



Научная статья  
DOI [10.19181/nko.2023.29.3.4](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.4)  
EDN [FQHVOQ](https://edn.ru/FQHVOQ)  
УДК 316.77



**Е. В. Чанкова**<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup> РЭУ им. Г. В. Плеханова

<sup>2</sup> МГТУ им. Н. Э. Баумана  
Москва, Россия

## СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРОЯВЛЕНИЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МОЛОДЕЖИ

**Аннотация.** Коммуникативная компетентность молодёжи рассмотрена с позиций феноменологии, социальной реальности, когда интерсубъективные взаимодействия акторов определяют складывающуюся в сознании субъективную картину представлений об общении. Отмечена ключевая роль процессов смыслообразования в социальной коммуникации и коммуникативной компетентности. В становлении личностных и социокультурных смыслов коммуникации участвуют знания и ценности коммуникации, нормы общения, коммуникативные умения и способы поведения – определяющие структуру коммуникативной компетентности, направленной на поддержание социальности, социальной связи. Поскольку формирование социальной реальности отличается дифференциацией, и сама молодёжь как социальная группа дифференцирована, целью статьи явилось выявление связей между основными дифференцирующими признаками и проявлениями коммуникативной компетентности молодёжи. Рассмотрены дифференцирующие демографические показатели: гендер, тип поселения, уровень образования, регион проживания. Гендер рассмотрен как ведущий дифференцирующий признак. Измеряемые показатели коммуникативной компетентности: смыслы общения, нормы коммуникации, коммуникативные умения. Проведённый анализ показал наличие связей между дифференцирующими признаками и проявлениями коммуникативной компетентности: на фоне доминирования терминальных ценностей и соответствующих им умений в сочетании с ориентацией на изменение нормы коммуникации как основных характеристик в структуре коммуникативной компетентности опрошенной молодёжи, выявлено, что сельские юноши и девушки в большей степени, чем городские, привержены стабильности в норме взаимодействия; респонденты, имеющие полное общее среднее образование, а также девушки из федеральных центров, являются наиболее выраженными носителями терминальных ценностей коммуникации. Молодые мужчины и женщины Вологодского региона лидируют среди других регионов в ориентации на инструментальные ценности общения, мужчины этого региона – самая малочисленная по проявленности ряда коммуникативных умений, в том числе инструментальных. Данные связи отражают как расширение социальной реальности и коммуникативной компетентности опрошенной молодёжи за счёт её социокультурной дифференциации, так и указывают на наличие определённых проблем, как социокультурного, так и более широкого характера, что требует обсуждения.

**Ключевые слова:** коммуникативная компетентность молодёжи; социальная реальность; дифференцирующие признаки проявления коммуникативной компетентности

**Для цитирования:** Чанкова Е. В. Социокультурная дифференциация проявлений коммуникативной компетентности молодёжи // Наука. Культура. Общество. 2023. Т. 29, № 3. С. 82–97. DOI [10.19181/nko.2023.29.3.4](https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.4). EDN [FQHVOQ](https://edn.ru/FQHVOQ)

**Введение.** Конфигурации коммуникативных практик молодёжи являются значимой частью культурного воспроизводства общества, а их понимание непосредственно связано с анализом умений и способностей коммуницировать – то есть, с коммуникативной компетентностью.

Коммуникативная компетентность личности — категория, способствующая осмыслению комплекса проявлений личности молодых людей не только в отдельных коммуникативных актах, но в социальных связях и отношениях, задающих тренды коммуникаций общества. Остановимся подробнее на понимании и взаимосвязи понятий коммуникации, социальной коммуникации и коммуникативной компетентности личности. Если коммуникация — это, в общепринятом смысле (К. Шеннон, У. Уивер, У. Шрамм,) [1], обмен информацией, её передача, то социальная коммуникация — это, в первую очередь, обмен смыслами, заложенными в информации, создание общего смыслового пространства участниками коммуникации, являющегося питательной средой для формирования разделяемых ценностей, норм коммуникации, солидарности и на этой основе — социальности как группового способа жизни общества. В этом залоге под коммуникативной компетентностью личности подразумевается качество, определяющее такие её особенности, которые позволяют личности воспроизводить и поддерживать свою социальность. Социальность личности как возможность жить групповым способом, обеспечивают такие составляющие, как коммуникативные знания, то есть отражённые в сознании индивида представления о коммуникации, ценности — «значимые социальные практики коммуникации с точки зрения их соответствия нормам конкретной культуры, потребностям общества» [2, с. 480], «совокупности установок на высшие жизненные принципы, идеалы, отражённые в целях жизнедеятельности и средствах их достижения, содержащиеся в коллективных представлениях о должном, важном, значимом» [3, с. 2], нормы коммуникации как «образец поведения в социальной системе, регулирующий поведение людей на основе взаимных ожиданий предсказуемых действий» [2, с. 245], коммуникативные умения и способы поведения. Этот коммуникативный комплекс подразумевает, что индивид, им обладающий, способен на должном уровне справляться с коммуникативными задачами, стоящими перед ним. В этом смысле представление о коммуникативной компетентности разделяется с взглядами Ю. Н. Жукова: «...умение и готовность на соответствующем уровне справляться с кругом задач» [4, с. 16], Д. П. Гавры: «...качество выполнения социальным субъектом функций коммуникативного актора» [1, с. 207]. В определённом смысле коммуникативная компетентность пересекается с пониманием коммуникативного навыка Т. З. Адамьянц, определяющей его как «особенности понимания человеком глубинного смысла (интенциональности) коммуникативных актов» [5, с. 5].

Поскольку коммуникативная компетентность обеспечивает сохранение социальности, предполагающей устойчиво воспроизводимые социальные связи, её контекст напрямую связан с вопросами понимания сути самой коммуникации, другого как носителя смыслов и, более широко, — смыслообразования в пространстве коммуникативных взаимодействий.

В философской традиции категория смысла представлена как «содержание понятия, то есть, то, понимание чего является условием адекватного восприятия, усвоения данного имени (предмета)» [6, с. 618]. В отечественной психологии А. Н. Леонтьевым разработано понятие личностного смысла, получившее дальнейшее развитие в трудах Д. А. Леонтьева, определяющего смысл (текстов, фрагментов мира, образов сознания, душевных явлений и действий) через их контекст и через интенцию (целевую направленность, предназначение и направление движения) [7, с. 26]. В социологической традиции А. В. Соколов различает смыслы личностные, вырабатываемые и используемые отдельной личностью в процессе её жизнедеятельности, и социальные, то есть общепризнанные материальные и духовные ценности, социальные нормы, общественные знания, нацио-

нальный язык и др. [8, с. 135]. Ю. А. Зубок и В. И. Чупровым общественно-значимые смыслы рассматриваются шире, нежели социальные, и связываются ими с культурой в целом: «Благодаря связи с культурой, смыслы жизни приобретают ценностную форму» [3, с. 3]. Указанные авторы связывают функционирование смыслов с построением социальной реальности носителя смысла: «...устойчивость ценностно-смысловых факторов, а регуляции определяет интерпретации реальности, представления о значимых событиях, жизненные выборы и в целом направленность социального поведения отдельных групп, отражая тем самым исторически сложившиеся образцы культуры» [3, с. 3]. Понимание же, как следует из определения смысла в философском энциклопедическом словаре, является способом постижения смысла – во всех его проявлениях.

Коммуникативная компетентность личности как качество, интегрирующее знания о коммуникации и её правилах, усвоение сложившихся, или конструирование новых ценностей и норм коммуникации, коммуникативные умения и способы поведения, соответствующие жизненным задачам личности [9, с. 17] формируется в пространстве личностных и общекультурных смыслов. Формирование в этом контексте делает возможным понимание смыслов (контекстов, интенции), передаваемых партнёрами по взаимодействию, обмен ими, создание некоего общего смыслового пространства. И, как следствие, совершение коммуникативных действий, адекватных общему смысловому пространству, что является залогом сохранения социальности в той или иной группе и в целом в социуме. Так могла бы выглядеть идеальная конструкция.

Но возникает правомерный вопрос: насколько однородно/разнородно проявляется коммуникативная компетентность личности в молодёжной среде? Если рассматривать общество, группу, как совокупность коммуникативных компетентностей – то, вероятно, выявление того, как по-разному проявляется коммуникативная компетентность молодёжи в широком социокультурном поле, позволяет увидеть характер социальных связей и отношений в их многообразии, что отражает существенную дифференциацию и коммуникативных образцов, и их носителей.

Цель этой статьи заключается в выявлении связей между основными дифференцирующими признаками и проявлениями коммуникативной компетентности молодёжи.

**Методы.** Исследование коммуникативной компетентности личности построено на разработке Центром социологии молодёжи ИСПИ ФНИСЦ РАН (Ю. А. Зубок, В. И. Чупров) концепции изменяющейся социальной реальности. В данном залоге коммуникативная компетентность личности рассматривается с позиции феноменологической методологии, когда социальная реальность является результатом субъективного отношения к объективной действительности. [10, с. 537], и личность в коммуникации обладает индивидуальными параметрами восприятия объективной действительности. Коммуникация, социальные взаимодействия в данном случае являются и механизмом, и результатом формирования социальной реальности. Интерсубъективность социальной реальности проявляется в том, что индивид предполагает, что окружающие видят действительность точно также, как он сам. Таковая убеждённость способствует устойчивости восприятия реальности как объективной [11, с. 15]. Из данной реальности акторами совершаются объективно существующие коммуникации, формируются социальные отношения. Коммуникативная компетентность, по сути, закрепляет и обеспечивает воспроизводство в структуре личности инди-

вида его интерсубъективной реальности, порождая определённые коммуникативные практики.

От социальных позиций индивида зависит степень его включенности в социальные взаимодействия, что, в свою очередь, определяет и уточняет его социальную реальность и знания о ней [11, с. 15]. Социально-демографические характеристики акторов, определяемые ими социальные статусы, роли – влияют на разнообразие и социальной реальности, и социальных коммуникаций реверсным образом, определяют расширение представлений и знаний индивидов, а также их социальную реальность. Коммуникативная компетентность молодёжи является частью её социальной реальности, а дифференциация проявлений компетентности в коммуникации является выражением расширения молодёжной социальной реальности.

В данной статье рассмотрено, как социально-демографические показатели (пол, образование, тип поселения, регион) участвуют и определяют социальную реальность респондентов, закрепляются и проявляются в их коммуникативной компетентности, определяющей характер объективных социальных связей и отношений опрошенной молодёжи.

Существующие в структуре коммуникативной компетентности признаки (знания, ценности, нормы, умения коммуникации) в более-менее целостном виде отражают основные её составляющие.

Оговорим, что в результатах исследования ценности коммуникации представлены в формате терминальных и инструментальных смыслов: «...наиболее фундаментальным основанием типологии (ценностей) является различие терминальных и инструментальных ценностей, где терминальные (целевые) ценности обобщённо выражают цели жизни и идеалы, а инструментальные ценности репрезентируют одобряемые в данном обществе средства достижения этих целей» [3, с. 3]. С позиции формирования социальной реальности это означает, что ценности являются ключевой точкой осмысления социальной действительности и формирования образов реальности. А социальные свойства объектов (в нашем случае – коммуникации) становятся предметом их смысловой обработки [3, с. 3].

Дифференцирование проявлений коммуникативной компетентности как части социальной реальности связано, во-первых, с механизмами формирования самой социальной реальности. По А. Шюцу, «...формы знания о жизненном мире, во-первых, весьма дифференцированы, во-вторых, постоянно меняются, флуктуируют, что проявляется в сознании отдельного индивида или группы и в их отношении к другим объектам» [10, с. 79; 12, с. 9]. Во-вторых, обусловлено тем, что молодёжь как социальная группа дифференцирована: «Наряду с «классическими основаниями дифференциации – гендер, возраст, регион, уровень образования и доходов, действует целый ряд других оснований, определяющих социальные и социокультурные различия молодёжи» [12, с. 9]. Помимо этого, «...неодинаковый темп освоения реальности и неравенство доступа к ресурсам развития» [12, с. 9] создаёт основания «...формирования различных групп молодёжи, формирующих свои собственные образы реальности, что определяется как один из современных трендов» [12, с. 9].

В анализе акцентирован гендерный аспект, что связано с различиями опыта коммуникаций у юношей и девушек, выявленными и описанными в соавторстве с Н. А. Селиверстовой [13, с. 147]. Было показано, как именно проявляется гендерная дифференциация, из чего следует, что она предоставляет существенные возможности более точного определения социокультурных оснований форми-

рования коммуникативной компетентности и дифференциации её проявлений.

Показатель ценностей коммуникации в структуре коммуникативной компетентности измерялся с помощью выяснения отношения респондентов к терминальным и инструментальным смыслам общения. В более ранних публикациях Центра социологии молодёжи ИСПИ ФНИСЦ РАН было выявлено доминирование терминальных смыслов общения над инструментальными [14], а также уже упомянутая гендерная дифференциация в отношении молодёжи к смыслам коммуникации [13]: у женщин отношение к терминальным смыслам общения значительно выше (84,0%), чем у мужчин (75,2%).

Таким образом, все измерения проведены с учётом аспекта гендера и учитывают различия поселенческого и регионального характера, а также уровень образования в их связи со смыслами коммуникации, т.е. пониманием и восприятием коммуникации как таковой и отношением к нормам. *При таком подходе мы рассматриваем коммуникацию как феномен социальной реальности.* Анализ дифференциации проявляемых умений, предпринятый в статье, показывает рефлексию молодёжи в отношении другого базового компонента коммуникативной компетентности.

Эмпирические данные, использованные в анализе, получены в ходе исследования, проведённого Центром социологии молодёжи ИСПИ ФНИСЦ РАН под руководством Ю. А. Зубок при непосредственном участии автора, в период ноября 2021 – февраля 2022 гг. в 11 регионах РФ (Московский, Орловский, Вологодский, Пензенский, Ростовский, Алтайский, Краснодарский, Крымский, Казанский, Ставропольский, Новосибирский). Опрос проводился путём самостоятельного заполнения анкеты в гугл-форме. Общее количество опрошенных – 2450 в возрасте от 15 до 29 лет. Выборка репрезентативная, квотная по возрасту и типу поселения, стратифицированная. Ошибка выборки составляет 1,96. Статистическая обработка эмпирических результатов проведена в программе SPSS Statistics 21 с использованием многомерного анализа.

**Дифференциация коммуникативной компетентности в молодёжной среде.** Понимание смысла общения, выявляемого в ответах на вопрос **«В чем для вас смысл общения»** представлено в сопряжении с показателями пола, типа поселения, уровня образования и региона проживания.

Проанализируем, какова дифференциация в проявлениях коммуникативной компетентности опрошенных респондентов с учётом гендерной специфики. В таблице 1 представлено распределение данных в сопряжённости с типом поселения и смыслами общения.

Как следует из данных исследования, содержащихся в Таблице 1, как среди мужчин, так и среди женщин – для всех типов поселения – значимость *терминальных смыслов* общения значительно превышает значимость *инструментальных смыслов*. То есть, в социальной реальности молодых респондентов значимость таких ценностей, как радость общения, внутренняя потребность, удовольствие от общения – в два и более раз превышает значимость таких ценностей, как полезные связи, долг вежливости, вынужденная необходимость общения. Вместе с тем, среди молодых мужчин и женщин обнаружено гендерное различие в отношении ценностей коммуникации: женщины во всех типах поселения оказываются в большей степени ориентированными на терминальные смыслы коммуникации, чем мужчины (также для всех типов поселения). То есть, коммуникативная компетентность личности ответивших – по показателю ценностей коммуникации – имеет гендерные различия для всех типов поселения.

Таблица 1

## Связь гендерной принадлежности, типа поселения и смыслов общения

Пол	Тип поселения	Смыслы общения, в %	
		терминальные	инструментальные
мужской	Центр субъекта Федерации (более 150 тыс.)	75,3	24,7
	Райцентр (менее 150 тыс.)	68,2	31,8
	Село, посёлок, деревня, хутор	76,1	23,9
женский	Центр субъекта Федерации (более 150 тыс.)	84,7	15,3
	Райцентр (менее 150 тыс.)	82,9	17,1
	Село, посёлок, деревня, хутор	82,2	17,8

Вместе с тем, среди женщин, проживающих в *сельской местности*, зафиксирован самый высокий для женщин и мужчин процент значимости такой терминальной ценности, как *радость от общения* (37,6%). То есть, молодые женщины, проживающие в сельской местности, ориентированы на традиционные ценности в своей коммуникации. Но по совокупности терминальных смыслов – большинство носителей *терминальных ценностей* общения среди *женщин, проживающих в федеральных центрах*.

У молодых мужчин, проживающих в *районных центрах*, значимость *терминальных ценностей* коммуникации, согласно их картине жизненного мира, оказывается ниже (68,2%), чем среди проживающих в федеральных центрах и сёлах (75,3% и 76,1% соответственно). То есть, молодые респонденты *районных центров* опрошенных регионов в большей степени ориентированы на *инструментальные ценности и смыслы общения*, чем молодёжь, проживающая в федеральных центрах и сёлах.

Причина данной дифференциации видится как в особенностях гендерной социализации (воспитание мальчиков в большей степени ориентировано на внимание к средствам достижения целей, прагматизм), так и в социокультурных особенностях организации жизни в поселениях разного типа в РФ. Вероятно, в малых городах с населением менее 150 тыс. коммуникации у молодых мужчин связываются в их социальной реальности с долгом, вынужденной необходимостью, полезными связями – с ценностями, придающими коммуникации прагматизм и рациональность в силу сложившихся, возможно, экономических факторов (по данным исследования Ю. М. Плюснина (2013 г.), значительная часть жителей малых городов вынуждены уезжать из родных мест на заработки в другие регионы [15, с. 72]).

Анализ сопряжения гендер – смыслы общения – регион проживания показал, что молодые мужчины и женщины, независимо от региона проживания (опрошено 11 регионов РФ), продемонстрировали социальную реальность, в которой степень значимости смыслов общения, отражающих инструментальные ценности коммуникации – значительно ниже терминальных ценностей. При этом наиболее высокие показатели разделения инструментальных ценностей выявлены у мужчин, проживающих в Новосибирском (29,8%), Московском (29,2%), Вологодском регионах (27,9%), наиболее низкие – в Пензенском регионе (19,7%).

Среди молодых женщин, проживающих в Вологодском регионе, наиболее высокий уровень предпочтения инструментальных смыслов общения (27,2%) –

такой же, как у вологодских мужчин. Отсутствие гендерной разницы у молодёжи этого региона в понимании ценностей коммуникации может быть связана с особенностями данного региона (упомянутое выше исследование Ю. М. Плюснина), когда важны именно инструментальные связи для решения насущных экономических и бытовых вопросов.

Трёхмерный анализ показателей гендер – смыслы общения – уровень образования подтвердил превышение значимостей терминальных ценностей по гендерному признаку. Учёт уровня образования в анализе показал, что и среди мужчин, и среди женщин, имеющих *законченное полное среднее образование*, значимость *терминальных ценностей и смыслов* коммуникации является максимальной по сравнению с другими образовательными уровнями (начальное общее, среднее профессиональное, высшее – три ступени – бакалавриат, специалитет/магистратура, аспирантура/учёная степень) – 77,8% среди мужчин и 87,0% среди женщин. Сходным образом – как среди мужчин, так и среди женщин – происходит *снижение уровня значимости терминальных ценностей* у имеющих *учёную степень/закончивших аспирантуру*: 62,5% и 70,4% соответственно. Наиболее высокий уровень ценности *инструментальных смыслов* коммуникации характерен для молодых мужчин и женщин, закончивших *аспирантуру/имеющих учёную степень* (37,2% и 14,3%), что характеризует данный образовательный слой с позиции приверженности рациональности в их интеракциях. Коммуникации опрошенных демонстрируют достаточно дифференцированную социальную реальность по признаку гендера и уровня образования.

Отношение к норме коммуникации выявлялось вопросом о том, какое утверждение отражает собственную позицию респондентов. Предлагалось идентифицироваться со следующими вариантами: «Необходимо принимать сложившиеся правила общения и подстраиваться под них, чтобы не нарушать порядок», «Правила общения – не догма, их надо изменять в зависимости от обстоятельств» или «Никаких правил не существует».

Обратимся к анализу показателя «*норма коммуникации*» в структуре коммуникативной компетентности личности респондентов в сопряжении гендер – норма коммуникации – тип поселения (таблица 2).

Как показывает данное распределение, по отношению к норме коммуникации гендерные различия среди живущих в различных типах поселения не демонстрируют весомых расхождений. Также обнаружено, что для обеих гендерных групп, проживающих во всех типах поселений, характерен сдвиг отношения к норме в сторону её пересмотра в случае необходимости (более 50% ответивших). Это означает, что в социальной реальности молодёжи закреплён нормативный релятивизм, проявляющийся в коммуникации. Вместе с тем заметна дифференциация среди молодых мужчин для разных типов поселений: у проживающих *в селе* наиболее низкий процент считающих, что «*норма – не догма*» (49,5%) по сравнению с мужчинами, проживающими *в райцентрах и федеральных центрах* (среди них процент рассматривающих норму с позиции возможности её изменения заметно выше: 57,6% и 57,5% соответственно), практически одинаковое количество. Подобная тенденция характерна и для молодых женщин. Ответившие женщины, проживающие *в селе*, оказались самой малочисленной группой среди относящихся к норме не как к догме: 51,4% – на фоне женщин, проживающих *в райцентрах* (готовых пересматривать норму – 59,5%) и *федеральных центрах* (готовых к пересмотру нормы – 60,0%). Кроме того, обращает на себя внимание факт, что процент затруднившихся ответить на данный вопрос – от 5,6% у жительниц малых городов стремится к 10,6% у мужчин – жителей села. Вероятно,

Таблица 2

**Связь гендерной принадлежности, типа поселения и отношения к норме коммуникации (в %)**

Пол	Тип поселения	Отношение к норме коммуникации			
		Необходимо принять сложившиеся правила общения и подстраиваться под них, чтобы не нарушать порядок	Правила общения – не догма, их надо изменять в зависимости от обстоятельств	Никаких правил не существует	Затрудняюсь ответить
мужской	Центр субъекта Федерации (население более 150 тыс.)	27,3	57,5	7,5	7,8
	Райцентр население (менее 150 тыс.)	30,8	57,6	5,6	6,1
	Село, посёлок, коттеджный посёлок, деревня	33,5	49,5	6,4	10,6
женский	Центр субъекта Федерации (население более 150 тыс.)	25,3	60,0	6,4	8,3
	Райцентр население (менее 150 тыс.)	28,3	59,5	6,7	5,6
	Село, посёлок, коттеджный посёлок, деревня	31,2	51,4	8,5	8,9

что в жизненном опыте у данной категории опрошенных недостаточно знаний о норме коммуникации, позволяющих рассуждать об императивности – диспозитивности нормы взаимодействия. Замечен небольшой процент как мужчин, так и женщин, проживающих в разного типа поселениях, утверждающих, что «правил общения не существует» (от 5,6% до 8,5%). Данное распределение указывает, что остальные ответившие (от 84,0 до 89,0%) ориентированы на отношение к норме коммуникации как утвердившемуся и устойчивому явлению культуры, их социальная реальность тесно связывает коммуникацию с определёнными правилами взаимодействия. Инновационное отношение к норме – это более половины среди ответивших – вопрос, который отрефлексирован и решён.

Результаты сопряжения «гендер – отношение к норме – уровень образования» представлены в Таблице 3.

Анализ распределения показал, что в данном сопряжении сохраняется предыдущий тренд: более 50% мужчин и женщин всех уровней образования предпочли формулировку «Правила общения – не догма, их надо изменять в зависимости от обстоятельств» как ответ на вопрос об их отношении к норме общения (за исключением мужчин с начальным общим образованием – 38,4%). В этой тенденции лидируют мужчины с уровнем образования аспирантура/учёная степень – их 75%, среди них же отсутствуют затруднившиеся ответить на вопрос об их отношении к правилам взаимодействия. Можно предположить, что это результат уже имеющихся рефлексивных рассуждений к моменту опроса. Наибольший же процент затруднившихся ответить на вопрос, касающийся правил взаимодействия, сосредоточен среди молодых людей с начальным общим образованием (13,7%), в отличие от девушек с аналогичным уровнем образования (затруднившихся в ответе на вопрос – 4,4%).

**Связь гендерной принадлежности, уровня образования и отношения к норме коммуникации (в %)**

Пол	Уровень образования	Отношение к норме коммуникации			
		Необходимо принять сложившиеся правила общения и подстраиваться под них, чтобы не нарушать порядок	Правила общения – не догма, их надо изменять в зависимости от обстоятельств	Никаких правил не существует	Затрудняюсь ответить
мужской	Начальное общее	42,5	38,4	5,5	13,7
	Среднее полное общее	29,4	56,9	5,9	7,8
	Среднее профессиональное	29,8	51,1	7,1	12,1
	Высшее (бакалавриат)	23,8	65,4	7,7	3,1
	Высшее (специалитет/магистратура)	25,6	65,4	7,7	3,1
	Высшее (аспирантура/учёная степень)	12,5	75,0	12,5	0,0
женский	Начальное общее	34,5	54,0	7,1	4,4
	Среднее полное общее	26,4	57,7	6,7	9,2
	Среднее профессиональное	27,2	57,5	6,6	8,8
	Высшее (бакалавриат)	26,2	61,2	8,3	4,4
	Высшее (специалитет/магистратура)	24,1	64,4	4,6	6,9
	Высшее (аспирантура/учёная степень)	23,8	61,9	9,5	4,8

В гендерной демографической категории зафиксировано различие в отношении к норме: среди респондентов с начальным общим уровнем образования: среди мужчин принимают сложившиеся правила 42,5%, среди женщин таких – 34,5%. А среди склонных к их пересмотру в случае необходимости мужчин – 38,4%, женщин – 54,0%. То есть, у девушек с начальным общим образованием (в нашем случае, это 15-летние девушки) более высокий инновационный потенциал, чем у юношей. С ростом уровня образования инновационный потенциал снижается, вновь возрастая при завершении аспирантуры/получении учёной степени.

Анализ связей гендера, региона проживания с отношением к норме коммуникации показал, что и мужчины, и женщины, проживающие в разных регионах РФ, продемонстрировали склонность к ревизии норм, если в этом есть необходимость: лишь среди мужчин, проживающие в Орловском и Крымском регионах, оказалось немногим менее 50% разделяющих позицию «Норма – не догма» (48,0% и 48,6% соответственно). Вместе с тем, выявлены некоторые гендерные

межрегиональные различия в понимании нормы общения. Так, 2/3 молодых респонденток из 5 регионов и 11 опрошенных регионов (Московский, Вологодский, Пензенский, Алтайский, Ростовский) выбрали инновационное отношение к правилам взаимодействия. Среди мужчин таковые проживают в двух регионах (Пензенском – 60,6% и Ростовском-на-Дону – 64,8%), то есть, среди женщин в целом более распространена позиция склонности к изменению правил взаимодействия.

Среди отрицающих существование норм общения лидируют молодые респонденты, проживающие в Вологодском (11,6%) регионе, а наиболее склонными к легитимности (1,8% считают, что правила отсутствуют) стали мужчины, проживающие в Новосибирском регионе. В женском распределении: проживающие в Казанском регионе – 11,2% (это максимум в распределении) считают, что правил взаимодействия не существует, в Пензенском регионе – минимальные показатели – 3,4%.

Отметим, что молодые мужчины Вологодского региона более, чем в других регионах, ориентированы на инструментальные ценности и смыслы в своих интеракциях. Среди них – максимум среди других регионов, отрицающих существование нормативных регуляторов взаимодействия.

Ответы на вопрос **«Насколько вы проявляете в общении следующие умения?»** представлен в сопряжении с показателями пола, типа поселения, уровня образования и региона проживания.

Проанализируем результаты корреляции гендер – тип поселения – умение коммуницировать.

Выявлено гендерное различие по умению *настаивать на своём, признанию неправоты, требованию исполнения договорённостей, не сплетничать* (значимое превышение носителей данного умения тотально среди мужчин всех типов поселения по сравнению с женщинами). А по умению *быть вежливым, оказывать помощь и поддержку нуждающимся, сочувствовать и эмоционально поддерживать* (значимое превышение носителей данного умения среди женщин для всех типов поселений по сравнению с мужчинами).

Молодые мужчины и женщины для *всех типов поселения* показали высокий уровень умения всегда *слушать и стараться понять другого*, ключевого в социальной коммуникации (выше 60,0%), вместе с тем среди жителей села обнаружена дифференциация в проявлении данного умения всегда: для женщин – 63,1%, для мужчин – 67,6%. Мужчины, проживающие *в селе*, чаще, чем женщины, готовы *всегда выслушать и понять*. Несмотря на большую склонность женщин, в отличие от мужчин, к терминальным смыслам общения (см. Табл. 1), по типу поселения наблюдается обратная гендерная зависимость для *жителей села*. Для жителей районных центров гендерное различие в умении слушать и понимать носит несущественный характер (мужчины – 55,6%, женщины – 56,1%). И лишь для мужчин федеральных центров данное умение распространено меньше (60,3%), чем среди женщин из федеральных центров (66,6%) – в соответствии с гендерной дифференциацией в смыслах коммуникации.

Молодые мужчины, проживающие *в селе*, продемонстрировали более высокую степень всегда *сохранять добрые отношения* (64,9%), нежели женщины (58,5%), проживающие в сельской местности. В инструментальном умении всегда *аргументировать свою позицию* мужчины *из сел* также превзошли женщин, проживающих в *сёлах* (63,3% и 53,9% соответственно). *Сельские* молодые мужчины чаще признают *свою неправоту* (45,7%), по сравнению с женщинами *из сельских поселений* (37,2%).

Выявлен процент мужчин, проживающих в селе, выбравших позицию «никогда» для умений *сочувствовать и эмоционально поддерживать* (3,7%), *аргументировать свою позицию* (4,8%), *не сплетничать* (5,3%).

Конкретизация заявленных ценностей взаимодействия через призму умений, которые ответившие реализуют в своей коммуникативной практике, даёт возможность более детально увидеть дифференциацию в проявлениях коммуникативной компетентности респондентов как их социальной реальности. Наибольшее гендерное различие по показателю умений в коммуникации (сохранять добрые отношения, аргументировать свою позицию, признавать неправоту) обнаружено у сельских жителей.

Анализ сопряжения гендер – умения коммуникации – уровень образования позволяет назвать следующие результаты.

Выявлено значимое гендерное различие между мужчинами и женщинами, имеющими уровень образования «аспирантура/учёная степень» для умения *слушать и стараться понять другого* (всегда): 75,0% и 47,6% соответственно. А вот умение *быть вежливым* (всегда) выше среди женщин (аспирантура/учёная степень) – 76,2%, чем среди мужчин с аналогичным уровнем образования (62,5%).

Среди мужчин – в связи с повышением уровня образования от среднего общего к аспирантуре/учёная степень – отмечается тенденция к снижению количества носителей умения *настаивать на своём* (всегда), *умения терпимо относиться к чужим взглядам* (всегда), *аргументировать свою позицию* (всегда).

Проанализируем данные сопряжения гендер – умения коммуникации – регион проживания.

В первую очередь следует отметить гендерную дифференциацию в рамках названных корреляций практически по всем умениям в общении, предложенным респондентам (14 умений). Наибольшая дифференциация представлена по таким умениям, как *настаивать на своём всегда* (к примеру, Московский: мужчины – 27,7%, женщины – 19,8%; Вологодский: мужчины – 25,6%, женщины – 6,4%; Крымский: мужчины – 45,8%, женщины – 25,0%; Новосибирский: мужчины – 31,6%, женщины – 13,7%), то есть всегда настаивать на своём почти вдвое больше склонны ответившие мужчины из данных регионов, нежели женщины, проживающих в указанных регионах. Заметно, что данные регионы рассредоточены по территории РФ, не представляя собой какое-либо особое пространство. Вероятно, настойчивость является традиционным гендерным признаком, проявлением маскулинности в социальной коммуникативной реальности респондентов.

Подобное гендерное расслоение продемонстрировали респонденты таких в коммуникативных умениях, как *аргументировать свою позицию* (с превышением процентного соотношения у мужчин), *быть вежливым* (с превышением процентного соотношения у женщин), *сохранять добрые отношения* (с превышением процентного соотношения у мужчин), *сочувствовать, эмоционально сопереживать* (с превышением процентного соотношения у женщин).

Более гендерно однородными оказались умения участвовать в совместных делах, слушать и понимать, не сплетничать.

По дифференциации умения слушать и понимать лидирует Казанский регион, где зафиксировано наименьшее количество мужчин, всегда проявляющих всегда данное умение среди общего количества ответивших (55%) и наибольшее количество женщин, проявляющих данное умение (76,7%).

На таком довольно традиционном в ожидаемой дифференциации фоне (подтверждено данными Н. А. Селиверстова, Е. В. Чанкова [13]) выделяется Вологодский регион с минимальным для мужчин количеством *настаивать на*

своём (25,6%), разделять взгляды других (27,9%), оказывать помощь и поддержку (32,6%), признавать неправоту (34,9%), быть вежливыми (48,8%) в позиции «всегда». Интерес представляет Краснодарский регион, в котором наибольшее среди всех опрошенных количество мужчин (65,1%) и женщин (75,8%) проявляют вежливость в позиции «всегда», также наибольшее количество мужчин (48,3%) и женщин (47,7%) разделяют взгляды других, наибольшее среди всех ответивших количество мужчин (58,0%) и женщин (55,6%) терпимо относятся к чужим взглядам – также в позиции «всегда».

В позиции «никогда» выявлены мужчины, проживающие в регионах: Крымский: по умению признавать неправоту (5,6%), по умению терпимо относиться к чужим взглядам (5,6%), разделять взгляды других (5,6%); Вологодский: оказывать помощь и поддержку (4,7%), разделять взгляды других (7,6%); Алтайский: по умению участвовать в совместных делах и относиться терпимо к чужим взглядам (в равной степени 3,4%).

Дифференциацию в коммуникативных умениях по региональному параметру (Вологда, Краснодар, Крым) следует рассматривать, вероятно, с социокультурных позиций, исторических условий и особенностей развития данных регионов.

**Обсуждение и выводы.** Ценности и смыслы общения респондентов связаны с коллективными ценностями, групповой солидарностью и имеют корни в общинном сознании как основы построения их социальной реальности. Отсюда – высокий уровень ориентации на сохранение добрых отношений, стремления к компромиссу, как ментальной черты в коммуникативной компетентности.

Высокий процент (более половины ответивших) ориентированы на гибкое отношение к норме коммуникации. В данном распределении видится влияние современных виртуальных форм коммуникации. Под влиянием современных коммуникативных технологий происходит переконструирование инструментальных смыслов социальной реальности, проявляющееся у молодёжи в гибком отношении к норме взаимодействия и, по сути, готовности участвовать в конструировании новой нормы.

Сочетание инструментальных средств коммуникации и традиционных смыслов, ценностей и умений создаёт основу для самобытной социальной реальности и коммуникативной компетентности у молодёжи.

Если описанную конфигурацию сочетания ценностей, нормы коммуникации и коммуникативных умений условно отнести к базовой, модельной конструкции коммуникативной компетентности в российской молодёжной среде, то дифференцирующие признаки гендера, типа поселения, уровня образования и региона проживания создают сложную многообразную картину социальной реальности, формирующуюся в пространстве личностных и общекультурных смыслов.

Выявленные демографические различия в отношении к *смыслам* общения показали преимущественное распространение терминальных ценностей среди женщин федеральных центров, мужчины же малых городов (районных центров) – в большей мере носители инструментальных смыслов. Среди имеющих среднее образование – наибольший процент носителей терминальных смыслов, среди имеющих наивысший образовательный ценз – наименьший. Новосибирский, Московский регионы – лидеры инструментальных ценностей (среди мужчин), Вологодский – лидер инструментальных смыслов без выраженной гендерной разницы.

Демографическое расслоение по признаку городские/сельские жители по отношению к *норме коммуникации* указывает на сохранение традиционного уклада

жизни в сёлах, образовательный ценз в наивысших его проявления (аспирантура/учёная степень) в большей степени мужчин ориентирует на инновационность и рациональность в укладах взаимодействия с позиции трансформации нормы. Региональное расслоение также имеет место, но выражено в меньшей степени.

Демографическое расслоение относительно умений коммуникации выражено для носителей разных уровней образования. Выразительно изменяется структура коммуникативной компетентности у мужчин (аспирантура/учёная степень): наблюдается снижение готовых слушать и понимать, настаивать на своём, аргументировать свою позицию, терпимо относиться к чужим взглядам, но повышение уровня вежливости.

В межрегиональных различиях – Вологодский регион отличается низким уровнем инструментальных коммуникативных умений среди мужчин, несмотря на высокий уровень инструментальных смыслов коммуникации в этом регионе. Коммуникативная компетентность вологодских молодых мужчин отличается противоречивостью.

Таким образом, признаки гендера, типа поселения, уровня образования и региона проживания имеют социокультурную окраску, закладывают специфические критерии восприятия и оценки действительности, определяют во многом характер формы знания об окружающем мире, задают динамику их изменения. Так, молодёжь сельских поселений в большей степени удерживает традиционную российскую платформу в своей социальной реальности и параметрах коммуникативной компетентности, отличается большим инерционным потенциалом в отношении к другим объектам (в частности, нормам коммуникации). А молодые женщины, проживающие в таких регионах, как Московский, Вологодский, Пензенский, Алтайский, Ростовский, создают более динамичную инновационную среду, чем мужчины этих регионов, для переконструирования отношения к правилам взаимодействия. Их социальная реальность и коммуникативная компетентность, безусловно, имеют свои контуры и задают свои параметры в построении социальных связей.

Показательно, что молодые люди и девушки со средним общим образованием представляют собой выраженный слой носителей терминальных смыслов коммуникации, который с повышением уровня образования не сохраняется. То есть, с повышением уровня образования у молодёжи трансформируются и представления о коммуникации, и способы познания коммуникативной действительности таким образом, что ведёт к переосмыслению ценностей в пользу повышения уровня инструментальных в структуре их коммуникативной компетентности. Очевидно, это повод задуматься о смыслах, которые транслирует профессиональное образование [16].

Признаки, дифференцирующие коммуникативную компетентность, вызывают различные проявления в коммуникативной компетентности, в построении социальных связей и могут иметь социальные последствия не только коммуникативного, но экономического, политического, культурного характера. Например, рассогласование между инструментальным характером ценностей и низким уровнем инструментальных умений, может приводить к низкой эффективности в деловой сфере. Если это проблема регионального уровня, это может вызвать последствия на разных уровнях организации социальной жизни.

Вопрос социокультурной дифференциации проявлений коммуникативной компетентности молодёжи, таким образом, не только исследовательский, но и психолого-педагогический, управленческий, то есть прикладной.

### **Библиографический список**

1. Гавра Д. П. Основы теории коммуникации. СПб. : Питер, 2011. 288 с. ISBN 978-5-459-00385-7. EDN [SDPZKN](#).
2. Кравченко С. А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь. М. : Астрель, 2004. 511 с. ISBN 5-88721-203-9. EDN [SMURBL](#).
3. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Смысложизненные ценности в культурном пространстве российской молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2018. Т. 4, № 3. С. 3–13. DOI [10.18413/2408-9338-2018-4-3-0-1](#). EDN [YLIANZ](#).
4. Жуков Ю. Н. Коммуникативный тренинг. М. : Гардарики, 2003. 223 с. ISBN 5-8297-0163-4. EDN [QXHBBL](#).
5. Адамьянц Т. З. Коммуникативные навыки как характеристика и условие оптимизации взаимодействия человека // Мир психологии. 2008. № 1(53). С. 130–139. EDN [ILKDGB](#).
6. Философский энциклопедический словарь / Гл. ред. Л. Ф. Ильичев [и др.]. М. : Сов. Энциклопедия, 1983. 840 с.
7. Леонтьев Д. А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 2-е, испр. изд. М. : Смысл, 2003. 487 с. ISBN 5-89357-082-0.
8. Соколов А. В. Введение в теорию социальной коммуникации. СПб. : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 1996. 320 с. ISBN 5-7621-0020-0. EDN [TLHFMZ](#).
9. Чанкова Е. В. Коммуникативная компетентность личности в условиях изменяющейся социальной реальности : автореф. дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.06 / Чанкова Елена Вадимовна. М., 2018. 40 с. EDN [BQLMJF](#).
10. Щюц А. Некоторые структуры жизненного мира // Вопросы социальной теории. 2008. Т. 2. С. 72–87. EDN [NRBVHZ](#).
11. Чупров В. И., Зубок Ю. А., Романович Н. А. Отношение к социальной реальности в российском обществе: социокультурный механизм формирования и воспроизводства. М. : Инфра-М, 2014. 352 с. ISBN 978-5-16-009348-2. EDN [XRTSUR](#).
12. Зубок Ю. А. Изменяющаяся социальная реальность: рефлексия теоретических и эмпирических аспектов социологического исследования молодежи // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 3. С. 10–30. DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-2](#). EDN [CUCVFI](#).
13. Селиверстова Н. А., Чанкова Е. В. Социокультурно воспроизводство коммуникативных компетенций в молодёжной среде // Научный результат. Социология и управление. 2022. Т. 8, № 3. С. 31–46. DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3](#). EDN [JAQYX](#).
14. Зубок Ю. А., Чанкова Е. В. Динамика ценностей общения в коммуникативном пространстве молодежи // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2022. № 1(61). С. 18–30. DOI [10.21685/2072-3016-2022-1-2](#). EDN [WMHQDW](#).
15. Отходники / Ю. М. Плюснин, Я. Д. Заусаева, Н. Н. Жидкевич [и др.]. М. : Новый хронограф, 2013. 376 с. ISBN 978-5-94881-239-7. EDN [XYBDGX](#).
16. Сазонова А. Л. Любовь как основной компонент духовно-нравственной основы образования и воспитания // Как наш слово отзовется: гуманитарное образование в развитии российского социума и человека : Сб. матер. междунар. науч.-практич. конф. (Москва, 15–16 марта 2017). Шадринск : ШПГУ, 2017. С. 556–567.

Поступила: 31.07.2023. Принята: 28.08.2023.

### **Сведения об авторе:**

**Чанкова Елена Вадимовна**, доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУ им. Г. В. Плеханова; профессор МГТУ им. Н. Э. Баумана. Москва, Россия.

[chev3@yandex.ru](mailto:chev3@yandex.ru)

Author ID РИНЦ: [672713](#); ORCID: [0000-0001-8831-0836](#)

E. V. Chankova<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup> Plekhanov Russian University of Economics

<sup>2</sup> Bauman Moscow State Technical University  
Moscow, Russia

## SOCIOCULTURAL DIFFERENTIATION OF MANIFESTATIONS OF YOUTH COMMUNICATIVE COMPETENCE

**Abstract.** The communicative competence of youth is considered from the standpoint of phenomenology, social reality, when the intersubjective interactions of actors determine the subjective picture of ideas about communication that is emerging in the mind. The key role of the processes of meaning formation in social communication and communicative competence is noted. The formation of personal and socio-cultural meanings of communication involves knowledge and values of communication, communication norms, communication skills and behaviors that determine the structure of communicative competence aimed at maintaining sociality and social ties. Since the formation of social reality is differentiated, and young people themselves as a social group are differentiated, the purpose of the article was to identify the links between the main differentiating features and manifestations of the communicative competence of young people. Differentiating demographic indicators are considered: gender, type of settlement, level of education, region of residence. Gender is considered as a leading differentiating feature. Measured indicators of communicative competence: meanings of communication, norms of communication, communication skills. The analysis showed the existence of links between differentiating features and manifestations of communicative competence: against the backdrop of the dominance of terminal values and their corresponding skills, combined with a focus on changing the norm of communication as the main characteristics in the structure of the communicative competence of the young people surveyed, it was revealed that rural boys and girls are more than urban, committed to stability in the norm of interaction; respondents with a complete general secondary education, as well as girls from federal centers, are the most pronounced carriers of the terminal values of communication. Young men and women of the Vologda region lead among other regions in their orientation towards the instrumental values of communication, the men of this region are the smallest in terms of the manifestation of a number of communication skills, including instrumental ones. These connections reflect both the expansion of the social reality and communicative competence of the surveyed youth due to its sociocultural differentiation, and indicate the presence of certain problems, both sociocultural and broader, which require discussion.

**Keywords:** communicative competence of youth; social reality; differentiating signs of manifestation of communicative competence

**For citation:** Chankova E. V. Sociocultural differentiation of manifestations of youth communicative competence. *Science. Culture. Society*. 2023;29(3):82–97. (In Russ.). <https://doi.org/10.19181/nko.2023.29.3.4>

### References

1. Gavra D. P. Fundamentals of communication theory. St. Petersburg: Piter, 2011. 288 p. (In Russ.). ISBN 978-5-459-00385-7.
2. Kravchenko S. A. Sociological encyclopedic English-Russian dictionary. Moscow: Astrel; 2004. 511 p. (In Russ.). ISBN 5-88721-203-9.
3. Zubok Yu. A., Chuprov V. I. Life values in the cultural space of the Russian youth. *Research result. Sociology and Management*. 2018;4(3):3–13. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2018-4-3-0-1](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2018-4-3-0-1).
4. Zhukov Yu. N. Communicative training. Moscow: Gargariki; 223 p. (In Russ.). ISBN 5-8297-0163-4.
5. Adamyants T. Z. Communicative skills as a characteristics and a condition of the optimization of interaction of a person. *Mir psilogii*. 2008;(1):130–139. (In Russ.).
6. Ilyichev L. F. [et al.], eds. Philosophical encyclopedic dictionary. Moscow: Sovetskaya Entciklopediya; 1983. 840 p. (In Russ.).
7. Leontjev D. A. Psychology of meaning: the nature, structure and dynamics of semantic reality. Moscow: Smysl; 2003. 487 p. (In Russ.). ISBN 5-89357-082-0.

8. Sokolov A. V. Introduction into social communication theory. St. Petersburg: Sankt-Peterburgskii gumanitarnyi universitet profsoyuzov; 1996. 320 p. (In Russ.). ISBN 5-7621-0020-0.
9. Chankova E. V. Communicative competence of the personality in the conditions of the changing social reality: Abstract of Doctor Degree Thesis. Moscow; 2018. 45 p. (In Russ.).
10. Shuts A. Some structure of life world. *Voprosy social'noj teorii*. 2008;2:74–89. (In Russ.).
11. Chuprov V. I., Zubok Yu. A., Romanovich N. A. Attitude to social reality in Russian society: socio- cultural mechanism of formation and reproduction. Moscow: Infra-M; 2014. 352 p. (In Russ.). ISBN 978-5-16-009348-2.
12. Zubok Yu. A. Changing social reality: reflection of theoretical and empirical aspects of sociological research of youth. *Research result. Sociology and Management*. 2022;8(3):10–30. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-2](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-2).
13. Seliverstova N. A., Chankova E. V. Socio-cultural reproduction of communicative competencies in young people. *Research result. Sociology and Management*. 2022;8(3):31–46. (In Russ.). DOI [10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3](https://doi.org/10.18413/2408-9338-2022-8-3-0-3).
14. Zubok Yu. A., Chankova E. V. Dynamics of communication values in the communicative space of youth. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki*. 2022;(1):18–30. (In Russ.). DOI [10.21685/2072-3016-2022-1-2](https://doi.org/10.21685/2072-3016-2022-1-2).
15. Plyusnin Yu. M., Zausaeva Ya. D., Zhidkevich N. N. [et al.]. Otkhodniki. Moscow: Noviy Khronograf; 2013. 376 p. (In Russ.). ISBN 978-5-94881-239-7.
16. Sazonova A. L. Love as main component of the spiritual and moral basis of education and upbringing. In: How our word will echo: humanitarian education in the development of Russian society and man : Coll. of mater. of the intern. scien.-pract. conf. Shadrinsk: ShPGU; 2017. P. 556–567. (In Russ.).

Received: 31.07.2023. Accepted: 28.08.2023.

***Information about the author:***

**Elena V. Chankova**, Doctor of Sociology, Associated Professor, Professor of the Department of advertising, public relations and design, Plekhanov Russian University of Economics; Professor, Bauman Moscow State Technical University. Moscow, Russia.

[chev3@yandex.ru](mailto:chev3@yandex.ru)

ORCID: [0000-0001-8831-0836](https://orcid.org/0000-0001-8831-0836)