

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ /
SOCIOLOGY OF CULTURE<https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.033.202502.335-353>EDN: <https://elibrary.ru/zodnnd>

УДК / UDC 316:008:355.2

<http://regionsar.ru>

ISSN 2413-1407 (Print)

ISSN 2587-8549 (Online)

Оригинальная статья / Original article

Культурная мобилизация в период проведения
специальной военной операции: как «новая» этика
меняет «старые» привычкиН. В. Жадунова¹Е. А. Коваль^{1,2} ✉С. Г. Ушкин^{3,4}А. А. Сычев^{1,5}¹ Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарёва (г. Саранск, Российская Федерация)² Средне-Волжский институт (филиал)
Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России)
(г. Саранск, Российская Федерация)³ Научный центр социально-экономического мониторинга
(г. Саранск, Российская Федерация)⁴ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)
(г. Москва, Российская Федерация)⁵ Институт науки и технологии СРМ (г. Ченнаи, Индия)✉ nwifesc@yandex.ru

Аннотация

Введение. В России после начала специальной военной операции (СВО) на Украине ускорились масштабные трансформации, затронувшие все сферы деятельности, в том числе практики культурного потребления. Ряд персон, занятых в креативных профессиях, публично поддержали или, напротив, осудили происходящее, что повлияло на их восприятие представителями власти и согражданами. Однако отношение к авторам и исполнителям тесно взаимосвязано с отношением к объектам культурного потребления, которые они производят. Данное исследование предпринято с целью выяснить, каким образом меняются (и меняются ли) культурные предпочтения людей (на уровне отдельно взятого региона) в период проведения СВО. Необходимость и значимость работы обусловлена как появлением нового ракурса проблемы культурного потребления, связанного с СВО, так и малочисленностью исследований на эту тему.

Материалы и методы. Исследование проводилось с сентября по ноябрь 2024 г. в Республике Мордовия методом анкетирования, реализуемого на платформе «Яндекс. Формы». Всего было опрошено 370 жителей региона из более чем 80 населенных пунктов. Квотная выборка репрезентирует население по полу, возрасту и месту проживания. Исследование носит разведывательный характер.

Результаты исследования. В условиях ведения СВО большинство опрошенных сохранили культурные предпочтения; каждый четвертый заявил об их изменении. Менее устойчивые практики

© Жадунова Н. В., Коваль Е. А., Ушкин С. Г., Сычев А. А., 2025

Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

культурного потребления характерны для людей старшего возраста, пенсионеров с низким доходом; более устойчивые – для молодежи, проживающей в столице региона, а также для лиц с высоким уровнем образования и доходов. Выделены три кластера, позволяющих идентифицировать участников исследования в зависимости от их отношения к текущей ситуации в сфере культурного потребления: либеральный, конформистский и консервативный. Либеральный объединяет выступающих против цензуры и излишнего государственного контроля. В консервативном кластере представлены сторонники разумных ограничений свободы слова, необходимости поддерживать деятелей, демонстрирующих патриотические убеждения, и отменять тех, кто признан иностранным агентом (иноагентом). Конформистский кластер составили респонденты с наименее устойчивыми привычками культурного потребления, ориентированные на те нарративы, которые связаны с сохранением и воспроизводством традиционных ценностей и продвигаются государством.

Обсуждение и заключение. Культурное потребление коррелирует с уровнем экономического и культурного институционализированного капитала. Изменения культурного потребления в условиях напряженности происходят преимущественно по признаку совпадения или несовпадения политических убеждений потребителя и производителя культурного продукта. Наиболее значимый фактор, влияющий на культурное потребление в условиях ведения СВО, – официальная информационная повестка, транслируемая государством. Полученные результаты могут быть полезны для управленцев, ответственных за формирование и реализацию культурной политики.

Ключевые слова: потребление, культурное потребление, «новая» этика, культура отмены, культурные предпочтения, культурный продукт, внешнеполитическая напряженность

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект № 23-28-01167 ««Новая этика»: культурные основания и нормотворческие перспективы», <https://www.rscf.ru/project/23-28-01167/>)

Для цитирования: Жадунова Н.В., Коваль Е.А., Ушкин С.Г., Сычев А.А. Культурная мобилизация в период проведения специальной военной операции: как «новая» этика меняет «старые» привычки. *Регионоведение*. 2025;33(2):335–353. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.033.202502.335-353>

Cultural Mobilization During the Special Military Operation: How “New” Ethics Changes “Old” Habits

N. V. Zhadunova^a, E. A. Koval^{a,b} ✉, S. G. Ushkin^{c,d}, A. A. Sychev^{a,e}

^a National Research Mordovia State University (Saransk, Russian Federation)

^b Middle-Volga Institute (Branch) of the All-Russian State University of Justice (Saransk, Russian Federation)

^c Scientific Center for Socio-Economic Monitoring (Saransk, Russian Federation)

^d All-Russian Center for Public Opinion Research (Moscow, Russian Federation)

^e SRM Institute of Science and Technology (Chennai, India)

✉ nwifesc@yandex.ru

Abstract

Introduction. In Russia, after the start of the Special Military Operation in Ukraine, large-scale transformations accelerated, affecting all spheres of activity, including cultural consumption practices. A number of people in the creative professions publicly supported or, on the contrary, condemned what was happening, which influenced their perception by government officials and fellow citizens. However, attitudes towards authors and performers are closely related to attitudes towards the objects of cultural consumption they produce. This study was undertaken in order to find out how people’s cultural preferences change (and whether they change) (at the level of a single region) during the period of the Special Military Operation. **Materials and Methods.** The research was conducted from September to November 2024 in the Republic of Mordovia by the method of questionnaire survey, implemented on the “Yandex. Forms” platform. A total of 370 residents of the region from more than 80 settlements were interviewed. The quota sample represents the population by gender, age and place of residence. The research is of an exploratory nature. **Results.** In the context of the Special Military Operation, the majority of respondents maintained their cultural preferences; every fourth stated that they had changed them. Less stable cultural consumption practices are characteristic of older people, pensioners with low incomes; more stable ones are characteristic of young people living in the capital of the region, as well as of people with a high level of education



and income. Three clusters have been identified, allowing participants to be classified according to their attitude toward the current situation in the sphere of cultural consumption: liberal, conformist, and conservative. The liberal cluster unites those who oppose censorship and excessive state control. The conservative cluster includes supporters of reasonable restrictions on freedom of speech, the need to support figures demonstrating patriotic beliefs, and to cancel those who are recognized as foreign agents. The conformist cluster was made up of respondents with the least stable habits of cultural consumption, oriented towards those narratives that are associated with the preservation and reproduction of traditional values and promoted by the state.

Discussion and Conclusion. Cultural consumption correlates with the level of economic and cultural institutionalized capital. Changes in cultural consumption under conditions of tension occur mainly on the basis of coincidence or inconsistency of political beliefs of the consumer and the producer of the cultural product. The most significant factor affecting cultural consumption in the context of the Special Military Operation is the official information agenda broadcast by the state. The obtained results may be useful for managers responsible for the formation and implementation of cultural policy.

Keywords: consumption, cultural consumption, “new” ethics, culture of cancellation, cultural preferences, cultural product, foreign policy tensions

Conflict of interest. The authors declare no conflict of interest.

Funding. The study was supported by the Russian Science Foundation (project No. 23-28-01167, “«New Ethics»: Cultural Foundations and Normative Perspectives”, <https://www.rscf.ru/project/23-28-01167/>)

For citation: Zhadunova N.V., Koval E.A., Ushkin S.G., Sychev A.A. Cultural Mobilization During the Special Military Operation: How “New” Ethics Changes “Old” Habits. *Russian Journal of Regional Studies*. 2025;33(2):335–353. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.129.033.202502.335-353>

Введение. В условиях социальной и политической напряженности мы наблюдаем активную трансформацию привычных социальных практик, которая началась еще во время пандемии коронавирусной инфекции и продолжилась после начала СВО. Подобного рода изменения образуют то, что сегодня принято называть «новой нормальностью»: результат адаптации к кризисным явлениям при общем снижении уровня определенности, возникновение новых, отличающихся от прежних, норм и явлений. В этом ключе достаточно перспективными для анализа выглядят практики культурного потребления, которые, с одной стороны, существенно реже подвергаются глубокому препарированию в отличие от экономического поведения, с другой стороны, должны обладать достаточно жестким каркасом, поскольку реализуются в непубличной, как правило, закрытой для постороннего глаза плоскости.

Культурное потребление можно охарактеризовать с точки зрения двух базовых подходов: оптимистического, где потребление предстает как социальная практика, а потребитель – как автономная, ответственная и проактивная личность, и пессимистического, сосредоточенного на процессах производства и товарообмена, когда потребитель – необходимый, но не значимый, инертный элемент системы [1: 91]. Мы придерживаемся первого подхода и считаем, что результат культурного творчества представителей креативных профессий можно рассматривать в качестве продукта [2: 127], производство которого приносит прибыль.

Если типовой, неиндивидуализированный, продукт (например, конвейерное производство автомобилей, бытовой техники, одежды и т. п.), как правило, легко отчуждается от своего создателя, то продукт, произведенный представителями креативных профессий, всегда уникален и тесно связан с личностью автора или исполнителя. Поэтому отношение к последним может переноситься и на продукт. (Продукт в данном случае мы трактуем максимально широко: музыкальное, литературное, кинематографическое и иное произведение, имеющее культурную

ценность и ставшее доступным аудитории, вовлеченной в культурное потребление.) Позитивное отношение к представителям креативных профессий может интенсифицировать потребление производимого ими продукта, а негативное – привести к отказу даже от привычных потребительских практик (постоянного прослушивания любимых музыкальных треков, пересматривания фильмов, чтения произведений полюбившихся авторов и т. д.).

Существенное влияние на отношение к представителям креативных профессий и опосредованно к продукту, который они производят, оказывают ситуации конфликтности, требующие особой собранности, готовности к определенным действиям, ожидаемым, как минимум, от референтной группы, смены старых привычек, если это необходимо для достижения общих высоких целей. К таким ситуациям в полной мере можно отнести и СВО.

Цель настоящего исследования заключается в поиске теоретических оснований для практик культурного потребления населения в условиях повышенной геополитической напряженности на примере отдельно взятого региона. Выбранный субъект – Мордовия – по ряду признаков типичен, отражает усредненные мнения населения¹ России.

Нами выделены две следующие рабочие гипотезы.

H1. Чем выше уровень культурного и экономического капитала, тем устойчивее культурные предпочтения, и наоборот.

H2. Чем сильнее идеологизирована личность, тем в большей степени на ее культурные предпочтения будет влиять позиция ближайшего окружения.

Обзор литературы. Несмотря на обилие исследований культурных предпочтений и практик культурного потребления, они, как правило, касаются выяснения структуры и типов потребления, мотивов формирования культурных предпочтений, интенсивности и социальных предикторов культурного потребления [3]. Реже внимание уделяется глобальным процессам, трансформирующим не только социальные практики, но и их ценностно-нормативные основания. К ним относятся ситуации и процессы, характеризующиеся высоким уровнем конфликтности, возникновением и усилением межгосударственных, межгрупповых, внутригрупповых, межличностных разногласий, что сопровождается расширением пространства морально значимого выбора (свой/чужой, легитимный/нелегитимный, справедливый/несправедливый и пр.). Исследование является попыткой восполнить пробел в области изучения трансформации практик культурного потребления в условиях напряженности.

Фиксируя наличие или отсутствие изменений символической ценности и мотивов, влияющих на эти процессы, мы можем сделать определенные выводы о трансформациях потребления, не пытаясь присваивать культурным продуктам рейтинги, вменяя респондентам лишь исследовательские вкусы и предпочтения.

Большую роль в современной риторике культурного потребления играет понятие «иноагент», которое можно рассмотреть в контексте бодрийеровской «генеалогии враждебности». В частности, выделяются четыре способа нападения и защиты, обозначенные метафорами «волки», «крысы», «тараканы» и «вирусы». В этой аналитической конструкции иноагенты могут быть отнесены к «волкам»,

¹ Республика Мордовия глазами социологов : науч. справ. / 2-е изд., перераб. и расш. Саранск : Научный центр социально-экономического мониторинга, 2024. 480 с.



открытым противникам, от которых можно защищаться, возводя укрепления и стены (в данном случае метафорически, поскольку укрепления и стенами являются законы)². Впрочем, важно понимать, что способы нападения и защиты эффективны, только если враг (или чужак) легко идентифицируется и обладает выраженными негативными качествами.

Отказаться от старых паттернов поведения сложно, поскольку изначально они не несут в себе негативности, а напротив, обладают (в некоторых случаях даже излишней) позитивностью. Например, песни (а также фильмы, книги, картины и т. д.) иноагентов могут наделяться символическими значениями, связываться с яркими событиями в жизни людей. Поэтому здесь мы наблюдаем борьбу не просто с «волками», действующими в русле диалектики негативности, но с нейрональным насилием, в котором Б.-Ч. Хан видит причину усталости современного общества, вызванной переизбытком позитивности³. Иначе говоря, мы имеем дело с когнитивным диссонансом, когда личные и общественные установки противоречат друг другу, а позитивное заменяется негативным, и наоборот.

Применение к обозначенной проблеме риторики «новой этики» позволяет апеллировать, в первую очередь, к понятию «культура отмены» – публичному осуждению известных деятелей, демонстрирующих ненормативное поведение, которое идет вразрез со смысложизненными ценностями инициаторов отмены. В англоязычной среде оно впервые стало активно употребляться в 2015 году в Интернет-сообществе Black Twitter, где общались сторонники борьбы с расистским и женоненавистническим дискурсами [4: 2].

Хотя понятие «культура отмены» используется в основном в либерально-демократическом дискурсивном пространстве, мы полагаем, что оно универсально и что отменять также могут сторонники традиционных духовно-нравственных ценностей, которые на декларативном уровне отрицают любое содержание, имеющее отношение к технологиям «новой этики». В целом чем сильнее поляризована политическая система, тем чаще обе стороны моральных конфликтов апеллируют к риторике культуры отмены [5].

Мы исходим из того, что в условиях внешнеполитической напряженности люди делятся на тех, кто меняет свои культурные предпочтения в духе «новой этики», пусть и не осознавая это, и тех, кто сохраняет «старые привычки», т. е. сознательно отказывается что-либо менять в практиках культурного потребления. Во втором случае даже мотивы безопасности, не говоря уже о конъюнктурной целесообразности или желании соответствовать ожиданиям релевантного для индивида окружения, не влияют на устойчивые практики. Полагаем, что такая позиция в большей степени характерна для людей с высоким уровнем культурного и экономического капитала.

Культурный капитал, согласно П. Бурдьё, существует в трех формах: воплощенной, объективированной, институционализированной⁴. Последняя, выражаемая

² Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / пер. с франц. Н. Сулова. Екатеринбург : У-Фактория, 2006. С. 94.

³ Хан Б.-Ч. Общество усталости. Негативный опыт в эпоху чрезмерного позитива. М. : АСТ, 2024. С. 35.

⁴ Bourdieu P. The Forms of Capital // Richardson J. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Westport, CT : Greenwood, 1986. Pp. 243. Available at: https://home.iitk.ac.in/~amman/soc748/bourdieu_forms_of_capital.pdf (accessed 15.02.2025).

через образовательную квалификацию, позволяет учитывать культурный капитал, приобретенный не только в процессе получения образования, но и ранее инвестированный в индивида семьей. Следовательно, образовательная квалификация сочетает в себе две значимые составляющие и может иметь положительную корреляцию с устойчивостью практик культурного потребления. Делая выбор в пользу тех или иных культурных продуктов, индивид позволяет соотносить себя с определенной группой, представителям которой свойственны сопоставимые уровни экономического и культурного капитала. Такая группа, по его мнению, характеризуется аналогичными культурными предпочтениями, поэтому, выбирая те же культурные продукты, что и члены группы, индивид определяет свою принадлежность к ней [6: 144]. В ряде случаев идентификация с группой требует демонстративного потребления, мотивами которого помимо принадлежности выступают «попытка ввести в заблуждение», а также безопасность [7: 55].

В отечественной литературе предпринимались попытки представить обобщенную картину потребления культурных благ и определить ведущие мотивы такого потребления [3; 8]. В основе подобных исследований лежат теоретические подходы и эмпирические закономерности, коррелирующие с концепцией П. Бурдьё: культурное потребление зависит от «неравенства в доходах», уровня образования и профессионального статуса, возраста потребителей, места их проживания (город, сельская местность).

Одним из условий, влияющих на выбор индивидом тех или иных культурных продуктов, является желание сделать факт потребления публичным, а акт потребления – символическим, знаковым, подчеркивающим реальный или придуманный статус человека. Такое потребление представляет собой метафору, «...в рамках которой потребляемые брендовые товары выступают символами социальных и экономических позиций потребителей» [9: 60]. В ситуации напряженности и нестабильности демонстративность становится способом выражения политических взглядов и предпочтений либо лояльности к официальной идеологии.

Культурное потребление во многом определяется стремлением к самоактуализации, которая, с одной стороны, демонстрирует ценности и «культурный потенциал» человека, с другой – способствует «устойчивости» общества, где живет этот человек [10: 28]. На него могут влиять и такие факторы, как политизация культурных элит и их стремление соответствовать запросам времени [11: 74].

Современные российские исследователи подходят к изучению данных проблем, анализируя публичный дискурс вокруг творчества и поступков деятелей культуры, а также динамику изменения отношения различных целевых аудиторий к СВО⁵ [12; 13]. Для населения России изменение отношения к представителям креативных индустрий в рамках культуры отмены – запрет на выступления, публикации и съемки – не ново, поскольку в советском прошлом оно использовалось для обозначения неблагонадежности. Тем не менее, несмотря на довольно распространенные практики запретов деятелей культуры, россияне не склонны к тотальной отмене кого бы и чего бы то ни было по политическим мотивам [14].

⁵ Кулешова А. В. Поляризация взглядов по ключевым вопросам среди сторонников и противников СВО // СоциоДиггер. 2022. Т. 3, вып. 7 (19). С. 30–34.



Причинами того, что культура отмены как составляющая социального и политического манипулирования не прижилась в обществе, называют аполитичность россиян и российской культуры, стабильность «политических биографий» политиков, элитарность политического дискурса, с одной стороны, и имеющийся собственный опыт отмены деятелей культуры государством в советский период, – с другой [15].

Детальный анализ политических аспектов культуры отмены, которые маргинализируют общество, историю, исторических деятелей, достижения культуры и т. д., показывает, что она, имманентно присущая западной идеологии, может стать инструментом для отмены государства, поэтому в России сегодня необходимо обеспечить «ценностный и информационный суверенитет» [16]. Впрочем, его механизмы также неизбежно несут в себе элементы отмены, правда, отмены отменяющих.

При этом новое восприятие «...активно влияет на конструирование событий, используется для продвижения определенных культурных ценностей в том числе через экономические инструменты» [17: 108]. Эти ценности звучат в рамках политического и экономического противостояния различных сообществ [18: 771].

На личностном уровне изменение ценностных предпочтений используется в целях определения идентичности, поиска себя в изменяющемся мире. В результате потребление, особенно его нестандартные формы, «...помимо выполнения своей прямой потребительской функции, помогают нам справиться с постоянно возникающими стрессами»⁶.

Обзор существующих исследований подтверждает актуальность и высокий уровень интереса к ценностным трансформациям, характерным для ситуаций напряженности, к которым относится и СВО. Мы рассмотрим эти трансформации под углом культурного потребления, изменения культурных предпочтений и мотивов, по которым оно осуществляется. Нам предстоит выяснить, живы ли еще советские практики отмены деятелей культуры, или жители России в большей степени демонстрируют преданность своим «старым» привычкам в сфере культурного потребления.

Материалы и методы. Проведен формализованный анкетный опрос населения Мордовии. Полевой этап исследования продлился с сентября по ноябрь 2024 г. Подавляющее большинство результативных анкет получено посредством компьютерного анкетирования, реализованного на платформе «Яндекс. Формы». В отдельных случаях, связанных преимущественно с возрастом опрошенных и/или со сложностями в доступе к интернету, использовалось традиционное интервью лицом к лицу. Компьютерное анкетирование в данном случае представляет собой способ коммуникации с респондентом, который рекрутирован заранее и которому направлена ссылка для участия в опросе. То есть ссылки, хотя и не были персональными ввиду ограниченных возможностей платформы, не размещались в открытом доступе, с каждым информантом велась точечная работа. Все они были проинформированы о цели исследования и выразили готовность к сотрудничеству.

Всего в ходе исследования опрошено 370 человек из всех без исключения муниципальных образований Мордовии; охвачено свыше 80 населенных пунктов. Выборка квотная, и, поскольку она относится к классу неслучайных, можно говорить лишь об оценочной погрешности измерения, в данном конкретном случае не превышающей 5 % при доверительной вероятности на уровне 95 %.

⁶ Радаев В. В. Нестандартное потребление / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2025. С. 22.

Она репрезентирует население по полу (мужчин 45 %, женщин 55 %); возрасту (от 18 до 24 лет – 6 % респондентов, от 25 до 34 – 14 %, от 35 до 44 – 19 %, от 45 до 59 – 26 %, от 60 лет и старше – 35 % респондентов) и месту проживания (42 % жителей региональной столицы, 19 % – городов и пгт, 38 % – жителей сел) в соответствии со сведениями государственной статистики. Исследование носит разведывательный характер, подсвечивает существующие в массовом сознании представления и сформированные на их основе тренды.

Мы не ставили перед собой задачу изучить структуру и содержание культурных предпочтений, поэтому их динамика анализировалась не путем сопоставления «до» и «после», а опосредованно, через изменение отношения к объектам культурного потребления и их производителям. Такой подход позволил обойтись без измерения символической ценности культурных продуктов.

Статистическая обработка результатов выполнена в программном комплексе IBM SPSS 26. Используются методы одномерной и многомерной статистики, а также кластерного анализа.

Результаты исследования. В ходе исследования респондентам было предложено ответить на прямой вопрос о том, как изменились их культурные предпочтения после начала СВО. Каждый четвертый опрошенный (24 %) сообщил, что пересмотрел свои взгляды, а две трети (66 %) заявили об устойчивости убеждений. Если первый тезис в большей степени характерен для населения городов и пгт (31 %), людей старше 60 лет (29 %), пенсионеров, инвалидов на пенсии (29 %), то второй – для жителей региональной столицы (74 %), молодежи до 34 лет (71 %), респондентов с ученой степенью (83 %), работников по найму в коммерческой сфере (79 %), индивидуальных предпринимателей (87 %) и тех, кому хватает денег на приобретение автомобиля и выше (80 %) (табл. 1).

Т а б л и ц а 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Изменились ли Ваши предпочтения в культурной сфере после начала СВО?», % от опрошенных⁷

Table 1. Distribution of respondents' answers to the question "Have your preferences in the cultural sphere changed since the start of the special military operation in Ukraine?", % of respondents

Переменная / Variable	Значения переменной / Variable values	Вариант ответа / Answer option		
		Да / Yes	Нет / No	Затрудняюсь ответить / I find it difficult to answer
1	2	3	4	5
Пол / Sex	Мужчины / Men	18	70	12
	Женщины / Women	28	62	10
Возраст / Age	18–34 года / 18–34 years	16	71	13
	35–59 лет / 35–59 years	23	68	9
	60 лет и старше / 60 years and older	29	60	11
Тип населенного пункта / Type of settlement	Столица субъекта / Capital of the subject	19	74	7
	Города и пгт / Cities and urban-type settlements	31	56	13
	Села / Villages	25	62	13
Уровень образования / Level of education	Общее, начальное, среднее профессиональное / General, primary, secondary vocational	23	58	19
	Незаконченное высшее, высшее / Incomplete higher, higher	25	65	10
	Ученая степень / Academic degree	15	83	2

⁷ Здесь и далее в статье таблицы составлены авторами по материалам исследования.



		<i>Окончание табл. 1 / End of table 1</i>		
1	2	3	4	5
Занятость / Employment	Работают по найму в бюджетной сфере / Employed in the public sector	24	66	10
	Работают по найму в коммерческом сек- торе / Employed in the commercial sector	14	79	7
Материальное положение / Material status	Государственные или муниципальные служащие / State or municipal employees	27	64	9
	Индивидуальные предприниматели, самозанятые / Individual entrepreneurs, self-employed	6	87	7
	Пенсионеры, инвалиды на пенсии / Pensioners, disabled pensioners	29	57	14
	Денег хватает на питание и меньше / Enough money for food and less	27	69	4
	Денег хватает на одежду / Enough money for clothes	21	64	15
	Денег хватает на бытовую технику / Enough money for household appliances	26	68	6
Всего / Total	Денег хватает на автомобиль и больше / Enough money for a car and more	20	80	0
		24	66	10

Примечание / Note. Цветом выделены показатели, превышающие средние значения по выборке на 5 п. и больше / Indicators that exceed the sample average by 5 points or more are highlighted in color.

Поскольку мы, предполагая высокий уровень сенситивности вопросов о политических предпочтениях, сознательно не задавали их участникам исследования, эта важная переменная была получена на основе косвенного сложносоставного индикатора, включающего в себя отношение респондентов к допустимости политизации культуры, цензурированию культурных произведений, возможности высказывания деятелями культуры своих политических убеждений, поддержке патриотически настроенных деятелей культуры и их произведений, а также к принятию политических взглядов теми или иными деятелями культуры.

В пространстве заданных характеристик, где согласие с ними определялось по шкале от 1 до 5, выполнен кластерный анализ методом k -средних (табл. 2). Чем ниже значение в таблице, тем выше степень согласия с анализируемыми суждениями. Всего выделены 3 кластера, имеющие максимальные типологические различия. Первый мы условно назвали либеральным (35 %), второй – конформистским (38 %), третий – консервативным (26 %).

Таблица 2. Результаты кластерного анализа методом k -средних
Table 2. Results of cluster analysis using the k -means method

Суждения / Judgments	Кластеры / Clusters		
	1. Либеральный / Liberal	2. Конформистский / Conformist	3. Консервативный / Conservative
1	2	3	4
Культура должна быть вне по- литики / Culture should be outside of politics	2,4	3,7	1,6
Культура не может быть вне поли- тики и идеологии / Culture cannot be outside of politics and ideology	3,2	1,7	3,0



Окончание табл. 2 / End of table 2

1	2	3	4
Государство должно контролировать содержание произведений / The state should control the content of cultural works	3,2	1,6	1,8
Государственная цензура в культуре недопустима / State censorship in culture is unacceptable	2,7	4,3	3,0
Деятели культуры не должны публично выражать свои политические взгляды, поскольку они оказывают большое влияние на общество / Cultural figures should not publicly express their political views, since they have a great influence on society	3,5	3,0	1,9
Деятели культуры могут публично выражать свои политические взгляды / Cultural figures can publicly express their political views	2,3	2,7	3,3
Нужно поддерживать любое художественное начало / Any artistic beginning should be supported	2,7	3,3	2,2
Необходимо запрещать театральные постановки, кинофильмы, выставки, книги, идеи которых расходятся с традиционными российскими ценностями / It is necessary to ban theatrical performances, films, exhibitions, books that diverge from traditional Russian values	3,5	1,6	1,8
Государство должно сосредоточиться на поддержке патриотически настроенных деятелей культуры / The state should focus on supporting patriotic cultural figures	3,0	1,5	1,5
Поддержку должны получать лучшие из лучших, талант важнее политических взглядов / The best of the best should receive support, talent is more important than political views	2,3	3,2	1,9
Мне не важны политические взгляды деятелей культуры, чье творчество меня интересует / I do not care about the political views of cultural figures whose work interests me	2,5	4,1	2,6
Мне важно, чтобы тот или иной деятель культуры не отзывался плохо о моей стране, таких людях, как я / It is important to me that this or that cultural figure does not speak badly of my country, people like me	2,4	1,1	1,3

Примечание / Note. Цветом выделены наиболее высокие значения по кластеру / The highest values in the cluster are highlighted in color.



Либеральный кластер объединяет сторонников свободы в культуре, минимального государственного вмешательства и открытости для новых идей, которые могут идти вразрез с традиционными ценностями. Они настроены против цензуры и видят в искусстве инструмент для выражения плюрализма мнений. Значительно чаще, чем в среднем, кластер образуют жители региональной столицы (42 %), молодые люди до 34 лет (57 %), респонденты с ученой степенью (50 %), работники бюджетной (44 %) или коммерческой (41 %) сферы, индивидуальные предприниматели, самозанятые (49 %). Главные каналы получения информации о культуре здесь – социальные сети (63 %) и интернет-издания (50 %). Уровень поддержки санкций со стороны государства в отношении деятелей культуры, которые попали в список иноагентов, составляет 46 %. Об изменении своих культурных предпочтений говорят 19 % опрошенных, т. е. представители этой группы обладают низкой лабильностью, поскольку демонстрируют приверженность своим убеждениям даже в условиях напряженности.

Конформистский кластер стремится сохранить баланс между свободой творчества и традиционными российскими ценностями. Свобода слова важна, при этом государство рассматривается как гарант культурных ориентиров. Чаще, чем в среднем, в него входят жители сел (46 %), 35–49-летние респонденты (45 %), лица с основным, начальным или средним специальным образованием (50 %), государственные или муниципальные служащие (49 %). Источниками информации о культурной сфере для них выступают телевидение (68 %) и социальные сети (58 %). Уровень поддержки санкций со стороны государства в отношении деятелей культуры, попавших в список иноагентов, здесь составляет 79 %. Об изменении культурных предпочтений в этом кластере говорят 30 % информантов. Другими словами, его представители обладают наиболее текучей позицией, склонны реагировать на внешние изменения, особенно продвигаемые государством, в первую очередь в информационном пространстве.

Консервативный кластер включает в себя сторонников мнения, что культура – это инструмент укрепления традиций и национальной идентичности. Они выступают за контроль над сферой искусства со стороны государства и за ограничение свободы самовыражения в пользу патриотических убеждений. Заметно чаще, чем в среднем, здесь представлены респонденты старше 60 лет (40 %), лица с ученой степенью (37 %), пенсионеры, инвалиды на пенсии (48 %), а также те, кому хватает денег на питание и менее (35 %). Основными каналами получения информации о культуре для них являются телевидение (70 %) и интернет-издания (58 %). Уровень поддержки санкций со стороны государства в отношении деятелей культуры, которые попали в список иноагентов, составляет 93 %. Изменение культурных предпочтений в кластере характерно для 23 % опрошенных. Иначе говоря, его представители демонстрируют относительно низкую лабильность, источниками которой становятся, по всей видимости, устоявшиеся ценностные рамки пожилых людей.

Как же изменилось культурное потребление? Полученные данные показывают, что главными предикторами ревизии взглядов стали политическая позиция деятелей культуры, рост патриотического самосознания, интерес к культуре других дружественных России стран и смена общего культурного вектора (табл. 3). Подобное положение дел свидетельствует о возможности рассмотрения трансформации

парадигмы потребления в культурной сфере под влиянием трех наиболее значимых факторов. Первый – политизация культуры, которая становится значимым аспектом пересмотра культурных предпочтений, и особенно в конформистском и консервативном кластерах. Второй – рост патриотизма, играющего решающую роль в культурном выборе; как и в предыдущем случае, ему в большей степени подвержены представители конформистского и консервативного кластеров. Наконец, третий фактор – социальное давление и конформистские модели поведения; здесь наиболее лабилен конформистский кластер, который формирует свои убеждения под влиянием коллективных трендов, включенных в текущую информационную повестку.

Таблица 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «С какими утверждениями об изменении Ваших культурных предпочтений после начала СВО Вы согласны, а с какими не согласны?»

Table 3. Distribution of respondents' answers to the question "Which statements about the change in your cultural preferences after the start of the special military operation in Ukraine do you agree with and which do you disagree with?"

Суждения / Judgments	Все опрошенные / All respondents	Кластеры / Clusters		
		1. Либеральный / Liberal	2. Конформистский / Conformist	3. Консервативный / Conservative
1	2	3	4	5
Мне понравилось творчество тех деятелей культуры, которые придерживаются таких же взглядов на текущую российскую политику, как и я / I liked the work of those cultural figures who hold the same views on current Russian politics as I do	79	60	87	86
Я стал(а) больше интересоваться российской культурой из-за патриотических соображений / I became more interested in Russian culture for patriotic reasons	72	59	86	69
Мне перестало нравиться творчество тех деятелей культуры, чьи взгляды на текущую российскую политику противоположны моим / I stopped liking the work of those cultural figures whose views on current Russian politics are opposite to mine	71	61	67	84
Пересмотрел(а) свои вкусы и предпочтения / I reconsidered my tastes and preferences	65	66	62	67
Меня заинтересовала культура дружественных России стран / I became interested in the culture of countries friendly to Russia	58	48	80	41
Поменялась мода, сменился культурный вектор / Fashion has changed, the cultural vector has changed	44	34	60	36
Мне стало труднее найти контент из-за блокировок сайтов, ограничений по импорту культуры западных стран / It has become more difficult for me to find content due to blocking of sites, restrictions on importing Western culture	31	32	47	11



Окончание табл. 3 / End of table 3

1	2	3	4	5
Деятель культуры, чье творчество мне нравилось, объявлен иноагентом, и мне стало опасно интересоваться его творчеством / A cultural figure whose work I liked was declared a foreign agent, and it has become dangerous for me to be interested in his work	30	16	49	20
Поменялись вкусы и предпочтения моего окружения, и я не хочу выделяться / The tastes and preferences of my circle have changed, and I do not want to stand out	26	14	45	15

Примечания / Notes. 1. Процент среди тех, кто заявил об изменении своих культурных предпочтений (n = 87) / Percent among those who stated a change in their cultural preferences (n = 87).

2. Цветом выделены показатели, превышающие средние значения по выборке на 5 п. и больше / Indicators exceeding the sample average by 5 p. or more are highlighted in color.

Для детального изучения структуры выделенных кластеров, вероятно, требуются дополнительные исследования, проведенные на больших выборках, однако некоторые тенденции можно выделить уже сейчас (безусловно, не претендуя на полноту изложения): во-первых, это преимущественно жители сельской местности (58 %); во-вторых, чаще всего люди с начальным, общим или средним специальным образованием (27 %); в-третьих, наиболее подвижны культурные предпочтения у государственных или муниципальных служащих (36 %), которые должны быть рупором государственной идеологии и представлять собой пример беззаветного служения Родине; в-четвертых, это относительно обеспеченные респонденты, чей уровень дохода позволяет приобретение бытовой техники (42 %) (табл. 4).

Т а б л и ц а 4. Социально-демографические характеристики респондентов, заявивших об изменении своих предпочтений (n = 87)

T a b l e 4. Socio-demographic characteristics of respondents who reported a change in their preferences (n = 87)

Переменная / Variable	Значения переменной / Variable values	Все опрошенные / All respondents	Кластеры / Clusters		
			1. Либеральный / Liberal	2. Конформистский / Conformist	3. Консервативный / Conservative
1	2	3	4	5	6
Пол / Sex	Мужчины / Men	35	37	34	34
	Женщины / Women	65	63	66	66
Возраст / Age	18–34 года / 18–34 years old	34	41	43	21
	35–59 лет / 35–59 years old	25	24	31	21
	60 лет и старше / 60 years old and older	41	35	26	58
Тип населенного пункта / Type of settlement	Столица субъекта / Capital of the subject	14	27	4	12
	Города и пгт / Cities and urban-type settlements	44	40	34	55
	Села / Villages	43	33	62	33

Окончание табл. 4 / End of table 4

1	2	3	4	5	6
Уровень образования / Level of education	Общее, начальное, среднее профессиональное / General, primary, secondary vocational	18	8	15	27
	Незаконченное высшее, высшее / Incomplete higher, higher	75	85	68	73
	Ученая степень / Academic degree	7	7	17	0
Занятость / Employment	Работают по найму в бюджетной сфере / Employed in the public sector	37	40	28	41
	Работают по найму в коммерческом секторе / Employed in the commercial sector	7	7	5	10
	Государственные или муниципальные служащие / State or municipal employees	27	30	15	36
	Индивидуальные предприниматели, самозанятые / Individual entrepreneurs, self-employed	1	3	0	0
	Пенсионеры, инвалиды на пенсии / Pensioners, disabled pensioners	24	20	46	7
Материальное положение / Material status	Денег хватает на питание и менее / Enough money for food and less	14	17	18	9
	Денег хватает на одежду / Enough money for clothes	36	46	38	27
	Денег хватает на бытовую технику / Enough money for household appliances	32	25	27	42
	Денег хватает на автомобиль и больше / Enough money for a car and more	8	0	14	9

Примечание / Note. Цветом выделены показатели, превышающие средние значения по выборке на 5 п. и больше / Indicators exceeding the sample average by 5 p. or more are highlighted in color.

Обсуждение и заключение. Большинство сохраняет свои «старые» привычки в сфере культурного потребления в условиях ведения СВО, по крайней мере, на декларативном уровне. Не произошло радикального изменения отношения ни к деятелям культуры, ни к их культурному продукту. Более устойчивые паттерны культурного потребления демонстрируют молодые люди, проживающие в столице региона и имеющие наиболее высокий уровень экономического и культурного институционализированного капитала.

В то же время население региона неоднородно по своим убеждениям и отношению к культурной политике государства, а именно к цензуре, ограничению свободы слова и выражения мнений, политизации культуры, возможности публичного выражения деятелями культуры своих политических убеждений. Респонденты



распределились по трем кластерам, которые мы обозначили как либеральный, консервативный и конформистский.

Наиболее устойчивы культурные предпочтения в либеральном и консервативном кластерах, причем те их участники, которые все же изменили «старые» привычки, только укрепились в своем отношении к культурной политике в условиях ведения СВО: консерваторы стали еще более консервативными, а либералы – либеральными. Выстраивание символических границ с группами, имеющими иные предпочтения, и единение с теми, кто характеризуется сходными позициями и практиками культурного потребления, – не самый популярный мотив трансформации предпочтений. Более важно (и для либералов, и для консерваторов) совпадение политических убеждений населения и тех представителей креативных профессий, чей культурный продукт оно потребляет. Впрочем, это тоже своеобразное выстраивание символических границ в культурной сфере и, возможно, своеобразная забота о себе, особенно необходимая в периоды напряженности, когда постоянно повышается уровень тревожности.

Самые серьезные изменения в сфере культурного потребления произошли в конформистском кластере, объединившем преимущественно сельских жителей среднего возраста с небольшим культурным институционализированным капиталом. Почти каждый второй здесь государственный или муниципальный служащий, который обязан демонстрировать лояльность государству. И хотя культурные предпочтения – личное дело, но именно для этой профессиональной группы репутационные риски наиболее существенны. Это обстоятельство объясняет и высокий уровень поддержки санкций в отношении представителей креативных профессий, признанных иноагентами, и готовность к их культурной отмене, и стремление потреблять в большей степени те культурные продукты, которые производят патриотично настроенные деятели культуры.

В целом наиболее значимыми причинами трансформации практик культурного потребления в условиях СВО (вне деления на кластеры) стали: рост патриотических настроений и поддержка на государственном уровне традиционных духовно-нравственных ценностей; повышенный интерес к культуре дружественных России государств; политизация сферы культуры, наконец, конформистские настроения, предполагающие четкое следование официальной информационной повестке, в том числе по вопросам культуры. Можно предположить, что если повестка вдруг изменится, например прежде дружественные государства станут враждебными, интерес к их культуре значительно снизится.

Максимальное влияние на формирование образа нормативного культурного потребления в условиях напряженности ожидаемо оказывает государство. Значение имеет официальная позиция, транслируемая через различные информационные каналы, в первую очередь телевидение. Люди с устойчивыми практиками культурного потребления тяготеют к получению информации из иных источников и не спешат отменять тех деятелей культуры, творчество которых им по душе, вне зависимости от их политических взглядов, озвученных публично. Впрочем, если для либералов возможно возникновение моральной дилеммы ввиду несовпадения официальной повестки и политической трактовки полубившегося автора, то в случае с консерваторами фактически осуществляется официальное одобрение последней.

В дополнение к известному ограничению экстраполяции квотной выборки на население в целом нужно сказать, что исследование, носящее разведывательный характер, позволяет только обозначить тенденции, но не выявить причинно-следственные связи между ситуацией, связанной с ведением СВО, и изменением потребления культурных продуктов с определенной символической ценностью.

Результаты исследования могут быть полезны для лиц, принимающих решения в сфере культурной политики на региональном уровне, особенно для тех, перед кем стоят задачи культурной мобилизации граждан в период проведения СВО. Они могут способствовать позиционированию и презентации артефактов культурного потребления в контексте демонстрации лояльности к государству, соответствия официальной идеологии ценностным установкам. Также выводы будут актуальны при разработке курсов повышения квалификации в области развития государственной политики, стратегии национальной безопасности, клиентоцентричности в системе государственного и муниципального управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

1. Bertelsen E. Post Mod-cons: Consumerism and Cultural Studies. *Critical Arts*. 1996;10(1):87–106. <https://doi.org/10.1080/02560049685310061>
2. Zhu J. Cultural Consumption in Contemporary Society and Popular Aesthetics: The Interplay between Commodification and Abstract Thinking. *Highlights in Art and Design*. 2023;4(2):127–129. <https://doi.org/10.54097/hiaad.v4i2.13430>
3. Кореунова В.И. Культурное потребление в социологических исследованиях: обзор подходов к измерению понятия. *Экономическая социология*. 2019;20(1):148–173. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2019-1-148-173>
Korsunova V.I. Cultural Consumption in Sociological Research: A Review of Measurement Approaches. *Journal of Economic Sociology*. 2019;20(1):148–173. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2019-1-148-173>
4. Picarella L. Intersections in the Digital Society: Cancel Culture, Fake News, and Contemporary Public Discourse. *Frontiers in Sociology*. 2024;(9):1–6. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1376049>
5. Keohane J. Cancel Culture Rhetoric and Moral Conflict in Contemporary Democratic Societies. *American Behavioral Scientist*. 2024. OnlineFirst. <https://doi.org/10.1177/00027642241240337>
6. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть. *THESIS*. 1993;(2):137–150. URL: https://www.hse.ru/data/157/314/1234/2_2_3Bourd.pdf (дата обращения: 15.02.2025).
Bourdieu P. Social Space and Symbolic Power. *THESIS*. 1993;(2):137–150. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: https://www.hse.ru/data/157/314/1234/2_2_3Bourd.pdf (accessed 15.02.2025).
7. Чапля Т.В. Идентификация посредством потребления/потребительства. *Культурно-антропологические исследования*. 2024;(1):51–59. URL: <https://repo.nspu.ru/handle/nspu/4871> (дата обращения: 13.04.2025).
Chaplya T.V. Identification through Consumption/Consumerism. *Culture and Anthropology Research Journal*. 2024;(1):51–59. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://repo.nspu.ru/handle/nspu/4871> (accessed 15.02.2025).
8. Капелюшников Р.И., Демина Н.В. Потребление культурных благ в России: масштабы, детерминанты, дифференциация. *Экономическая социология*. 2021;22(2):42–80. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-2-42-80>
Kapeliushnikov R.I., Demina N.V. Consumption of Cultural Goods in Russia: Scale, Determinants, Differentiation. *Journal of Economic Sociology*. 2021;22(2):42–80. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2021-2-42-80>
9. Волков Ю.Г., Печуров И.В. Демонстративное потребление в ракурсе социокультурных процессов современности. *Социально-гуманитарные знания*. 2022;(4):58–68. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.3.518870>



- Volkov Yu.G., Pechkurov I.V. Demonstrative Consumption in Perspective of Sociocultural Processes of Modernity. *Sotsialno-gumanitarnye znaniya*. 2022;(4):58–68. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.34823/SGZ.2022.3.518870>
10. Тельманова А.С., Балабанов П.И. Самоактуализация в процессе потребления культурного продукта. *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. 2024;(67):23–30. <https://doi.org/10.31773/2078-1768-2024-67-23-30>
Telmanova A.S., Balabanov P.I. Self-Actualization in the Process of Consumption of Cultural Product. *Bulletin of the Kemerovo State University of Culture and Arts*. 2024;(67):23–30. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.31773/2078-1768-2024-67-23-30>
 11. Суслов И.В. Политизация творческой элиты в цифровом публичном пространстве (анализ политико-культурных кодов и нарративных схем). *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022;23(3):67–79. <https://doi.org/10.31429/26190567-23-3-67-79>
Suslov I.V. Politicization of the Creative Elite as Reflected in Digital Public Space (Analysis of Political and Cultural Codes and Narrative Schemes). *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022;23(3):67–79. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.31429/26190567-23-3-67-79>
 12. Казаков А.А. Два года СВО: динамика изменения отношения молодежи. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология*. 2024;24(2):185–195. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2024-24-2-185-195>
Kazakov A.A. Two Years of Special Military Operation: Dynamics of Changes in the Attitude of Youth. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Sotsiologiya. Politologiya*. 2024;24(2):185–195. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2024-24-2-185-195>
 13. Устинкин С.В., Никитин А.В. Проблема доверия молодежи к общественным и государственным институтам в контексте проведения специальной военной операции (СВО). *Технологии социально-гуманитарных исследований*. 2023;4(4):32–52. URL: https://lunn.ru/sites/default/files/media/upr_NIR/izd_NGLU/TSGI/zhurnal_4_tehnologii.pdf (дата обращения: 13.04.2025).
Ustinkin S.V., Nikitin A.V. The Problem of Youth Trust in Public and Government Institutions in the Context of the Special Military Operation (SMO). *Technologies of Social and Humanitarian Research*. 2024;4(4):32–52. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: https://lunn.ru/sites/default/files/media/upr_NIR/izd_NGLU/TSGI/zhurnal_4_tehnologii.pdf (accessed 15.02.2025).
 14. Балчугов А.В., Белянцев А.Е., Фоменков А.А. К вопросу об отношении к российским деятелям культуры, причисленным к иностранным агентам. *Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий)*. 2023;(2):154–159. <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-154-159>
Balchugov A.V., Belyantsev A.E., Fomenkov A.A. To the Issue of the Attitude Towards Russian Cultural Figure. Classified As Foreign Agents. *Vestnik BIST (Bashkir Institute of Social Technologies)*. 2023;(2):154–159. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.47598/2078-9025-2023-2-59-154-159>
 15. Никитин А.В., Орлинская О.М., Седаев П.В., Устинкин С.В., Фоменков А.А. Культура отмены: причины трудностей развития в России. *Власть*. 2022;30(3):65–69. <https://doi.org/10.31171/vlast.v30i3.9046>
Nikitin A.V., Orlinskaya O.M., Sedayev P.V., Ustinkin S.V., Fomenkov A.A. Cancel Culture: Reasons for Development Challenges in Russia. *Vlast*. 2022;30(3):65–69. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.31171/vlast.v30i3.9046>
 16. Чугров С.В. Культура отмены в мировой политике: историко-философские корни. *Полис. Политические исследования*. 2022;(5):88–98. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.07>
Chugrov S.V. Cancel Culture in World Politics: Historical and Philosophical Roots. *Polis. Political Studies*. 2022;(5):88–98. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.07>
 17. Демшина А.Ю. Новая чувствительность и экономика события. *Общество. Среда. Развитие*. 2022;(3):104–109. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-chuvstvitelnost-i-ekonomika-sobytiya/viewer> (дата обращения: 15.02.2025).
Demshina A.Yu. [New Sensitivity and the Economics of the Event.] *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*. 2022;(3):104–109. (In Russ.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-chuvstvitelnost-i-ekonomika-sobytiya/viewer> (accessed 15.02.2025).

18. Цвык В.А., Радкевич К.В., Шабага А.В. Язык и пространство как идентификационные ценности. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология.* 2024;24(3):764–776. URL: <https://journals.rudn.ru/sociology/article/viewFile/41181/23956> (дата обращения: 15.02.2025).
Tsyvk V.A., Radkevich K.V., Shabaga A.V. Language and Space As Identification Values. *RUDN Journal of Sociology.* 2024;24(3):764–776. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://journals.rudn.ru/sociology/article/viewFile/41181/23956> (accessed 15.02.2025).

Об авторах:

Жадунова Наталья Владимировна, кандидат философских наук, директор Института корпоративного обучения и непрерывного образования Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва (430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Большевицкая, д. 68), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9058-0488>, Researcher ID: V-7451-2018, Scopus ID: 57217631646, SPIN-код: 9681-3239, zhadunovan@mail.ru

Коваль Екатерина Александровна, доктор философских наук, профессор кафедры уголовного права и процесса Средне-Волжского института (филиала) Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России) (430003, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Федосеевко, д. 6), профессор кафедры всеобщей истории, политологии и регионоведения Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва (430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Большевицкая, д. 68), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0069-5335>, Researcher ID: A-5797-2015, Scopus ID: 57202425856, SPIN-код: 7939-4818, nwifesc@yandex.ru

Ушкин Сергей Геннадьевич, кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела мониторинга социальных процессов Научного центра социально-экономического мониторинга (430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Б. Хмельницкого, 39а), исследовательский менеджер Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) (119034, Российская Федерация, г. Москва, ул. Пречистенка, д. 38, помещение 1), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4317-6615>, Researcher ID: E-7455-2017, Scopus ID: 55489629800, SPIN-код: 1894-6660, ushkinsergey@gmail.com

Сычев Андрей Анатольевич, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва (430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Большевицкая, д. 68), профессор Департамента английского и иностранных языков Института науки и технологии СРМ (603203, Индия, Tamil Nadu, Ченнаи), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3757-4457>, Researcher ID: N-7591-2015, Scopus ID: 57205759512, SPIN-код: 7992-7652, sychevaa@mail.ru

Вклад авторов:

Н. В. Жадунова – разработка концепции; проведение исследования; научное руководство.

Е. А. Коваль – проведение исследования; разработка концепции; написание черновика рукописи.

С. Г. Ушкин – разработка методологии; визуализация; формальный анализ; написание черновика рукописи.

А. А. Сычев – критический анализ черновика рукописи, внесение замечаний и исправлений.

Доступность данных и материалов. Наборы данных, использованные и/или проанализированные в ходе текущего исследования, можно получить у авторов по обоснованному запросу.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Поступила 10.12.2024; одобрена после рецензирования 05.03.2025; принята к публикации 19.03.2025.

*About the authors:*

Natalia V. Zhadunova, Cand.Sci. (Philos.), Director of the Institute of Corporate Training and Continuing Education, National Research Mordovia State University (68 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9058-0488>, Researcher ID: V-7451-2018, Scopus ID: 57217631646, SPIN-code: 9681-3239, zhadunovan@mail.ru

Ekaterina A. Koval, Dr.Sci. (Philos.), Professor, Chair of Criminal Law and Criminal Procedure, Middle Volga Branch, All-Russian State University of Justice (6 Fedoseenko St., Saransk 430003, Russian Federation); Professor, Chair of General History, Political Science and Area Studies, National Research Mordovia State University (68 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0069-5335>, Researcher ID: A-5797-2015, Scopus ID: 57202425856, SPIN-code: 7939-4818, nwifesc@yandex.ru

Sergey G. Ushkin, Cand.Sci. (Soc.), Leading Researcher, Scientific Center for Socio-Economic Monitoring, Saransk, Russia (39a B. Khmel'nitskogo St., Saransk 430005, Russian Federation); Research Manager, Russian Public Opinion Research Center (38 Prechistenka St., Moscow 119034, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4317-6615>, Researcher ID: E-7455-2017, Scopus ID: 55489629800, SPIN-code: 1894-6660, ushkinsergey@gmail.com

Andrey A. Sychev, Dr.Sci. (Philos.), Professor, Professor of the Chair of Philosophy, National Research Mordovia State University (68 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russian Federation), Professor of the Department of English and Foreign Languages, SRM IST (Chengalpattu dr., Chennai 603203, Tamil Nadu, India), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3757-4457>, Researcher ID: N-7591-2015, Scopus ID: 57205759512, SPIN-code: 7992-7652, sychevaa@mail.ru

Contribution of the authors:

N. V. Zhadunova – conceptualization; investigation; supervision.

E. A. Koval – conceptualization; investigation; writing – original draft preparation.

S. G. Ushkin – methodology; visualization; formal analysis; writing – original draft preparation.

A. A. Sychev – writing – review and editing

Availability of data and materials. The datasets used and/or analyzed during the current study are available from the authors on reasonable request.

The authors have read and approved the final manuscript.

Submitted 10.12.2024; revised 05.03.2025; accepted 19.03.2025.