Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 1 (59). С. 92–101.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).
Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2026;1(59): 92–101.
eISSN 2949-3641; ISSN 2070-0695 (print).

Научная статья
УДК 316.77:004.738.5(470+571)
DOI 10.47475/2070-0695-2026-59-1-92-101

ОБРАЗ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ В РОССИЙСКОМ ЦИФРОВОМ ДИСКУРСЕ О СЕМЬЕ

Екатерина Никитична Соколова[1], Мария Владимировна Григорьева[2]
[1, 2] Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
[1] e.sokolova@hse.ru, https://orcid.org/0009-0007-3188-707X, SPIN-код: 5523-1570
[2] mariya.grigoreva@hse.ru, https://orcid.org/0009-0007-2413-7721, SPIN-код: 7313-9899

Аннотация. Статья анализирует дискурсивные репрезентации образов бабушек и дедушек в пользовательском контенте о семье российского сегмента социальных медиа. На материале корпуса более двух миллионов публичных сообщений за сентябрь 2023 – сентябрь 2024 годов, собранного через Brand Analytics, выделен подкорпус из 82 138 постов с упоминанием старшего поколения. Применены автоматизированное тематическое моделирование (LDA), кластерный анализ, описательная статистика распределений, контент-анализ и качественная интерпретация с экспертной верификацией. Показано, что в онлайн-обсуждениях доминирует традиционная модель. Бабушка ассоциируется с заботой, домашним уютом, хранением семейной памяти, дедушка – с опытом, исторической ролью, эпизодическим участием в повседневности. Альтернативные образы активных и цифровых пожилых встречаются, но остаются маргинальными. Негативные сюжеты редки и обычно связаны с конфликтами ожиданий между поколениями, распределением обязанностей по уходу за детьми. Обнаружены гендерные различия в ролях и оценочной (эмоциональной) окраске высказываний (позитивная/ негативная/ нейтральная), определяемой при ручном кодировании, в отношении бабушек и дедушек. Результаты уточняют амбивалентность репрезентаций образа старшего поколения и инерционность семейных архетипов в онлайне. Практическая значимость состоит в том, что выводы исследования могут быть применены для коммуникационных стратегий и социальных инициатив, направленных на укрепление межпоколенных связей, профилактику эйджизма, продвижение программ активного долголетия. Обозначены дальнейшие шаги: анализ самопрезентаций пожилых пользователей, кросскультурные сравнения, отслеживание динамики образов в связи с изменениями семейной политики и демографии.

Ключевые слова: семья; старшее поколение; ценности; стереотипы; межпоколенческие отношения; тематическое моделирование (LDA); пользовательский контент

Благодарности: Статья подготовлена в Национальном исследовательском университете «Высшая школа экономики» в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (тема № ФИ-2025-83 «Современные технологии социально-политической коммуникации»)

Для цитирования: Соколова Е. Н., Григорьева М. В. Образ старшего поколения в российском цифровом дискурсе о семье // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2026. № 1 (59). С. 92–101. doi: 10.47475/2070-0695-2026-59-1-92-101

Original article

THE IMAGE OF THE ELDER GENERATION IN THE DIGITAL DISCOURSE ON FAMILY IN RUSSIA

Ekaterina N. Sokolova[1], Maria V. Grigoreva[2]
[1, 2] National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia,
[1] e.sokolova@hse.ru· https://orcid.org/0009-0007-3188-707X
[2] mariya.grigoreva@hse.ru, https://orcid.org/0009-0007-2413-7721

Abstract. The article analyzes representations of grandmothers' and grandfathers' images in the digital family discourse of the Russian social media segment. Based on a corpus of more than two million public posts from September 2023 to September 2024 collected via Brand Analytics, we extracted a subcorpus of 82 138 posts mentioning the older generation. The study employs automated topic modeling (Latent Dirichlet Allocation, LDA), descriptive statistics (frequencies and proportions of topics and coded categories),

content analysis (manual coding), and qualitative interpretation with expert validation. The findings show that online discussions are dominated by a traditional model: the grandmother is associated with care, domestic comfort, and the preservation of family memory, while the grandfather is linked to experience, a historical role, and episodic participation in everyday life. Alternative images of active and digitally engaged older adults appear, but remain marginal and are often stabilized through cultural clichés. Negative storylines are rare and typically relate to intergenerational expectation conflicts, the division of childcare responsibilities, and boundaries on elders' influence over parental decisions. We identify gender differences in roles and in the evaluative (emotional) tone of mentions (manual coding) regarding grandmothers and grandfathers. The results refine the ambivalence of representations of the older generation and demonstrate the inertia of family archetypes online. Practically, the conclusions can inform communication strategies and social initiatives aimed at strengthening intergenerational ties, preventing ageism, and promoting active aging programs. Further steps include analyzing the self-presentations of older users, conducting cross-cultural comparisons, and tracking the dynamics of these images in connection with changes in family policy and demography.

***Key words*:** family; older generation; values; stereotypes; intergenerational relations; topic modeling (LDA); user-generated content

Acknowledgements: The article was prepared at the National Research University Higher School of Economics as part of a government-funded research project of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (project No. FI-2025-83 «Modern Technologies of Socio-Political Communication»).

For citation: Sokolova E. N., Grigoreva M. V. (2026) The image of the elder generation in the digital discourse on family in Russia. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija*, 1(59), 92–101. doi: 10.47475/2070-0695-2026-59-1-92-101 (In Russ.).

Введение

В последние годы растет интерес к изучению того, как именно в медиадискурсе отражаются отношения между поколениями. Семья как ценность и как форма социальной поддержки активно обсуждается в профессиональных сообществах и в рамках публичной повестки. В работах П. Бергера и Т. Лукмана (Бергер, Лукман 1995), М. Стратерн (Strathern 1992), У. Бека и Э. Бека-Гернсхайм (Beck, Beck-Gernsheim 1995) говорится, что семья одновременно является пространством традиции и модернизации, воспроизводства и индивидуализации. Для российской действительности, с ее сильной символической нагрузкой на роль старших поколений, вопрос о том, как именно они представлены в социальных сетях, особенно значим.

Несмотря на интерес к теме семейных трансформаций в цифровой среде, репрезентация образа старших поколений (бабушек, дедушек), остается малоизученной. Цель настоящего исследования – восполнить этот пробел, используя эмпирические данные из российского сегмента социальных сетей за годовой период.

Многопоколенная семья традиционно рассматривается в России как социальная ценность, а фигуры пожилых родителей, бабушки и дедушки нередко ассоциируются с мудростью, заботой и поддержкой (Тихомиров 2017), обрастают мифологизацией ролей (Барт 2023). Подавляющее большинство россиян вспоминают, что в детстве бабушки и дедушки активно участвовали в их воспитании – присматривали за ними, обучали бытовым навыкам, готовили любимую еду, играли, гуляли (ВЦИОМ 2024, «Бабушка XXI века», https://clck.ru/3Siyif). В обществе роль старшего поколения продолжает эволюционировать: с одной стороны, 83 % россиян сообщили, что проводили время с бабушками и дедушками в детстве, с другой – более половины молодых людей (зумеров и миллениалов) считают, что сегодня бабушкам и дедушкам следует думать прежде всего о себе, а не полностью посвящать себя внукам – 48–55 % (Там же).

С 2020 по 2025 гг. публичный образ старшего поколения в России претерпел сдвиг от пандемийной рамки уязвимости и опеки к более сложной конфигурации: в которой пожилой человек становится активным ресурсом семьи и общества. В острой фазе COVID-19 на первый план вышли сюжеты взаимопомощи и поддержки пожилых: весной 2020 г. 89 % россиян знали о волонтерах, помогающих одиноким и находящимся на карантине, а 61 % заявляли о готовности лично помочь; по данным конца 2020 г., 42 % действительно сделали «что-то полезное для других» в период пандемии – что закрепляло образ пожилых как группы, нуждающиеся в заботе (ВЦИОМ 2020, «Волонтеры помогают пострадавшим от пандемии», https://clck.ru/3SiyhF). К середине 2023 г. 59 % респондентов говорили, что к пожилым в стране в целом относятся с уважением (ВЦИОМ 2023, «Жить долго, жить хорошо!», https://clck.ru/3Siyhk). Параллельно растет институциональная поддержка активных ролей пожилых: в 2020–2023 гг. «серебряные» волонтеры достигли 190 тыс., развернуто более 3 тыс. «серебряных университетов» в 60 регионах, – старшие репрезентируются как кадровый и социальный ресурс (Национальные приоритеты 2023 – Национальные проекты Экспертный аналитический доклад «Старшее поколение как кадровый и социальный ресурс», https://clck.ru/3SiygP). Дальнейший сдвиг оформляют институциональные инициативы: «Год семьи» (2024) усилил практики активного долголетия – в 2024 году ими охвачены миллионы (в том числе более 200 тыс. «серебряных» волонтеров), а к марту 2025 года на уровне федеральной отчетности заявлено уже около 12 млн участников программ (спорт, социальный туризм, «университеты третьего возраста» и др.) (Агентство социальной информации 2025, https://asi.org.ru/2025/03/18/aktivnoe-dolgoletie-2024-luchshie-praktiki). Такие сдвиги отражают изменяющиеся ожидания и модели поведения в семье, а социальные сети предоставляют возможность увидеть, как пользователи разных поколений воспринимают и изображают фигуры пожилых

родителей, бабушек и дедушек.

Настоящее исследование нацелено на анализ репрезентаций образа пожилых членов семьи в российском сегменте социальных сетей с фокусом на то, как пользователи описывают старшее поколения – бабушек и дедушек, какие роли им приписывают, какие эмоции выражают, чем образы бабушки и дедушки отличаются друг от друга. Актуальность темы обусловлена демографическими тенденциями и культурной значимостью института бабушек и дедушек в России.

Предыдущие исследования показали, что образ бабушки для современной молодежи часто связан с фигурой мудрого советчика, обладающего богатым жизненным опытом (Тихомиров 2017). При этом появляются данные о том, что все больше представителей старшего поколения стремятся к самореализации и не хотят ограничиваться ролью нянь для внуков (ВЦИОМ 2024, «Бабушка XXI века»). Анализ открытого пользовательского контента позволяет выяснить, как эти тенденции отражаются в массовом сознании.

Теоретические подходы к анализу межпоколенческих отношений

Межпоколенческие отношения и их отражение в медиа изучаются на стыке социальной геронтологии, семейной социологии и медиаисследований. Классические теории модернизации семьи (Бергер, Лукман 1995; Beck, Beck-Gernsheim 1995) обозначали трансформацию семейных ролей пожилых от носителей традиции к партнерам. В современной науке популярны концепции «активного старения» и «успешного старения», они рассматривают, как пожилые сохраняют социальную активность, осваивают новые роли (в том числе цифровые), бросают вызов стереотипам старости (Иленне 2015). Медийное же продвижение образа «успешного старения» привело к возникновению нового нормативного стереотипа – бодрый пенсионер, ведущий потребительски активную жизнь, что достижимо далеко не для всех и может маргинализировать уязвимых пожилых (Иленне 2015).

Для анализа представлений о старшем поколении в семье применяются также подходы социального конструирования реальности (Бергер, Лукман 1995) – семья и возраст понимаются как социальные конструкты, наполняемые смыслами через дискурс. Исходя из микроинтеракционного подхода (West, Zimmerman 1987), возраст понимается как производимый в коммуникации (*doing age*; Laz 1998), он проявляется не как свойство, а через устойчивые способы повествовательного оформления семейных ролей. В пользовательских семейных текстах это фиксируется в том, как старшие описываются и называются, а также в каких сюжетных позициях они предстают (как носители памяти и ритуалов, как объект заботливого внимания внутри семьи, как участники повседневных практик, как фигуранты конфликтных эпизодов и др.). Такой ракурс напрямую поддерживает операционализацию образа через рамки памяти/ритуала, заботы, повседневности и конфликта (West, Zimmerman 1987; Laz 1998; Хальбвакс 2025). В контент-аналитических работах широко используется понятийный аппарат стереотипизации: медиа могут одновременно закреплять архетипичные роли бабушек и дедушек и служить площадкой для обратных нарративов (Иленне 2015).

Развитие в вопросе изучения старшего поколения получили исследования межпоколенческой солидарности. Классическая теория В. Бенгтсона выделяет измерения солидарности между поколениями – эмоциональную близость, нормативные обязательства, функциональную помощь и др. (Bengtson, Roberts 1991) В контексте социальных сетей этот подход применен, например, исследователями М. Ноувен и М. Дюфло для анализа TikTok-взаимодействий бабушек и внуков во время пандемии (Nouwen, Duflos 2023). Авторы ввели понятие «публичного дисплея» семейной близости: в условиях ограничений во время COVID многие семьи стали выкладывать совместные видео для демонстрации единства поколений. Наибольшее внимание в таких роликах уделяется аффективной солидарности – физической теплоте, совместным праздникам, выражению любви, – а также нормативной солидарности – проговариванию значимости ряда событий (юбилеи, важные семейные достижения) (Nouwen, Duflos 2023). Темы же разногласий или конфликтов (бытовых или ценностных) практически не представлены в TikTok-видео – вероятно, из-за желательного характера публичного имиджа семьи. В целом, исследователи указывают на презентационный характер соцсетей. Семьи выставляют напоказ свои отношения, которые показывают идеальную картину гармоничной и поддерживающей семьи (Nouwen, Duflos 2023).

Анализируя противоречивые аспекты отношений поколений, исследователи опираются на концепцию межпоколенческой амбивалентности (К. Люшер, К. Пиллемер) (Lüscher, Pillemer 1998). Она помогает понять, как в медиадискурсе сосуществуют благодарность молодежи к старшим и одновременно критика или обвинения. К примеру, в период пандемии COVID-19 в соцсетях распространились эйджистские настроения: хэштег «#BoomerRemover» (намек, что вирус «убирает бумеров») преуменьшал ценность жизней пожилых (Soto-Perez-de-Celis 2020). Контент-анализ 85 тыс. твитов начала 2020 г. показал, что около 12–24 % сообщений содержали негативные или пренебрежительные высказывания о старших, включая шутки и обесценивание проблем пожилых (Soto-Perez-de-Celis 2020). Такие выводы исследователей могут говорить о наличии конфликта во взглядах на поколения. Часть молодежной аудитории в цифровой среде выражает раздражение или насмешку по отношению к пожилым людям. Имеют значение также культурные

различия: исследования сообщений на испанском и китайском языках в период COVID-19 фиксировали гораздо меньший уровень эйджизма и даже преобладание позитивных упоминаний вклада старших в общество (Soto-Perez-de-Celis 2020). Теоретически это соотносится с понятием культурного сценария старости: в обществах с сильными семейными традициями (например, в Восточной Азии, части Европы) уважение к пожилым транслируется и в цифровом дискурсе, сглаживая межпоколенческие конфликты (Soto-Perez-de-Celis 2020).

Современные направления исследований цифровой репрезентации образа пожилых

Социальные медиа дают возможность самим пожилым людям высказываться и укреплять или разрушать имеющиеся стереотипы о себе (Ng, Indran 2022). Платформы вроде TikTok, YouTube и Instagram* (*принадлежит компании Meta, признанной экстремисткой и запрещенной на территории Российской Федерации) создали феномен «granfluencers» – популярных блогеров преклонного возраста (Gehrmann 2023). Около 71 % самых популярных видео пожилых авторов на TikTok показывают преодоление возрастных стереотипов – например, показывают, как представители старшего поколения активно танцуют, занимаются спортом, осваивают технологии (Ng, Indran 2022). Еще 18 % роликов содержали самоиронию над возрастными стереотипами (шутки о забывчивости, старческих болезнях и т. п.), и 11 % прямо высказывались против эйджизма (Ng, Indran 2022). Однако даже успешные кейсы «цифровых бабушек» нередко опираются на узнаваемые культурные стереотипы (например, образ «смешной и доброй бабули») и часто зависят от участия младших родственников в создании контента (Gehrmann 2023). Это подчеркивает двойственность тренда: с одной стороны, медиапространство становится более инклюзивным по возрасту, с другой – репрезентации образа пожилых онлайн все еще во многом воспроизводят привычные роли.

Методология исследования

Для исследования была использована выгрузка сообщений из открытых источников российского сегмента социальных сетей, осуществленная с помощью системы мониторинга Brand Analytics. В качестве данных были использованы публичные сообщения пользователей из «ВКонтакте», «Одноклассников», блог-платформ и других соцмедиа (полный список источников: https://brandanalytics.ru/statistics), отфильтрованные по русскому языку. На этапе предварительного исследования были определены устойчивые лексические маркеры, позволившие отобрать сообщения, в которых пользователи обсуждают ценности (например, фразы наподобие «для меня важно...», «я считаю главным...», «нет ничего важнее семьи» и т. п.). Эти маркеры и были использованы для поисковых запросов. Сбор охватывает период с сентября 2023 по сентябрь 2024 года. Период наблюдения выбран как полный год, чтобы учесть сезонность и связанные с ней упоминания старшего поколения, а также выделить устойчивые тенденции без искажений краткосрочными инфоповодами.

Корпус сформирован с использованием системы мониторинга Brand Analytics и включает свыше 2 000 000 публичных сообщений. Предобработка включала удаление спама и дублей, нормализацию и лемматизацию текста. Для первичного тематического картирования корпуса применялось автоматизированное тематическое моделирование (topic modeling) на основе LDA (Latent Dirichlet Allocation) с заданием 5 000 тем. Далее темы агрегировались в 25 ценностных кластеров с использованием семантических представлений Word2Vec и алгоритма k-means (в качестве меры внутрикластерной дисперсии была использована сумма квадратов евклидовых расстояний до центроидов, число кластеров определено по методу «локтя») (табл. 1), после чего результаты были интерпретированы и экспертно валидированы.

Таблица 1 – Распределение кластеров в корпусе данных

Кластер	% сообщений
Семья и взаимоотношения	**56 %**
Открытость и добрососедство	37 %
Гордость и патриотизм	36 %
Поддержка и сотрудничество	33 %
Развитие и самосовершенствование	25 %
Знания и наставничество	19 %
Доброта и человечность	17 %
Справедливость и равенство	15 %
Совершенство и профессионализм	11 %
Щедрость и милосердие	11 %
Надежда и вера	10 %
Память и традиции	10 %
Стойкость и смелость	10 %
Здоровье и безопасность	8 %
Служение и лидерство	7 %
Комфорт и спокойствие	5 %
Вдохновение и оптимизм	5 %
Достижения и успех	5 %
Гибкость и адаптивность	3 %
Выбор и право	3 %
Культура и наследие	2 %
Красота и эстетика	2 %
Уверенность и независимость	2 %
Энергия и спорт	1 %
Природа и экология	1 %

Мы подчеркиваем пересекаемость ценностных кластеров: одно сообщение может относиться к нескольким темам (например, семья, справедливость, патриотизм). Аналитический фокус настоящей статьи – содержательный анализ части кластера «Семья и взаимоотношения». Внутри него выделены сообщения, соотносящиеся со старшим поколением (пожилые родители, бабушки/дедушки) по лексико-семантическим индикаторам (используемые маркеры: старш* поколен* OR пожил* OR престарел* OR возрастн* OR предпенсион* OR «в возрасте» OR «почтенного возраста» OR «старшего возраста» OR пенси* OR долгожител* OR). Итоговый подкорпус составил 82 138 сообщений. Поколенческие, гендерные, региональные срезы не выполнялись ввиду низкой полноты и верифицируемости соответствующих атрибутов в открытых профилях; это зафиксировано как ограничение дизайна.

После автоматизированного тематического моделирования общего корпуса (выявления тематических кластеров ценностей) была проведена ручная выборка и анализ цитат, непосредственно связанных с образами бабушек и дедушек, старших родственников. Выделенные фрагменты проанализированы методом контент-анализа (ручного кодирования): для каждого фрагмента фиксировались роли бабушки и дедушки, контекст упоминания и оценочная (эмоциональная) окраска высказывания (позитивная, негативная или нейтральная). Далее распределение категорий описывалось описательной статистикой (частотами и долями), а содержательные выводы формулировались на этапе качественной интерпретации и экспертной верификации.

Полученный массив не является строгой статистически репрезентативной выборкой всех россиян (а отражает взгляды активных пользователей соцсетей). Тем не менее, за счет большого объема и разнообразия платформ, данные дают материал для качественного анализа массовых репрезентативных репертуаров.

Результаты анализа: образы бабушек и дедушек в соцсетях

В рамках настоящего исследования под репрезентацией понимаются повторяющиеся способы символического и повествовательного оформления образов старшего поколения в пользовательских текстах: типичные роли и сюжетные позиции (память и ритуал, заботливое внимание внутри семьи, повседневные практики, конфликтные эпизоды), сопровождаемые характерной лексикой и оценочными фразами или словами. Такой подход позволяет рассматривать «образ» не как свойство социальной группы, а как результат коммуникативных практик, фиксируемый в публичном дискурсе.

Анализ сообщений российских пользователей социальных сетей выявил многообразие репрезентативных репертуаров о старшем поколении в семье. Бабушки и дедушки предстают в дискурсе как часть семейных историй – их упоминают в контексте повседневной заботы о внуках, в воспоминаниях о детстве, в размышлениях о семейных ценностях, реже – в необычных или драматических ситуациях.

Поддержка родительства

Во многих сообщениях бабушки и дедушки фигурируют в первую очередь как заботливые наставники (14 362 сообщения корпуса), помощники в быту и воспитатели внуков (11 436). Пользователи отмечают, что участие старших родных делает семью крепче, а их отсутствие тяжело переживается. Так, автор, ожидая третьего ребенка, хоть и заявляет о своей самостоятельности, отмечает, что рядом есть бабушки, готовые подстраховать: *«Я прекрасно понимаю, что маму не заменит никто... Да, есть бабушки, помощница. Но они – условно говоря – приходят и уходят. Страхуют иногда. А все основные заботы все равно на мне. На маме!»*. Здесь бабушки представлены как дополнительная поддержка в воспитании детей – пусть и не выполняющая центральной роли, но важная. Другой пример – упоминание большой семьи, которая сплоченно переживает трудности благодаря всем поколениям: *«В моей большой семье (где родители, бабушки и дедушки) сейчас протекает сложнейший период... Но держимся вместе, разделяем друг с другом эту боль. И то, что в нас течет одна кровь, очень помогает нам в трудные минуты»*. Наличие бабушек и дедушек в семье явно рассматривается автором как источник силы, поддержки, особенно в тяжелые периоды.

Многие авторы отмечают, что бабушки и дедушки активно помогают молодым родителям с детьми – сидят с внуками, балуют их, играют с ними (11 406). *«Сегодня подарок от дедули Валеры и бабули Карины порадовал (сына) больше, чем все остальные ❤️Ребенок счастлив»*. Здесь употреблены ласковые обозначения *«дедуля»* и *«бабуля»*, подчеркивающие теплое, неформальное отношение автора поста к своим пожилым родственникам.

Даже короткие ремарки указывают на то, что присутствие бабушек и дедушек приравнивается к заботе и счастью в семье. В одном сообщении перечисляются различные составы счастливых семей, среди которых назван вариант *«Бабушка и внук!»*, как равноправная модель семьи наряду с «мама и сын» или «папа, мама и дети». Комментарий автора: *«Нет единого стандарта семьи... Неважно сколько в вашей семье членов... Главное: вы друг друга любите!»*. Семья, состоящая из бабушки и внука, признается столь же полноценной и счастливой, как и любая другая при условии наличия любви. Это отражает общественное признание ценности бабушек и дедушек, способных стать для ребенка условными родителями, если того требует ситуация.

Значимая часть сообщений, где упоминаются бабушки или дедушки, эмоциональна. Чаще всего это позитивные эмоции – любовь, нежность, гордость, чувство благодарности (25 494 сообщения). Многие авторы прямо пишут о своей любви: *«Моя бабуля ♥ Прабабушка моих детей. Человек, благодаря которой я еще не сошла с ума. Именно к ней в деревню отправляются мои дети, когда я на грани нервного срыва. Единственный человек в мире, кто кайфует от Фединых закидонов»*. Бабушка – безусловно любящий и принимающий человек (она единственная «кайфует» от проделок непослушного ребенка). Эмоциональный посыл – благодарность и привязанность к бабушке, без которой автор «бы сошла с ума».

Теплые воспоминания детства

Значимая часть обсуждений старшего поколения происходит в формате ностальгических воспоминаний взрослых людей о собственном детстве, проведенном с бабушкой или дедушкой (4 342). Эти воспоминания окрашены также, как и в репертуаре про поддержку и помощь родительству, теплотой и благодарностью. Пользователи зачастую идеализируют время, проведенное с бабушками и дедушками, вспоминают бабушек и дедушек как часть счастливого детства.

Типичный сценарий – городские дети, проводившие каникулы в деревне у бабушки с дедушкой, противопоставляют этот опыт городской жизни (981 сообщение). *«Я родилась в Москве, но мои бабушка с дедушкой живут в деревне – я проводила там все лето, росла на деревенских дискотеках, купании в речке летом и катании с ледяной горки зимой, выросла на домашней еде, видела, как пасутся коровы, копают картошку и собирают грибы»*. Автор перечисляет деревенские радости, которые стали возможны благодаря жизни у бабушки и дедушки. Дальше она пишет, что чувствует себя так, будто прожила «двойную жизнь» – в городе и деревенскую, и очень счастлива этому опыту. В этом фрагменте бабушка и дедушка фактически подарили внучке детство близкое к природе, свободное, которое она ценит наравне с городской социализацией. Публикация транслирует благодарность.

Другой частый мотив – бабушкины угощения и семейные традиции, которые также упоминаются пользователями с теплом и благодарностью (16 285). Бабушка часто упоминается именно в контексте вкусной еды. Один пользователь рассказывает, как любовь к определенному блюду идет у него из детства: *«Моя бабушка всю жизнь проработала поваром в детском садике, поэтому у моей любви к еде есть корни, а эта каша – любовь всего моего детства, юности и взрослости – готовится на молоке, отсюда и такая корочка»*. Здесь явно прослеживается благодарность бабушке, с детства любимая каша ассоциируется с бабушкой.

Передача ценностей и традиций

Память о бабушках и дедушках часто связана с передачей семейных ценностей следующим поколениям (5 106 сообщений). *«“Мы живы – пока нас помнят” – именно эти слова папа написал на могиле у дедушки❤️. Поэтому мы продолжаем готовить любимые блюда наших близких, вспоминать интересные истории и рассказывать нашим детям. Род, семья – это огромная сила и ценность!»*. Бабушкины рецепты и дедушкины истории становятся частью семейной культуры, связывающей поколения, а также укореняют стереотипный образ старших. Старшее поколение выступает как мост между прошлым и будущим семьи. Пока живы воспоминания о бабушках и дедушках, жива и сама семья в широком поколенческом смысле – пост наделяет фигуры бабушки и дедушки почти сакральной ролью – хранителей рода (Ассман 2004).

Часто в корпусе данных встречаются конструкции: *«Вспоминаю своих бабушек и дедушек... Их поддержка и мудрость всегда помогали мне найти правильный путь»*. Такие признания свидетельствуют, что для внуков бабушки и дедушки, помимо нянь и поваров, наставники по жизни, чьи советы и личный пример остаются ориентиром. Образ в первую очередь бабушки как мудрого советчика, легитимность которого основана на богатом опыте, – устойчивый стереотип, находящий подтверждение и в наших данных: *«Моя бабушка говорила мне – наслаждаться детьми, пока они в нас нуждаются... она любит растить своих детей и знает, что я буду делать так же»*.

Подразделом сюжета про мудрость старших родственников можно считать сообщения пользователей, где старшее поколение выступает носителем культурных или религиозных традиций (5 106 сообщений). Носителем таких традиций выступает бабушка (дедушки в корпусе не упоминаются в такой роли). *«Моя родная бабушка, мамина мама, была чистокровной немкой и католичкой. Все остальные родственники – татары (некрещеные). Мы жили в Узбекистане... И на эти 2 праздника (Уразу-байрам и Пасху) всегда был накрыт стол... На Уразу бабушка пекла (угощения), на Пасху бабушка пекла пироги и красила яйца. Я это запомнила и перенесла эту добрую традицию в свой дом»*. Этот фрагмент иллюстрирует, как бабушка, принадлежащая к иной этнической и религиозной группе, сохранила в семье обе традиции – мусульманскую и христианскую. Более того, внучка продолжила эту семейную традицию уже в своем доме, независимо от веры гостей. Бабушка предстает как хранительница семейного единства через культуру и кулинарные обряды.

Связь с историей страны

Еще один заметный в нашем корпусе данных репрезентативный репертуар – сохранение исторической памяти о семейных испытаниях, особенно о Великой Отечественной войне (8 667). В пользовательских текстах бабушки и дедушки фигурируют как свидетели или участники военных событий, и их истории

передаются молодым. Присутствуют эмоциональные рассказы. *«У прабабушки два брата погибло – один в блокаду, другой на фронте... Лучшие годы бабушкиной молодости съела война. По линии отца фашисты убили всю семью бабушки. А сестру дедушки с тремя детьми сбросили в шахту...»*. Перечисление ужасов, перенесенных старшими родственниками, служит для автора моральным ориентиром и, видимо, используется в полемике о памяти и исторической правде (в тексте далее упоминается политический контекст). Здесь бабушки и дедушки – символ поколения, вынесшего войну, жертв, чью трагедию нельзя забывать. Подобные высказывания показывают, что в соцсетях старшее поколение иногда упоминается и в патриотическом, гражданском дискурсе, как носители опыта, который молодому поколению надлежит уважать.

Помимо любви и гордости, нередко звучат грусть, сожаления, особенно когда речь о разлуке или утрате (2 053). Молодые люди, уезжающие из родного дома, пишут о тоске по старшим. В одном посте девушка пишет: *«На лицах у дедушки и у бабушки появилось больше морщин, которых не было, когда ты уезжала... Осознавать, что жизнь идет после того, как ты уехал – грустно»*. Подтекст – чувство вины или по крайней мере сожаление, что не может быть рядом с ними. Подобные переживания показывают, как сильно привязаны внуки к своим бабушкам и дедушкам и как болезненно воспринимают время, проведенное не с ними. Некоторые пользователи делятся своим горем – *«Нет моего папы. ...я скучаю по нему каждый день»*.

Мотивы и поводы негативной реакции

Отражение межпоколенческих конфликтов в выборке встречалось нечасто (1 276), что отчасти может быть связано со сценариями позитивной репрезентации в соцсетях (Nouwen, Duflos 2023). Чаще всего конфликты оказываются связаны именно с нарушением традиционных ролей.

Один из примеров – обсуждение ситуации, когда ребенок просил родителей и бабушек приютить бездомных котят, а все отказали. *«Стоп! Родители, бабушки, дедушки! Что же вы делаете!.. Ведь за просьбой забрать этих несчастных котят был настоящий крик о помощи»*. В этой истории взрослые (включая бабушек) предстали равнодушными к детской беде, и рассказчик их стыдит, напоминая, что бабушки и дедушки должны понимать и поддерживать своих внуков: *«Родителям и бабушкам, дедушкам... дедушка всегда поймут и поддержат»*. То есть автор апеллирует к стереотипу, где бабушка с дедушкой – фигуры защиты для ребенка (как и в примерах выше, где бабушка и дедушка – это те, кто играет, балует, а не запрещает). Нарушение этого ожидания воспринимается как серьезная проблема. Даже критика старшего поколения строится вокруг того, что они не оправдали традиционно приписываемую им роль заботливых и защищающих родственников.

Немногочисленные негативные сообщения исходят чаще всего не от внуков, а от детей и чаще всего поводами для негативной реакции становятся конфликтные ситуации, связанные с воспитанием детей и семейными ролями (346 сообщений). Большинство негативных сообщений вызваны тем, что бабушки или дедушки действуют вразрез с установками родителей в отношении ребенка. Молодые родители жалуются, что старшие родственники нарушают установленные запреты и режим: дают детям сладости и вредную пищу, позволяют чрезмерно долго смотреть мультфильмы, не придерживаются расписания сна и питания и т. п. Балование детей со стороны бабушек рассматривается молодыми семьями как вредное и способствующее плохому поведению детей, которое потом родителям самим приходится долго исправлять.

В корпусе сообщений присутствует ограниченное число высказываний, в которых подчеркивается сложный характер представителей старшего поколения (200 сообщений).

- *«Моя мама – это человек, с которым тяжело. Она не принимает мои решения, все время критикует. Но при этом ждет заботы».*
- *«Живем вместе с бабушкой. Это ад. Все не так, все не то, вечно недовольна».*
- *«В старости у них открылся эгоизм. Никто никому не нужен, только им самим».*
- *«Смотрю на свою маму – и думаю, как не повторить ее путь, полон обид и упреков».*
- *«Бабушка ворчит на все, не может привыкнуть, что время изменилось»*;
- *«Бабушка била, дед пил. Не люблю вспоминать»*;
- *«Старики требуют внимания, но в ответ только претензии»*.

Такие реплики могут отражать внутренние напряжения, связанные с различием ценностей, травматическим опытом прошлого, желанием сменить семейные сценарии. Несмотря на то, что эти упоминания составляют лишь небольшую часть общего массива, они фиксируют слой межпоколенческих отношений – амбивалентный, не всегда поддающийся однозначной моральной оценке, и потому значимый для анализа представлений о старшем поколении в цифровой среде. Особенно заметны гендерные различия: критические высказывания чаще касаются бабушек и матерей (113 сообщений), чем дедушек (11 сообщений).

Различия в отношении к бабушкам и дедушкам

В пользовательском дискурсе заметны некоторые отличия в том, как описываются бабушка и дедушка. В целом бабушка упоминается значительно чаще и разнообразнее, чем дедушка. Это отчасти отражает реальность: бабушки зачастую дольше живут и проводят больше времени с внуками, а также культурный

стереотип «бабушки с внуками» более развит. В анализируемых цитатах бабушки фигурируют как непосредственные участницы повседневной жизни (они готовят, нянчат, дают советы, сохраняют традиции, сидят с внуками, забирают их из сада или школы и пр.), тогда как дедушки – более дистанцированные образы, нередко связанные либо с воспоминаниями и редкими играми (роль Деда Мороза, подарки), либо с прошлым (военные истории, трудовая биография). Во многом это связано с демографическими провалами – отсутствием реальной мужской фигуры в старшем поколении семьи.

Многие теплые эпитеты адресованы именно бабушкам: их называют «бабуля», «наша бабушка», пишут о «бабушкиной мудрости» и «добре». Дедушек же ласково называют реже, но все же есть примеры («дедуля Валера» в поздравлении внука). Когда речь идет о паре, обычно сначала упоминают бабушку (11 406), потом дедушку, что может указывать на чуть более активную роль бабушки в семейных взаимодействиях (например: *«дети очень любили бывать у бабушки и дедушки, радуясь свободе»* – сперва бабушка). Отметим, что предположение о более активной роли является описательным наблюдением и требует верификации на независимых данных с применением иного исследовательского дизайна.

Роли тоже различаются. Образ бабушки чаще ассоциируется с уходом и эмоциональной поддержкой. В наших данных бабушки – героини историй про домашний уют, рецепты, еду, каникулы, нежность. Отчасти это может быть связано с особенностями номинации – не все называют своих бабушек и дедушек нового формата именно так, что может отражаться на выборке. Но даже когда бабушка выходит за рамки стереотипа (например, активная современная женщина – практически не встречается), это преподносится как эволюция традиционной бабушкиной роли (бабушка-путешественница, бабушка-блогер – но все же бабушка). Образ дедушки чаще проявляется через практические или героические аспекты: дедушка строит дом после войны и обеспечивает семью первым телевизором, дедушка приносит елочные игрушки и переодевается в Деда Мороза, дедушка – фронтовик или труженик, о котором вспоминают с гордостью, но который в настоящий момент уже не принимает участия в семье и внуках. Можно сказать, что в семейных нарративах дедушка часто фигура более фоновая, но воплощающая стабильность: дед прожил большую жизнь, трудился. Внуки гордятся дедами, берут с них пример стойкости и трудолюбия.

Бабушки в социальных сетях выступают как эмоциональный центр семьи, а дедушки – как моральный или исторический ориентир. Оба образа в целом позитивны, но акценты несколько различаются. Большинство пользователей говорят о конкретных личностях, любимых ими, а не об абстрактных ролях.

Выводы по эмпирической части исследования

Анализ пользовательского контента показал, что образы бабушек и дедушек в российском социомедийном дискурсе в основном соответствуют устоявшимся в культуре представлениям о старшем поколении как о хранителях семьи. На уровне повседневности бабушки и дедушки по-прежнему воспринимаются как ценность: они дарят внукам любовь, заботу, жизненную мудрость, а сами в глазах внуков заслуживают уважения и благодарности. Эти результаты согласуются с социологическими опросами: 81 % родителей подтверждают, что их дети регулярно общаются с бабушками и дедушками, а основные виды помощи старших остаются неизменны – присмотр за детьми (67 %), приготовление угощений (56 %), игры и прогулки (54 %), обучение навыкам (50 %) (ВЦИОМ 2024, «Бабушка XXI века»). Можно сказать, что массовый онлайн-дискурс подкрепляет идею о весомой роли старшего поколения в воспитании: в сознании пользователей семейная жизнь (быт) значительно сложнее без бабушек и дедушек. Новые тенденции, связанные с изменением стиля жизни пожилых, практически не встречаются в изучаемом корпусе данных и не находят отражения в обсуждениях пользователей.

Обнаруженные различия в восприятии бабушек и дедушек во многом отражают гендерные роли, принятые в обществе. Бабушки традиционно больше времени проводили с детьми, занимались домом – отсюда устойчивый образ бабушки, заботящейся о внуках. Дедушки зачастую занимались работой вне дома или имели более строгий статус – отсюда образ дедушки-наставника или дедушки-героя – превозносят за трудовые достижения, военную службу, характер – то есть за то, как они реализовали маскулинную роль. В соцсетях пользователи, описывая своих бабушек и дедушек, фактически воспроизводят эти архетипы. Дискурс социальных сетей подтверждает, что гендерные образы старшего поколения устойчивы, даже если сегодня размываются. И социальные сети в этом смысле носят несколько инерционный характер.

Посты о бабушках и дедушках чаще сопровождаются выражением позитивных эмоций, что также может говорить о социальном одобрении роли традиционной хорошей бабушки или хорошего дедушки. Можно говорить о традиции публичной благодарности старшим: тех, кто тепло отзывается о бабушках и дедушках, в комментариях поддерживают, истории набирают лайки. С этой точки зрения, соцмедиа выступают как пространство, где молодые люди публично выражают признательность своему старшему поколению, тем самым публично заявляя значимость этих фигур.

Вместе с тем наше исследование высветило и некоторые проблемные моменты. Во-первых, редкие критические сюжеты указывают, что ожидания от бабушек и дедушек также продиктованы стереотипами о старшем поколении, и любое отклонение (строгость, отказ помочь внуку, невозможность забрать ребенка)

осуждается. На нашем корпусе данных мы не можем судить о распространенности такого рода конфликтов, но можем отметить нормативность, окружающую старшее поколение. В публичном поле не принято говорить плохо о бабушках и дедушках, даже если в отдельных семьях проблемы есть. Молодежный сленг может шутливо называть пожилых «бумерами» или критиковать их старомодность, но в прямом семейном контексте негатив практически отсутствует. Мы почти не встретили в выборке жалоб внуков на бабушек и дедушек – вероятно, такие чувства либо не выносят на публику, либо и вправду редки. Это, возможно, определенный эффект социализации: с детства внушается почитать старших, поэтому даже в условно анонимном интернете люди склонны придерживаться уважительного тона.

Во-вторых, подавляющее большинство сообщений написаны от лица внуков (реже детей, говорящих о своих родителях-пенсионерах). В целом, аудитория соцсетей, особенно дискурсов о семейных ценностях, моложе; старшее поколение реже пишет публично на эти темы, и в целом имеет меньший доступ к социальным сетям. В результате мы имеем в основном репрезентацию образа бабушек и дедушек глазами младших поколений. Этот взгляд может идеализировать или упрощать образ. Такая фильтрация может поддерживать и укреплять, и воспроизводить позитивный миф о старшем поколении.

Наш материал показал, что ряд сообщений связывает рассказ о бабушках и дедушках с общей идеей национальной гордости или боли (например, упоминание о жертвах войны). Пользователи, защищая свою позицию, опираются на авторитет поколения, пережившего войну, используют его образ, как символ: «деды воевали, терпели – и мы должны помнить» или наоборот «наши дедушки пережили больше, чем нынешние жалуются». Этот феномен – инструментализация образа бабушек и дедушек в идеологических спорах – заслуживает отдельного исследования.

Выявленные в соцсетях образы во многом дополняют существующие научные представления о межпоколенческих отношениях. При этом базовый культурный сценарий – бабушка печет пироги, дедушка рассказывает истории – их личность не рассматривается «сама по себе» вне поля семейной роли. Современные образы бабушек и дедушек, выходящие за рамки этой модели, практически не представлены и не получают широкой поддержки со стороны пользователей, несмотря на существующие теоретические представления о трансформации возрастных ролей в медиа.

Можно утверждать, что анализ старшего поколения в семейном пользовательском дискурсе подтвердил значимость института старшего поколения в России. Бабушки и дедушки по-прежнему воспринимаются как часть семьи, носители традиций и ценностей, мост между прошлым и будущим. В цифровую эпоху эти роли не исчезают, и даже укрепляются через одобрение в социальных сетях.

Для дальнейших исследований представляет интерес более детальное изучение голоса самих представителей старшего поколения в социальных медиа, а также сравнительный анализ (отличаются ли репрезентации образа старшего поколения в разных культурных контекстах или регионах). Кроме того, актуально исследовать, как подобные позитивные нарративы влияют на практические межпоколенческие отношения: стимулируют ли они большее уважение к пожилым вне сети, способствуют ли расширению волонтерских движений помощи пожилым и т. д.

Список источников

Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / пер. с нем. М. М. Сокольской. Москва : Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

Барт Р. Мифологии / пер. с фр. С. Н. Зенкина. Москва : Академический проект, 2023. 351 с.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Москва : Медиум, 1995.

Иленне В. Репрезентации старения в СМИ // Культурная геронтология / под ред. Дж. Твига, У. Мартина. Лондон: Routledge, 2015. С. 1–15; пер. обзора: Соц. и гуманит. науки. Сер. 11, Социология. 2020. № 1.

Тихомиров С. А. Образ бабушки глазами современной молодежи: штрихи к портрету // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. № 11. С. 84–93. https://doi.org/10.24422/MCITO.2017.11.8159.

Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. Санкт-Петербург : Питер, 2025. 352 с.

Beck U., Beck-Gernsheim E. The Normal Chaos of Love. John Wiley & Sons, 2018.

Bengtson V. L., Roberts R. E. L. Intergenerational solidarity in aging families: An example of formal theory construction // Journal of Marriage and Family. 1991. Vol. 53. No. 4. P. 856–870. https://doi.org/10.2307/352993.

Gehrmann R. The digital granny: Staging grandparents on social media // Gender Forum. 2023. Vol. 22, No. 2. P. 59–83. https://doi.org/10.18716/ojs/gefo/2023.2406.

Laz C. Act Your Age // Sociological Forum. 1998. Vol. 13. P. 85–113. https://doi.org/10.1023/A:1022160015408.

Luescher K., Pillemer K. Intergenerational ambivalence: A new approach to the study of parent-child relations in later life. Journal of Marriage and the Family. 1998. № 60 (2). Pp. 413–425. https://doi.org/10.2307/353858.

Ng R., Indran N. Not too old for TikTok: How older adults are reframing aging // The Gerontologist. 2022. Vol. 62. No. 8. P. 1207–1216. https://doi.org/10.1093/geront/gnac055.

Nouwen M., Duflos M. Displaying intergenerational solidarity on TikTok during the COVID-19 pandemic:

Understanding the implications in the grandparent-grandchild relationship // Journal of Family Studies. 2023. Vol. 29, No. 3. P. 1134–1153. https://doi.org/10.1080/13229400.2022.2032275.

Soto-Perez-de-Celis E. Social media, ageism, and older adults during the COVID-19 pandemic // EClinicalMedicine. 2020. Vol. 29. 100634. https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100634.

Strathern M. After Nature: English Kinship in the Late Twentieth Century. – Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

West C., Zimmerman D. H. Doing Gender // Gender & Society. 1987. Vol. 1, No. 2. P. 125–151. https://doi.org/10.1177/0891243287001002002.

References

Assman, Ya. (2004). *Kul'turnaya pamyat': pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti* [Cultural memory: writing, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity]. Moscow, Iazyki slavianskoi kul'tury. 368 p. (In Russ.).

Bart, R. (2023). *Mifologii* [Mythologies]. Moscow, Akademicheskii proekt. 351 p. (In Russ.).

Berger, P., Lukman, T. (1995). *Sotsial'noe konstruirovanie real'nosti* [The social construction of reality]. Moscow, Medium. (In Russ.).

Ilenne, V. (2015). Kul'turnaya gerontologiya [Cultural gerontology]. *Reprezentatsii stareniya v SMI* [Representations of aging in the media]. London: Routledge. 1–15; Russian translation of the review: *Sots. i gumanit. nauki. Ser. 11, Sotsiologiya*, 2020, 1. (In Russ.).

Tikhomirov, S. A. (2017). Obraz babushki glazami sovremennoi molodezhi: shtrikhi k portretu [The image of the grandmother through the eyes of modern youth: strokes to a portrait]. *Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal Kontsept*, 11. 84–93. https://doi.org/10.24422/MCITO.2017.11.8159. (In Russ.).

Khalbvaks, M. (2025). *Sotsial'nye ramki pamyati* [Social frameworks of memory]. Saint Petersburg: Piter. 352 p. (In Russ.).

Beck, U., Beck-Gernsheim, E. (2018). *The Normal Chaos of Love*. John Wiley & Sons.

Bengtson, V. L., Roberts, R. E. L. (1991). Intergenerational solidarity in aging families: An example of formal theory construction. *Journal of Marriage and Family*, 53 (4). 856–870. https://doi.org/10.2307/352993.

Gehrmann, R. (2023). The digital granny: Staging grandparents on social media. *Gender Forum*, 22 (2). 59–83. https://doi.org/10.18716/ojs/gefo/2023.2406.

Laz, C. (1998). Act your age. *Sociological Forum*, 13. 85–113. https://doi.org/10.1023/A:1022160015408.

Lüscher K., Pillemer K. (1998) Intergenerational ambivalence: A new approach to the study of parent-child relations in later life. *Journal of Marriage and the Family*, 60 (2). 413–425. https://doi.org/10.2307/353858.

Ng, R., Indran, N. (2022). Not too old for TikTok: How older adults are reframing aging. *The Gerontologist*, 62 (8). 1207–1216. https://doi.org/10.1093/geront/gnac055.

Nouwen, M., Duflos, M. (2023). Displaying intergenerational solidarity on TikTok during the COVID-19 pandemic: Understanding the implications in the grandparent–grandchild relationship. *Journal of Family Studies*, 29 (3). 1134–1153. https://doi.org/10.1080/13229400.2022.2032275.

Soto-Perez-de-Celis, E. (2020). Social media, ageism, and older adults during the COVID-19 pandemic. *EClinicalMedicine*, 29. 100634. https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2020.100634.

Strathern, M. (1992). *After Nature: English Kinship in the Late Twentieth Century*. Cambridge: Cambridge University Press.

West, C., Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, 1 (2). 125–151. https://doi.org/10.1177/0891243287001002002.

Информация об авторах

Е. Н. Соколова – кандидат политических наук, заведующая проектно-учебной лабораторией политических коммуникаций, Школа коммуникаций, факультет креативных индустрий

М. В. Григорьева – старший преподаватель, факультет креативных индустрий, Школа коммуникаций

Information about the authors

Ekaterina N. Sokolova – Cand. Sci. (Political Science), Head, Project and Educational Laboratory for Political Communications, School of Communications, Faculty of Creative Industries, National Research University Higher School of Economics

Maria V. Grigoreva – Senior Lecturer, Faculty of Creative Industries, School of Communications, National Research University Higher School of Economics

Вклад авторов:

Е. Н. Соколова – разработала теоретическую основу работы: сформулировала исследовательские вопросы и предложила аналитическую схему. Кроме того, она провела итоговую научную редактуру текста, обеспечив его соответствие требованиям академического сообщества. Благодаря ее усилиям были привлечены внешние критики и профессиональные консультанты, что позволило существенно усилить методологическую проработку и интерпретационные рамки исследования.

М. В. Григорьева – отвечала за прикладную реализацию сбора и анализа данных, организовала выгрузку корпуса сообщений, выполнила тематическое моделирование, провела предобработку текстов, а также осуществила интерпретацию выявленных результатов. Ею была подготовлена основная версия текста статьи с учетом предложений всех соавторов, внешних критиков и консультантов.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 24.10.2025; одобрена после рецензирования 23.01.2026; принята к публикации 19.03.2026.
The article was submitted 24.10.2025; approved after reviewing 23.01.2026; accepted for publication 19.03.2026.