномены), в которые она “облачена” в зависимости от способа полагания, присущего тому или иному способу исследовательского мышления» [1, с. 66]. В связи с этим представленная исследователями эконсихологическая модель становления субъектности может рассматриваться в качестве одного из методологических вариантов, позволяющих «строить изучение разных психологических феноменов с единых методологических позиций — как разных проявлений единой по своей природе психики» [1, с. 66].

Литература

1. *Панов В.И.* Теоретическое обоснование эконсихологической (онтологической) модели становления субъектности // Становление субъектности учащегося и педагога: эконсихологическая модель / Под ред. В.И. Панова. М.: ПИ РАО; СПб.: Нестор-История, 2018. С. 61–89.
2. *Панов В.И.* Субъектность педагога в условиях цифровизации образования: эконсихологический аспект. Глава 6. // Педагог в контексте личностного и профессионального развития: реальность и перспективы. Коллективная монография / Под ред. Л.М. Митиной. М.: ПИ РАО, 2022. С. 63–72.

3. Панов В.И., Патраков Э.В. Цифровизация информационной среды: риски, представления, взаимодействия: монография. М.: ПИ РАО; Курск: «Университетская книга», 2020. 199 с.
4. Становление субъектности учащегося и педагога: экопсихологическая модель / Под ред. В.И. Панова. М.: ПИ РАО; СПб.: Нестор-История, 2018. 304 с.
5. Frick V., Hamburg A., R derer K., Hofman M. Psychology of the digital environment: digitalization, environmental protection and environmental design [Electronic resource]. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/357971108_Psychology_of_the_digital_environment_digitalization_environmental_protection_and_environmental_design (дата обращения: 25.02.2023).

References

1. Panov V.I. Teoreticheskoe obosnovanie ekopsikhologicheskoi (ontologicheskoi) modeli stanovleniya sub"ektnosti [Theoretical substantiation of the ecopsychological (ontological) model of the formation of subjectivity]. In V.I. Panov (ed.). *Stanovlenie sub"ektnosti uchashchegosya i pedagoga: ekopsikhologicheskaya model'* [Formation of student and teacher subjectivity: ecopsychological model]. Moscow: PI RAO; Saint-Petersburg: Nestor-Istoriya, 2018, pp. 61–89. (In Russ.).
2. Panov V.I. Sub"ektnost' pedagoga v usloviyakh tsifrovizatsii obrazovaniya: ekopsikhologicheskii aspekt. Glava 6. [The subjectivity of the teacher in the conditions of digitalization of education: the eco-psychological aspect. Chapter 2]. In L.M. Mitina (ed.). *Pedagog v kontekste lichnostnogo i professional'nogo razvitiya: real'nost' i perspektivy: Kollektivnaya monografiya* [Teacher in the context of personal and professional development: reality and prospects: Collective monograph]. Moscow: PI RAO, 2022, pp. 63–72. (In Russ.).
3. Panov V.I., Patrakov E.V. Tsifrovizatsiya informatsionnoi sredy: riski, predstavleniya, vzaimodeystviya: monografiya [Digitalization of the information environment: risks, ideas, interactions: monograph]. Moscow: PI RAO; Курск: "Universitetskaya kniga", 2020. 199 p. (In Russ.).
4. Stanovlenie sub"ektnosti uchashchegosya i pedagoga: ekopsikhologicheskaya model' [Formation of student and teacher subjectivity: ecopsychological model]. In V.I. Panov (eds.). Moscow: PI RAO; Saint-Petersburg: Nestor-Istoriya, 2018. 304 p. (In Russ.).
5. Frick V., Hamburg A., R derer K., Hofman M. Psychology of the digital environment: digitalization, environmental protection and environmental design [Electronic resource]. 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/357971108_Psychology_of_the_digital_environment_digitalization_environmental_protection_and_environmental_design (Accessed 25.02.2023).

Информация об авторах

Панюкова Юлия Геннадьевна, доктор психологических наук, ведущий научный сотрудник, ФГБНУ «Психологический институт РАО» (ФГБНУ «ПИ РАО»); профессор, ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К.А. Тимирязева» (ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1840-4559>, e-mail: apanukov@mail.ru

Information about the authors

Yulia G. Panukova, Doctor of Psychology, Leading Researcher, Psychological Institute of the Russian Academy of Education; Professor, Russian State Agrarian University — Timiryazev Moscow Agricultural Academy, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1840-4559>, e-mail: apanukov@mail.ru

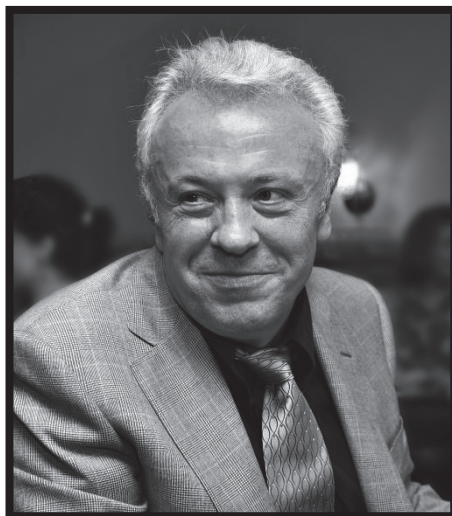
Получена 06.03.2023

Принята в печать 10.03.2023

Received 06.03.2023

Accepted 10.03.2023

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ
SCIENTIFIC LIFE



Светлой памяти Александра Ивановича Донцова
15.10.1949 — 08.03.2023

In Memory of A.I. Dontsov
15.10.1949 — 08.03.2023

On March 12, 2023, we said goodbye to our colleague, friend and teacher Alexander Ivanovich Dontsov.

12 марта 2023 года мы попрощались с нашим коллегой, другом, учителем Александром Ивановичем Донцовым. Это происходило в храме мученицы Татианы при МГУ. Я всегда огорчалась, что это здание, в котором долгое время находился ДК МГУ, было возвращено церкви. Но 12 марта я почувствовала значимость этого действия. Отпевание человека, всю свою жизнь связанного с Университетом, именно в этом храме показалось мне знаковым и очень правильным.

Я пришла на кафедру социальной психологии сразу после окончания факультета. Александр Иванович Донцов был ассистентом кафедры, моим преподавателем. Но очень быстро стал для меня, как и для многих других, Саней, Санечкой. Регалии Александра Ивановича известны всем — Академик РАО, профессор, доктор наук и так далее и так далее. Но одновременно с этим он оставался для меня Сашей — веселым, доброжелательным, всегда готовым помочь, поддержать. Эта эмоциональная открытость людям всегда сочеталась в нем с очень серьезным и глубоким отношением к профессии. Многие проблемы социальной психологии оказывались в поле его внимания. Среди них проблемы малой группы и коллектива, исследования сплоченности, социальных представлений, затем психологические проблемы мифа, феномен зависти. Не так давно А.И. Донцов вернулся к вопросам малой группы в книге «Родословная советского коллектива», которую написал вместе с сыном Дмитрием Донцовым (кандидатом психологических наук), но вопрос ставился совершенно по-новому: «Какую роль в динамике коллективообразования играли культурно-исторические события российской общественной жизни?». И наконец, последняя его книга, вышедшая в 2022 году — «Судьба: психология мифа». А еще более сотни диссертационных и дипломных работ, выполненных его учениками по самому широкому спектру проблем. Александр Иванович славился четкостью и жесткостью своих оценок при обсуждении работ коллег. Но после легкой оторопи и по прошествии времени всегда становилось понятным, насколько он был прав. Как серьезно он подходил к задачам других, как по-настоящему вникал в проблему! Огромное количество друзей, коллег, учеников благодарны ему за помощь!

А.И. Донцов был центром коммуникационной сети социальных психологов в нашей стране. Благодаря Александру Ивановичу взаимодействие между различными вузами, факультетами психологии разных городов, между фундаментальной наукой и практическими организациями реализовывалось, причем эффективно.

Александр Иванович Донцов, Санечка, Саша! Твое место на кафедре навсегда останется твоим! Нам тебя не хватает! И ты всегда с нами.

*Е.М. Дубовская, кандидат психологических наук,
доцент кафедры социальной психологии
ФГБОУ ВО МГУ имени М.В. Ломоносова,
член редколлегии журнала «Социальная психология и общество»*

Александр Иванович Донцов много лет являлся председателем редакционного совета журнала «Социальная психология и общество». Редакционная коллегия и редакционный совет журнала глубоко скорбят о кончине нашего коллеги, большого ученого и замечательного человека.

АДРЕС РЕДАКЦИИ

Бюро в России
127051 Москва, ул. Сретенка, 29, к. 207
Тел.: +7 (495) 608-16-27
+7 (495) 632-95-44
Факс +7 (495) 632-95-44
e-mail: spas2010@mgppu.ru



Подписка на журнал

По объединенному каталогу «Пресса России» Индекс – 22209
Сервис по оформлению подписки на журнал
<https://www.pressa-rf.ru>
Интернет-магазин периодических изданий «Пресса по подписке»
www.akc.ru

Редакционно-издательский отдел МГППУ

123390 Москва, Шелепихинская наб., 2А, к. 409
Тел. +7 (499) 244-07-06 (доб. 233)
e-mail: k-409rio@list.ru
Корректор *А.А. Буторина*
Компьютерная верстка: *М.А. Баскакова*

EDITORIAL OFFICE ADDRESS:

Russian office:
Sretenka st., 29, office 207
Moscow, Russia, 127051
Phone: +7(495) 608-16-27
+7(495) 632-95-44
fax: +7(495) 632-95-44
e-mail: spas2010@mgppu.ru



Subscription to the journal

According to the united catalogue “Press of Russia” Index – 22209
Service on subscription to the journal
<https://www.pressa-rf.ru>
Internet-shop of periodical editions “Subscription press”
www.akc.ru

MSUPE Editorial and publishing department

123390, Moscow, Shelepikhinskaya nab., 2A, office 409
Tel.: +7(499) 244-07-06 (ext. 233)
e-mail: k-409rio@list.ru
Technical editor *А.А. Буторина*
Maker-up *М.А. Баскакова*