



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ
УДК 316.35

DOI: 10.18287/2782-2966-2024-4-3-95-103

Дата поступления: 03.06.2024
рецензирования: 14.08.2024
принятия: 02.10.2024

С.Н. Майорова-Щеглова
Московский государственный
психолого-педагогический университет,
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: sheglova-s@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4935-9148>

Дед Мороз как социальный конструкт детства и социума

Аннотация: в статье предлагается расширить представления о сказочном волшебнике Деде Морозе как мифе и культурно-символическом образе с использованием социологических подходов. В качестве методологии анализа применена концепция социального конструирования реальности, которая позволила охарактеризовать социальный конструкт «Дед Мороз», выполняющий многочисленные социальные функции для взрослого населения и дополнительные, специфические для детей. К основным функциям относятся участие в формировании национальной идентичности, традиций, политического различия, экономическая, образовательная, воспитательная, социализирующая, дополнительно описано применение как стимула в проективных исследовательских методиках. Приводятся аргументы, доказывающие, что Дед Мороз не только является атрибутом культурного наследия России, но и объединяет многочисленные представления, социальные практики детей и организацию повседневного пространства ребенка, способствует социализации современного юного поколения, участвует в межпоколенной трансмиссии ценностей и идентичности. Выделены субъекты и механизмы конструирующих процессов, уровни и возможности применения в периодизации детства. С помощью репрезентативного эмпирического исследования 2023 г. оценок молодежи событийности своего детства, и в том числе ситуации потери веры в Деда Мороза (средний возраст – 9,1 года), сделаны выводы о социальных факторах стабильности и изменчивости возраста развенчания мифа о реальности сказочного героя. Предложены некоторые гипотезы для дальнейших исследований, в том числе новой роли «социального работника и социального защитника» у Деда Мороза, искусственного удлинения самими детьми периода доверия к сказочному персонажу с целью получения подарков и развлечений.

Ключевые слова: детство; Дед Мороз; событие; вера; социальное конструирование; социализация; воспитание; миф.

Цитирование: Майорова-Щеглова С.Н. Дед Мороз как социальный конструкт детства и социума // Семиотические исследования. Semiotic studies. 2024. Т. 4, № 3. С. 95–103. DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2024-4-3-95-103>.

Благодарности: автор выражает благодарность коллегам по ВНИК (А.Ю. Губановой, Е.А. Колосовой, А.С.В. Коняшкиной, А.В. Кученковой, С.Ю. Митрофановой) за оказанную помощь в проведенном исследовании.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Майорова-Щеглова С.Н., 2024 – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социальной коммуникации и организации работы с молодежью факультета «Социальная коммуникация» Московского государственного психолого-педагогического университета, 127051, Россия, г. Москва, ул. Сретенка, д. 29.

SCIENTIFIC ARTICLE

S.N. Mayorova-Sheglova
Moscow State University of Psychology
& Education, Moscow, Russian Federation
E-mail: sheglova-s@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4935-9148>

Ded Moroz (Father Frost) as a social construct of childhood and society

Abstract: the article proposes to expand the understanding of the fairy-tale wizard Ded Moroz (Father Frost) as a myth and cultural and symbolic image using sociological approaches. As an analysis methodology,

the concept of social construction of reality was applied, which made it possible to characterize the social construct «Ded Moroz (Father Frost)», which performs numerous social functions for the adult population and additional, specific for children. The main functions include participation in the formation of national identity, traditions, political distinction, economic, educational, educational, socializing, additionally described as an incentive in projective research methods. Arguments are presented to prove that Ded Moroz (Father Frost) is not only an attribute of the cultural heritage of Russia, but also unites numerous ideas, social practices of children and the organization of the child's daily space, promotes the socialization of the modern young generation, participates in the intergenerational transmission of values and identity. The subjects and mechanisms of constructing processes, levels and possibilities of application in the periodization of childhood are highlighted. With the help of a representative empirical study of 2023 estimates by young people of the eventfulness of their childhood, including the situation of loss of faith in Ded Moroz (Father Frost) (average age 9.1 years), conclusions were drawn about social factors of stability and variability of the age of debunking the myth of the reality of the fairy-tale hero. Some hypotheses have been proposed for further research, including the new role of a «social worker and social defender» for Ded Moroz (Father Frost), the artificial lengthening of the period of trust in the fairy-tale character by the children themselves in order to receive gifts and entertainment.

Key words: childhood; Ded Moroz; Santa Claus; event; faith; social construction; socialization; upbringing; myth.

Citation: Mayorova-Scheglova, S.N. (2024), Ded Moroz (Father Frost) as a social construct of childhood and society, *Semioticheskie issledovanija. Semiotic studies*, vol. 4, no. 3, pp. 95–103, DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2024-4-3-95-103>.

Acknowledgements: the author expresses gratitude to colleagues at the Institute (Gubanova A.Yu., Kolosova E.A., Konyashkina A.S.V., Kuchenkova A.V., Mitrofanova S.Yu.) for their assistance in the study.

Information about conflict of interests: the author declares no conflict of interests.

© Mayorova-Scheglova S.N., 2024 – Doctor of Science (Sociological Sciences), Professor; Professor of Department of Social Communication and Organization of Work with Youth of Faculty of Social Communication of Moscow State University of Psychology & Education, 29, Sretenka Street, Moscow, 127051, Russian Federation.

Введение

Сложилась определенная традиция рассмотрения Деда Мороза в векторе изучения мифа, мифологии и изменений культуры. В первом случае новогодний персонаж определяется как символ веры, которому определенная группа последователей придает статус истинной и создает вокруг ситуации, события, деятельность, поддерживающие этот статус.

Интересно мнение о распространении мифов в несформированной, неразвитой культурно среде, с опривыченными тактиками простых, прямых и недолговременных решений по возникающим проблемным ситуациям. Считается, что культурная, образованная, продвинутая часть социума мифы не принимает, подвергает их критическому анализу и в результате отвергает. Однако в случае с ситуацией Деда Мороза это объяснение не вполне адекватно, так как она охватывает практически весь социум, продолжает воспроизводиться во всех социальных группах на протяжении достаточно долгого времени.

Само появление, распространение и функционирование празднования Нового Года с главным героем Дедом Морозом в российском обществе было подвержено на протяжении более полутора столетий многим поворотам и флуктуациям. В рамках культурно-исторического подхода выявлены периоды возникновения, ассимиляции

в обществе и среде образования, ограничений и поддержки данного феномена, согласующиеся с изменениями в политической и образовательной сферах (Шпаковский 2022).

Однако отдельные указанные аспекты изучения образа или символа Деда Мороза не охватывают полноты и многогранности этого феномена. В данной статье мы решим следующую задачу: докажем установление социального конструкта «Дед Мороз», а не только символа, культурного феномена, семиотического элемента. При этом мы полагаем, что этот конструкт влияет в большой степени на социальную реальность детства.

Теоретико-методологические и методические основания рассмотрения Деда Мороза как социального конструкта детства и на уровне всего общества

Для определения теоретических рамок нашего исследования важна позиция современных социологов, которые с опорой на теорию Ж. Бодриера настаивают на существовании Деда Мороза как социальной реальности, так как доказано влияние этого образа на сознание, поведение многих индивидов, т.е. последствия такого воздействия реальны (Плетнев 2024, с. 13). Мы уточним: конечно, это влияние оказывается на всех (а не некоторых индивидов) в детстве и на очень большие группы взрослых индивидов (родителей/прародителей, педагогов и др.).

Не случайно социологические центры изучения общественного мнения активно используют образ Деда Мороза, наделенного волшебными свойствами, как реальную персону, используют его как инструмент для выявления ценностей, социальных настроений, потребительских предпочтений населения. Изучение гипотетических просьб к Деду Морозу выявило приоритеты здоровья и мира (ВЦИОМ 2018). 25 % россиян наделили Деда Мороза правом выступить в качестве талисмана зимних Олимпийских Игр 2014 года, подчеркивая его способность отразить культуру принимающей стороны (ВЦИОМ 2011). При определении особенностей проведения новогодних мероприятий в условиях специальной военной операции абсолютное большинство опрошенных предложили сохранять традиции поздравления Деда Мороза в госпиталях и для детей участников СВО (ВЦИОМ 2022).

Социально-психологические исследования данного феномена проводились неоднократно зарубежными исследователями, при этом локус был направлен на выявление обстоятельств пересмотра взглядов в процессе взросления и его влияние/невлияние на степень доверия между родителями и юными членами семьи (Mills et al., 2020). Установлен факт, что опыт негативных эмоций после разуверования остается недолгим и молодое поколение также собирается воспроизводить подобные практики для своих детей.

Ж. Броннер использовал пример веры в существование главного новогоднего героя в качестве аргументов динамики формирования социальных представлений индивидов и зависимости ее от некоторых социальных аспектов (Ушкова 2005). Он показал в работе, что само верование имеет структуру (центр и периферию) и влияет на иные социальные представления. Им были обнаружены 14 элементов, из которых центральными обозначены внешний облик волшебника и ритуал вручения подарка. В его работе также важно, что он выделил основных «творцов» веры в Деда Мороза – родителей, но, как мы покажем ниже, они не являются единственными субъектами влияния на детей. Чем больше взрослые организуют пространство и деятельность вокруг Деда Мороза, тем глубже и дольше верят в его существование дети.

Мы полагаем возможным применение концепции социального конструирования реальности, разрабатываемой с опорой на базовую работу П. Бергера и Т. Лукмана, российскими социологами в отношении многих феноменов: религии, девиации отцовства и др. (Еникеева 2021, Осипова 2015, Шевченко 2021). Исходя из вектора теории социального конструирования, детство принято определять как многомерное многосоставное социальное образование, возникающее в долгосрочных процессах на основе бинарного сое-

динения объективной (условия) и субъективной (субъекты и их деятельность) реальностей (Майорова-Щеглова 2018, Alanen 2015).

Задачами настоящей работы являлись: 1. Выявление специфических характеристик Деда Мороза как социального конструкта, аргументация совокупности его элементов через разные сферы социума. 2. Определение специфики конструирования данного феномена для детского периода и детской аудитории. 3. Выделение основных субъектов и механизмов данного конструирования в детстве. 4. Доказательства применения веры/потери веры в Деда Мороза как структурирующего фактора детского периода. 5. Установление социальных факторов, влияющих на утрату детьми веры в Деда Мороза.

Наш анализ построен на контаминации актуальных междисциплинарных исследований (социологии, политологии, культурологи, экономики, маркетинга, педагогики и др.). Для выполнения задач, связанных со спецификой детского периода, нами был использован банк данных социологического исследования событийности детства, проведенного инициативным коллективом Исследовательского комитета Российского общества социологов «Социология детства». Онлайн-опрос, проведенный в мае-ноябре 2023 года среди молодежной аудитории, охватил тех, кто «находился на границе» между детством и законодательной взрослостью и предполагал сбор биографических воспоминаний о возрасте прохождения 100 знаковых событий. Одним из таких событий являлась, по мнению исследователей, ситуация осознания нереальности Деда Мороза. Применение неслучайной потоковой выборки потребовало двухступенчатого ремонта собранного массива, в результате соблюдены требования представленности по типу места проживания в детстве и возрасту. Всего было опрошено 1210 респондентов из 8 федеральных округов, возраст – 17–23 года.

Основные результаты и обсуждение

Мы предполагаем, что Дед Мороз в современном обществе может быть рассмотрен как социальный конструкт, и предлагаем следующее его определение – совокупность представлений, практик и событий, материальных, вещественных объектов и ценностей веры в Деда Мороза как реального волшебника, которая воссоздается из поколения в поколение благодаря деятельности социальных институтов и организации детской повседневности. Этот конструкт обладает стабильностью, так как служит определенным социальным функциям и помогает детям приобретать социальные характеристики.

Исходя из задач нашего исследования рассмотрим основные функции данного конструкта в современном российском обществе.

Образ Деда Мороза символизирует общенациональную ценность для россиян: принято подчеркивать его особенности, отличия во внешнем виде и поведении от новогодних персонажей других стран, например, Санта Клауса. Наряду с традиционными формами деятельности новогоднего персонажа, российский Дед Мороз проявляет свойства и черты характера: он обстоятелен, нетороплив, добродушен, строг и серьезен. Он дружелюбен и не воинственен, объединяет, кооперирует других новогодних героев России, не конкурируя с ними (например, приглашает их на ежегодные фестивали). Этот образ передает специфические особенности географического и климатического проживания на большей части нашей страны: одежда, головной убор, обувь для холодов. Дед Мороз имеет семью, демонстрирует образец близких межпоколенных отношений между прауродителями и внуками, приверженность своему месту рождения, вотчине.

Некоторые ученые полагают, что Дед Мороз и Санта Клаус становятся символами идеологического противостояния, акцент на различиях активно используется в государственной политике. На примере использования того или иного образа исследователями был сделан, например, вывод о степени согласия и примыкания к русскому миру тех или иных стран СНГ (Янглева 2022).

Как экономический бренд «Дед Мороз» вносит свою лепту в развитие многих территорий России, на сегодня существует целый кластер его «угодий» – усадьба, резиденции, Великий Устюг как вотчина, также территории имеют его родные (родина Снегурочки – Кострома) и приближенные (многочисленные Почты Деда Мороза во многих населенных пунктах). Например, конкурентное преимущество Вологодской области определяется именно наличием резиденции Деда Мороза в Великом Устюге, которая создает не только межрегиональный кластер в сфере туризма, но и развивает транспортную инфраструктуру и придорожный сервис (Кудревич 2023).

Также может быть зафиксирована специфическая профессиональная специализация в группе актеров и организаторов досуга. Эта профессия предполагает временную, сезонную занятость (подобно сборщикам фруктов, например), но подразумевает особые навыки и умения взаимодействия, прежде всего, с малышами.

Именно для детей образ Деда Мороза и сопутствующие ему практики имеют значение в социальном развитии, обучении и воспитании. Дед Мороз является значимой единицей в образе мира современного ребенка раннего дошкольного детства, соседствуя в этом образе с основными единицами родства («сестра», «бабушка», «дедушка», «тётя», «дядя», «крёстный/крёстная»), возраста («школьник», «малыш»), профессий («воспитатель», «за-

ведующая», «повар», «врач», «медсестра»), игрушек, основных понятий мироустройства («город», «страна», «столица», «новости», «суд», «милиция/полиция», «церковь») (Федулова 2008).

Веру в Деда Мороза ряд исследователей рассматривают как один из этапов формирования религиозного сознания, выделяя именно этот персонаж в качестве критерия разграничения первых двух ступеней его (сознания) становления (Сергеев и др. 2024). Первоначально для детей и Бог, и Дед Мороз, и другие знаковые сказочные персонажи находятся на одном уровне веры, их любят и боятся одновременно. Однако есть эмпирические свидетельства и о более высоком уровне принятия детьми этого новогоднего персонажа по сравнению с иными волшебниками (Kapitány et al. 2020).

Затем ребенок сам или под влиянием внешних ситуаций начинает сомневается в их характеристиках и узнает, что сказочных героев не существует, и это в некоторых случаях сопряжено с переживаниями, эмоциями, становлением критического взгляда и скептицизма, но в определенной степени укрепляет веру в существование Бога. Этот этап предлагают обозначить как реалистичный, за которым уже следует индивидуалистский этап религиозной социализации (где нет места волшебству).

Еще одна важная функция – атрибут обучающих технологий. Сам образ сказочного персонажа присутствует во всех учебниках для начальной школы как в иллюстративном, как и в вербальном варианте. Причем используется он не только в материалах, обучающих языку и чтению, но и в задачниках, пособиях по математике. Так, например, как типичные и методически правильно выверенные описываются в литературе задачи на сравнение: «1. В подарке от Деда Мороза 8 конфет и 4 шоколадки. Во сколько раз конфет больше, чем шоколадок? Задача 2. В подарке от Деда Мороза 8 конфет и 4 шоколадки. На сколько конфет больше, чем шоколадок?» (Землянская 2024, с. 190–192). Учебная литература имеет большое значение в презентации детям образцов и правил жизни, влияет на формирование их ценностей, а образ сказочного героя создает дополнительно окрашенные положительные эмоциональные реакции и так способствует усвоению учебного материала (Майорова-Щеглова 2022).

Один из видов письменной речи – «письмо» осваивается в современном образовании с помощью предновогодних посланий Деду Морозу. Педагоги подробно объясняют, что такое письменное послание, обращение, пожелание адресату, информирование о своей жизни и успехах, просьбы о чем-либо (Сухотерина, Евсеева 2016).

Особая деятельность в преддверии праздника организует детскую повседневность. Дед Мороз может рассматриваться и как средство дисципли-

нирования: приход сказочного персонажа и получение от него подарка сопряжены с категориями заслуг, хорошего поведения, успехов ребенка. Дед Мороз входит как неотъемлемая часть в традиции празднования Нового Года, и еще одна его важная функция состоит в поддержании межпоколенных отношений. Помимо семейных устоев, такая деятельность может специально стимулироваться образовательными и общественными организациями (Соболева 2014).

Предварительное написание письма, продумывание просьб о подарке, передача письма, подготовка специального места для получения подарка, посещение мест, связанных с Дедом Морозом – некоторые элементы важной деятельности в детский период. Участие в подготовке Нового Года и встрече с Дедом Морозом расширяет культурное пространство ребенка, укрепляя общую российскую идентичность.

Кроме этого, мы утверждаем, что этот конструкт используется как социализирующая технология, которая в определенной степени служит для структурирования детского периода жизни: возраст веры/утраты этой веры и осознания его отсутствия выявляют иные грани в периодизации детства.

По данным нашего исследования, средний возраст потери веры в Деда Мороза – 9,1 года. Уже четверть опрошенных успела разувериться в этом к 7 годам, половина – к 10-летнему возрасту, а для $\frac{3}{4}$ граница доверия прошла в 11 лет.

Данные нашего исследования не вполне согласуются с немногочисленными проектами по аналогичной проблеме. Так, Ж. Броннер в 2004 году отметил возраст 6,99 года, что соотносится с мнением психологов о 7 годах как водоразделе четкого разграничения воображаемого и реальности (Bronner 2004). Американские исследователи в 2024 году также назвали возраст около 8 лет (Mills et al. 2024). Мы полагаем, что объяснение данному рассогласованию следует искать в различиях методики. Указанные выше работы аккумулировали воспоминания взрослых людей, в то время как мы обратились к молодежи и их воспоминания ближе к детскому периоду и актуальнее. Также напомним, что в нашем исследовании данный эпизод был одним из 100 и мы не ставили акцент при опросе именно на нем. Еще одно из объяснений может быть сопряжено с описанными выше особенностями использования образа Деда Мороза в российском обществе, а именно технологиями в патриотическом воспитании, образовании, в рекламе, поддержания Деда Мороза как элемента культурного наследия.

Разоблачение волшебника, по данным французского исследователя, происходит в результате многих случаев (Bronner 2004), мы уточним, что все ситуации связаны с социальными условиями

взросления: например, идентификация родителей или актеров как истинных дарителей подарков, взаимодействие с несколькими Дедами Морозами в разных институциях (в школе, ТЦ, на концерте и пр.).

Мы зафиксировали зависимость возраста потери веры в зимнего волшебника от некоторых демографических, территориальных, экономических и иных социальных факторов.

Мальчики раньше чем девочки начинают сомневаться в существовании Деда Мороза, медианное значение ниже и средний возраст меньше приблизительно на 2 месяца.

Как мы выяснили, на сохранение доверия к новогоднему персонажу влияют родители, а именно, мамы продолжают поддерживать эту традицию. Например, при сравнении групп детей, воспитывающихся отдельно мамами и папами, выяснилось: средний возраст осознания того, что Деда Мороза не существует, в первом случае – 9,1, а во втором – 8,3 года. В этом факте нам видится дополнительное доказательство включения феномена в социализационные процессы: ведь именно женщины-матери в российских семьях выполняют основные функции ухода, воспитания и помощи в образовании детей.

Имело значение и наличие сиблингов в семье. Если респондент был единственным ребенком, то его освобождение от волшебства прошло в 9,1 года, а если имел братьев, сестер, то в иной период – средний возраст 9,4 года, с младшими сиблингами – в 9,6. То есть родители, поддерживая сказку, ориентируются в семье не на отдельного ребенка, а на более младшего. Наличие старших детей провоцирует более раннее осознание отсутствия Деда Мороза – средний возраст 8,6 года.

Проживание в сельской местности влияет на повседневность детей, здесь потеря веры происходит раньше (8,9 года), одно из пояснений, вероятно, может быть связано и с тем, что в селе проживает большая доля семей с 2 и более детьми.

Мы обнаружили различия между исследуемым событием и социально-экономическим положением семьи, однако оно не линейно и требует дополнительного изучения. Одно из направлений – в чем состоит причина более раннего, чем во всем другом массиве, наступления реалистичного осознания в семьях с высокими доходами (8,8 года)? Наше предварительное предположение состояло как раз в обратном – мы полагали, что они имеют больше возможностей для поддержания веры в сказку у детей. Сегодня как гипотезу-следствие возможно выделить трек на ускоренное, по сравнению с другими семьями по экономическому положению, взросление, что проявилось в некоторых иных событиях: мобильности, проявления автономности, некоторых видов девиации и пр.

13,8 % заявили, что, уже перешагнув рубеж во взрослость, сохранили веру в волшебство Деда Мороза. И именно в этой группе больше тех, кто считает свое детство счастливым (почти 90 %), а среди тех, кто в том или ином возрасте потерял веру в Деда Мороза, меньше тех, кто обозначил свое детство как счастливое (около 54 %). Серьезно, почти на 1 год, отличаются и средние возраста из групп благополучия/неблагополучия: 9,25 у констатировавших счастливое детство и 8,33 у тех, кто таковым этот период в жизни не считает.

Предварительная гипотеза, также требующая более глубокого изучения в будущих эмпирических исследованиях, возникла у нас и в связи с рассмотрением коэффициентов корреляции между данным событием и другими. Так, верящих в героя больше в выделяемой нами группе с запаздывающей социализацией, и наоборот, есть зависимость у рано взрослеющих детей (тех, у кого, по их собственному ощущению, окончание детства прошло до возраста 14 лет).

Рассмотрение социального конструкта неполно без включения еще одной грани – использования письма-обращения к Деду Морозу как исследовательской методики изучения детства. Детские письма могут выступать как документы жизни и подвергаться качественному и контент-анализу, а также как один из видов проективной методики, когда с помощью непрямого вопроса ученые могут выяснить ценности и интересы детей, их потребности в сфере досуга, образования, спорта и др., социальное самочувствие, выявление проблемных сфер. Некоторые аспекты, остающиеся неизменными, могут свидетельствовать о константах детского пространства (например, желание иметь домашнего питомца), однако культурно-историческая ситуация помогает выявить динамику благополучия/неблагополучия детства, степень влияния внешних стимулов и происшествий (Липовка 2014). Таким образом, Дед Мороз выступает в качестве эффективного стимульного материала.

Интересен один из зарубежных проектов, когда проводилось сравнительное исследование писем детей в 2001–2002 гг., после известного террористического акта во Всемирном торговом центре в Нью-Йорке, и имеющихся у ученых архивов аналогичных писем до 2000 года. Тогда было обнаружено увеличение запросов на подарки другим людям – проявление эмпатии, сострадания к жертвам, а также рост доли нематериальных просьб в русле антитеррористических и патриотических настроений (Slotterback 2006).

Выводы и перспективы дальнейших исследований

В результате проведенного анализа нам удалось доказать, что в случае с исследуемым феноменом Деда Мороза мы имеем дело с социальным

конструктом, который, с одной стороны, воссоздается из поколения в поколение взрослыми членами общества с целью передачи социально важной информации и паттернов поведения, а с другой стороны, входит в семиотику детской жизни как система знаков, образов, практик, наполняющих повседневность детей и участвующих в коммуникации взрослых и детей, а также детей между собой.

Выявлены несколько социальных функций Деда Мороза как социального конструкта: формирование национальной идентичности, традиций, политического различия, стимул экономики, образовательная, воспитательная, социализирующая, научно-исследовательская и др. В качестве основных его элементов выступают визуальный и литературно-художественный образ, субъекты (дети, родители, педагоги, маркетологи, политики и др.), практики (организации пространства, подготовки писем и подарков, механизмы включения субъектов (образование, воспитание, реклама и др.), уровни, подразумевающие использование конструкта (макро – даже на межстрановом уровне; мезо – при функционировании отдельных институтов: политики, СМИ, школы и пр.; микро – семейные традиции, коммуникация в детской среде).

В результате освоения этого конструкта и прохождения выделенного события современные дети приобретают социальные знания и навыки: информирование о российских традициях, истории и краеведении, о родительских ролях в отношении маленьких детей, пробы организации праздничного пространства семьи, регуляции собственного поведения при ожидании вознаграждения и многое другое. Специфика конструирования данного феномена видится нам в его устойчивости, постоянной воспроизводимости и широкой распространенности во всех слоях российского общества. С другой стороны, этот конструкт подвержен изменению как целенаправленного характера (например, через политико-управленческие решения о его включении в технологии воспитания), так и хаотичным процессам информатизации и виртуализации. Дед Мороз в современном российском обществе соединяет инновационные цифровые пространства и новые формы общественной солидарности. Сегодня он выступает как организующий символ, образец добрых дел, социальной помощи, материальной поддержки группам детей в трудной жизненной ситуации (например, проект Дедморозим <https://dedmorozim.ru/projects/> или поздравления детей, находящихся на длительном лечении в больницах, волонтерами-спасателями и альпинистами).

Но основными субъектами конструирования выступают родители и близкие родственники, зачастую выполняющие роли Деда Мороза. Имен-

но их социально-демографические и иные характеристики (пол, состав семьи, место проживания, материальный достаток) могут влиять на возраст утраты веры в Деда Мороза.

Мы зафиксировали особенность в принятии идеи о Дед Морозе у российской молодежи, а именно связь веры с запаздывающим взрослением и с эмоциональной оценкой своего детства как счастливого. Одна из идей, требующая в дальнейшем эмпирической перепроверки: действительно ли у современных детей период веры в Деда Мороза пролонгирован или же мы имеем дело с новым прагматичным подходом юных потребителей, когда дети сознательно готовы продлить веру в сказку ради получения подарков?

Мы склонны согласиться с позицией, что современные геополитические вызовы могут трансформировать детские биографии как поколенческие, произвести переконструирование событийности (последовательности событий, времени их наступления, откладывания на более поздний срок или ускорения прохождения) (Вандышева и др. 2023). Проведенное нами исследование о возрасте потери веры в Деда Мороза имеет некоторые ограничения, и главное видится нами в том, что оно сосредоточено на событиях детства определенного «пограничного поколения» (Чернова 2023), характеризующегося смешением инноваций и традиций в семейной, информационной сферах, в образовании и воспитании. Именно поэтому необходим социологический мониторинг повседневности детства, включая и социальный конструкт «Дед Мороз».

Библиографический список

Alanen, L. (2015), Are we all constructionists now?, *Childhood*, no. 22, pp. 149–153.

Bronner, G. (2004), Contribution à une théorie de l'abandon des croyances: La fin du père Noël, *Cahiers intern. de sociologie*, vol. 66, pp. 117–140.

Kapitány, R., Nelson, N., Burdett, E.R.R., Goldstein, T.R., & Jong, J. (2020), The child's pantheon: Children's hierarchical belief structure in real and non-real figures, *PLoS ONE*, no. 15(6), DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234142>.

Mills, C.M., Goldstein, T.R., Kanumuru, P., Monroe, A.J., & Quintero, N.B. (2024), Debunking the Santa myth: The process and aftermath of becoming skeptical about Santa, *Developmental Psychology*, no. 60(1), pp. 1–16, DOI: <https://doi.org/10.1037/dev0001662>.

Slotterback Carole, S. (2006), Terrorism, altruism, and patriotism: An examination of children's letters to Santa Claus, *Current Psychology*, no. 25(2), pp. 144–153.

Вандышева Л.В., Васькина Ю.В., Малаканова О.А., Митрофанова С.Ю., Пустарнакова А.А.

Стратегия смешивания методов в исследовании идентичностей и практик консолидации современной молодежи // *Семиотические исследования*. Semiotic studies. 2023. Т. 3, № 4. С. 81–89. DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2023-3-4-81-89>.

ВЦИОМ: Дед Мороз, ты подарки нам принес? [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. 28.12.2018. URL: <https://wciom.ru/infografika-statja/ded-moroz-ty-podarki-nam-prinyos> (дата обращения: 1.08.2024).

ВЦИОМ: Новогодние мероприятия на фоне СВО. [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. 18.11.2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novogodnie-meroprijati-na-fone-svo> (дата обращения: 1.08.2024).

ВЦИОМ: Талисман Олимпиады: все больше россиян голосуют за «Деда Мороза» [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. 20.02.2011 URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/talisman-olimpiady-vse-bolshe-rossiyan-golosuyut-za-deda-moroza> (дата обращения: 1.08.2024).

Землянская Е.Н. Учебное действие сравнения как результат обучения в начальной школе // *Наука и школа*. 2024. № 1. С. 183–194. DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X2024-1-183-194>.

Кудревич А.Ю. Стратегические аспекты развития автомобильного туризма в регионе // *Стратегирование: теория и практика*. 2023. Т. 4. № 3. С. 389–405. DOI: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2024-4-3-389-405>.

Липовка В.О. Анализ писем учащихся как способ выявления ценностных ориентаций подростков (на примере писем Деду Морозу) // *Научно-педагогическое обозрение*. 2014. № 3(5). С. 70–75.

Майорова-Щеглова С.Н. Концепция социального конструирования детства. Детство XXI века: социогуманитарный тезаурус: тематический словарь-справочник. Москва: РОС, 2018. 638 с. С. 31–35. URL: https://www.ssa-rss.ru/files/File/PublikaciiROS/Mayorova-Scheglova.%20Detstvo%20XXI%20veka_Sociogumanitarniy%20tezaurus.pdf (дата обращения: 1.08.2024).

Майорова-Щеглова С.Н. Школьные учебники как отражение повседневности детства и как ее конструкторы // *Комплексные исследования детства*. 2022. Т. 4, № 3. С. 147–162. DOI: <https://doi.org/10.33910/2687-0223-2022-4-3-147-162>.

Плетнев А.В., Конанчук С.В. Влияние развития процессов виртуализации на распространение феномена «аномической депрессии» в системе социальных отношений // *Социология*. 2024. № 6. С. 12–15.

Сергеев А.А., Медведев М.М., Дудникова Е.Н. Необходимость психологического проектирования в рамках реализации успешной религиозной социализации в казачьих образовательных учреждениях // *Телескоп: журнал социологических*

и маркетинговых исследований. 2024. № 1(13). С. 121–126.

Соболева Н.Л. Совместный детско-родительский проект «Ждем новый год» в начальной школе. Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2014. № 44. С. 95–99.

Сухотерина Т.П., Евсеева К.Р. Жанр праздничной коммуникации «новогоднее письмо» в пространстве естественной письменной речи // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 6. (61). С. 438–441.

Ушкова Е.Л. 2005.03.019. Броннер Ж. Об утрате верований в существование Деда Мороза (Bronner, G. (2004), Contribution à une théorie de l'abandon des croyances: La fin du père Noël, *Cahiers intern. de sociologie*, vol. 66, pp. 117–140) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11: Социология. 2005. № 4. С. 100–105.

Федулова Е.В. Основные концепты «Образа мира» современного дошкольника // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2008. № 1. С. 187–194.

Чернова Н.Ю. Поколение хоумлэндеров: репрезентации формативного контекста // Семиотические исследования. *Semiotic studies*. 2023. Т. 3, № 2. С. 83–91. DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2023-3-2-83-91>.

Шевченко И.О. Социальное конструирование отцовства: трансформация социальных практик в современной России: диссертация на соиск. степени доктора социол. наук. Москва: РГГУ, 2021. 443 с.

Шпаковский Ю.Г. Главный праздник года. Вестник Университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА). 2022. № 12 (100). С. 247–252.

Янглева М.М. К изучению информационной обстановки: тропосы в ментальном пространстве (на примере праздничной ритуальности) // Вестник Волжского университета им. В.И. Татищева. 2022. Т. 1, № 1. С. 145–152.

References

Alanen, L. (2015), Are we all constructionists now? *Childhood*, no. 22, pp. 149–153.

Bronner, G. (2004), Contribution à une théorie de l'abandon des croyances: La fin du père Noël, *Cahiers intern. de sociologie*, vol. 66, pp. 117–140.

Kapitány, R., Nelson, N., Burdett, E.R.R., Goldstein, T.R., & Jong, J. (2020), The child's pantheon: Children's hierarchical belief structure in real and non-real figures, *PLoS ONE*, no. 15(6), DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234142>.

Mills, C.M., Goldstein, T.R., Kanumuru, P., Monroe, A.J., & Quintero, N.B. (2024), Debunking the Santa myth: The process and aftermath of becoming skeptical about Santa, *Developmental Psychology*,

no. 60(1), pp. 1–16, DOI: <https://doi.org/10.1037/dev0001662>.

Slotterback Carole, S. (2006), Terrorism, altruism, and patriotism: An examination of children's letters to Santa Claus, *Current Psychology*, no. 25(2), pp. 144–153.

Vandysheva, L.V., Vas'kina, Yu.V., Malakanova, O.A., Mitrofanova, S.Yu., Pustarnakova, A.A. (2023), Strategiya smeshivaniya metodov v issledovanii identichnosti i praktik konsolidatsii sovremennoi molodezhi, *Semioticheskie issledovaniya. Semiotic studies*, vol. 3, no. 4, pp. 81–89, DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2023-3-4-81-89>.

VTsIOM: Ded Moroz, ty podarki nam prines? (2018), [Online], available at: <https://wciom.ru/info-grafika-statja/ded-moroz-ty-podarki-nam-prinyos> (Accessed 1 August 2024).

VTsIOM: Novogodnie meropriyatiya na fone SVO (2022), [Online], available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/novogodnie-meropriyatija-na-fone-svo> (Accessed 1 August 2024).

VTsIOM: Talisman Olimpiady: vse bol'she rossiyan golosuyut za «Deda Moroza» (2011), [Online], available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/talisman-olimpiady-vse-bol-she-rossiyan-golosuyut-za-deda-moroza> (Accessed 1 August 2024).

Zemlyanskaya, E.N. (2024), Uchebnoe deistvie sravneniya kak rezul'tat obucheniya v nachal'noi shkole, *Nauka i shkola*, no. 1, pp. 183–194, DOI: <https://doi.org/10.31862/1819-463X2024-1-183-194>.

Kudrevich, A.Yu. (2023), Strategicheskie aspekty razvitiya avtomobil'nogo turizma v regione, *Strategirovanie: teoriya i praktika*, vol. 4, no. 3, pp. 389–405, DOI: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2024-4-3-389-405>.

Lipovka, V.O. (2014), Analiz pisem uchashchikhsya kak sposob vyyavleniya tsennostnykh orientatsii podrostkov (na primere pisem Dedu Morozu), *Nauchno-pedagogicheskoe obozrenie*, no. 3(5), pp. 70–75.

Maiorova-Shcheglova, S.N. (2018), *Kontseptsiya sotsial'nogo konstruirovaniya detstva. Detstvo XXI veka: sotsiogumanitarnyi tezaurus: tematicheskii slovar'-spravochni*, ROS, Moscow, Russia, pp. 31–35, [Online], available at: https://www.ssa-rss.ru/files/File/PublikaciiROS/Maiorova-Scheglova.%20Detstvo%20XXI%20veka_Sociogumanitarniy%20tezaurus.pdf (Accessed 1 August 2024).

Maiorova-Shcheglova, S.N. (2022), Shkol'nye uchebniki kak otrazhenie povsednevnosti detstva i kak ee konstruktory, *Kompleksnye issledovaniya detstva*, vol. 4, no. 3, pp. 147–16, DOI: <https://doi.org/10.33910/2687-0223-2022-4-3-147-162>.

Pletnev, A.V., Konanchuk, S.V. (2024), Vliyaniye razvitiya protsessov virtualizatsii na rasprostraneniye fenomena «anomicheskoi depressii» v sisteme sotsial'nykh otnoshenii, *Sotsiologiya*, no. 6, pp. 12–15.

- Sergeev, A.A., Medvedev, M.M., Dudnikova, E.N. (2024), Neobkhodimost' psikhologicheskogo proektirovaniya v ramkakh realizatsii uspezhnoi religioznoi sotsializatsii v kazach'ikh obrazovatel'nykh uchrezhdeniyakh, *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovani*, no. 1(13), pp. 121–126.
- Soboleva, N.L. (2014), Sovmestnyi detsko-roditel'skii proekt «Zhdem novyi god» v nachal'noi shkole, *Lichnost', sem'ya i obshchestvo: voprosy pedagogiki i psikhologii*, no. 44, pp. 95–99.
- Sukhoterina, T.P., Evseeva, K.R. (2016), Zhanr prazdnichnoi kommunikatsii «novogodnee pis'mo» v prostranstve estestvennoi pis'mennoi rechi, *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, no. 6 (61), pp. 438–441.
- Ushkova, E.L. (2005), Bronner Zh. Ob utrate verovanii v sushchestvovanie Deda Moroza (Bronner, G. (2004), Contribution à une théorie de l'abandon des croyances: La fin du père Noël, *Cahiers intern. de sociologie*, vol. 66, pp. 117–140), *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Ser. II: Sotsiologiya*, no. 4, pp. 100–105.
- Fedulova, E.V. (2008), Osnovnye kontsepty «Obraza mira» sovremennogo doshkol'nika, *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*, no. 1, pp. 187–194.
- Chernova, N.Yu. (2023), Pokolenie khoumlenderov: reprezentatsii formativnogo konteksta, *Semioticheskie issledovaniya. Semiotic studies*, vol. 3, no. 2, pp. 83–91, DOI: <http://doi.org/10.18287/2782-2966-2023-3-2-83-91>.
- Shevchenko, I.O. (2021), *Sotsial'noe konstruirovaniye ottsovstva: transformatsiya sotsial'nykh praktik v sovremennoi Rossii: dissertatsiya na soisk. stepeni doktora sotsiol. Nauk*, RGGU, Moscow, Russia.
- Shpakovskii, Yu.G. (2022), Glavnyi prazdnik goda, *Vestnik Universiteta im. O.E.Kutafina (MGYuA)*, no. 12 (100), pp. 247–252.
- Yanglyayeva, M.M. (2022), K izucheniyu informatsionnoi obstanovki: tropozy v mental'nom prostranstve (na primere prazdnichnoi ritualistiki), *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.I.Tatishcheva*, vol. 1, no. 1, pp. 145–152.

Submitted: 03.06.2024

Revised: 14.08.2024

Accepted: 02.10.2024