СОЦИОЛОГИЯ · SOCIOLOGY

Вестник МИРБИС. 2025. № 3 (43)'. С. 219–231.
Vestnik MIRBIS. 2025; 3 (43)': 219–231.

Научная статья
УДК: 316.4
DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.23

Влияние деятельности блогеров, медийных личностей на формирование образа многодетной матери в Республике Татарстан

Алиса Фиргатовна Шакирова[1,2], **Анна Алексеевна Коннова**[1]

Аннотация. На фоне демографического кризиса в России, характеризующегося снижением рождаемости и старением населения, особое значение приобретает исследование влияния социальных сетей на формирование представлений о многодетности и изучения конструируемых в социальных сетях образов многодетной матери. Данная статья направлена на выявление формирования образов многодетной матери в Республике Татарстан. Для анализа влияния блогов на образ многодетной матери был применен метод автоматизированного процесса сбора и систематизации данных из открытых источников с помощью программного обеспечения и изучено 15 793 публикации (тексты фото, видео, рилсы) за 2020–2025 годы, включая статистику просмотров, комментариев, лайков и репостов, с построением рейтингов по каждому показателю. Результаты исследования демонстрируют значимую роль блогеров в формировании общественного мнения о многодетных семьях. Позитивное воздействие достигается через разрушение стереотипа о бедности посредством демонстрации финансовой состоятельности и успешной карьеры многодетных матерей. Однако, наряду с этим, присутствует негативное влияние блогеров с сомнительной репутацией, чей контент, несмотря на критику, вызывает интерес и может формировать негативные представления..

Ключевые слова: многодетная мать, социальные сети, блогеры, многодетная семья, Республика Татарстан.

Благодарности. Работа выполнена за счет гранта Академии наук Республики Татарстан, предоставленного молодым кандидатам наук (постдокторантам) с целью защиты докторской диссертации, выполнения научно-исследовательских работ, а также выполнения трудовых функций в научных и образовательных организациях Республики Татарстан в рамках Государственной программы Республики Татарстан «Научно-технологическое развитие Республики Татарстан» (Соглашение от 16.12.2024 №108/2024-ПД).

Для цитирования: Шакирова А. Ф. Влияние деятельности блогеров, медийных личностей на формирование образа многодетной матери в Республике Татарстан / А. Ф. Шакирова, А. А. Коннова. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.23 // Вестник МИРБИС. 2025; 3: 219–231.

Original article

The influence of the activities of bloggers and media personalities on the formation of the image of a mother with many children in the Republic of Tatarstan

Alisa F. Shakirova[3,4], **Anna A. Konnova**[3]

Abstract. Against the backdrop of the demographic crisis in Russia, characterized by a decline in the birth rate and an aging population, the study of the influence of social networks on the formation of ideas about having many children and the study of the images of a mother with many children constructed in social networks is of particular importance. This article is aimed at identifying the formation of images of a mother with many children in the Republic of Tatarstan. To analyze the influence of blogs on the image of a mother with many children, the method of automated collection and systematization of data from open sources using software was used and 15,793 publications (texts, photos, videos, reels) for 2020-2025 were studied, including statistics on views, comments, likes and reposts, with the construction of ratings for each indicator. The results of the study demonstrate the significant role of bloggers in shaping public opinion about large families. A positive impact is achieved by breaking the stereotype of poverty by demonstrating the financial solvency and successful careers of mothers with many children. However, along with this, there is the negative influence of bloggers with a dubious reputation, whose content, despite criticism, arouses interest and can form negative perceptions.

1 Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, Казань, Россия.
2 Alisa.Shakirova@tatar.ru, https://orcid.org/0000-0003-4187-6562
3 Center of Advanced Economic Research in the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia.
4 Alisa.Shakirova@tatar.ru, https://orcid.org/0000-0003-4187-6562

Key words: mother of many children, social networks, bloggers, large family, Republic of Tatarstan.

Acknowledgements. The work was carried out at the expense of a grant from the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, provided to young candidates of science (postdoctoral students) for the purpose of defending a doctoral dissertation, carrying out research work, and also performing work functions in scientific and educational organizations of the Republic of Tatarstan within the framework of the State Program of the Republic of Tatarstan «Scientific and Technological Development of the Republic of Tatarstan» (Agreement dated 16.12.2024 No. 108/2024-PD).

For citation: Shakirova A. F. The influence of the activities of bloggers and media personalities on the formation of the image of a mother with many children in the Republic of Tatarstan / A. F. Shakirova, A. A. Konnova. DOI: 10.25634/MIRBIS.2025.3.23. *Vestnik MIRBIS*. 2025; 3: 219–231 (in Russ.).

1. Введение

Социальные сети вошли во все сферы жизнедеятельности населения и, наверное, уже трудно представить современную жизнь без них. Чем популярнее становятся социальные сети среди населения в целом, тем чаще привлекают внимание исследователей различных сфер. Социальные сети выступают объектом, предметом и средством для исследователей. Например, ряд авторов изучают информационный образ российских спортсменов в социальных сетях [Кисляков 2023], другие ученые исследуют каким образом социальные сети способствуют популяризации здорового образа жизни [Полетаева 2025] и их влиянии на физическую активность различных категорий населения [Друщиц 2025].

В свою очередь Шмальц Ю. В., Аширбагина Н. Л. изучали образ государственного служащего в социальных сетях [Шмальц 2025], а Осиповская Е. А., Бурдовская Е. Ю. рассматривали конкретный образ медийной личности, Ксении Собчак, при этом использовали социальные сети как ресурс для получения материалов исследования [Осиповская 2025].

В последние десятилетия на фоне снижения рождаемости и уменьшения численности населения в России остро встает демографический вопрос и тем самым увеличивает интерес ученых к данной проблематике [Иштирякова 2022]. Последние в свою очередь задаются вопросами как увеличить рождаемость [Тихомирова 2024], какие есть меры поддержки и проблемы многодетных семей [Антоненко 2020], в том числе рассматривают образ многодетных матерей в социальных сетях [Образ многодетной матери... 2019].

Так социологи Банных Г. А., Зайцева Е. В., Костина С. Н. и Кузьмин А. И. в своем исследовании выявили конструирующий образ матери методом контент-анализа таких платформ как YouTube, Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещённой на территории РФ) и VK. Результаты анализа 1 500 блогов и 183 информационных материалов на YouTube, 20 464 тыс. публикаций в запрещенной на территории социальной сети Instagram, 1 874 новости, 919 видеозаписи и 700 сообществ в VK показали, что в зависимости от платформы формируются различные образы многодетной матери, что отражает разнообразие восприятия и представление о роли женщины в многодетной семье [Образ многодетной матери... 2019].

Анализируя те же самые социальные сети, исследователи Лескова И. В. и Володина Д. Г. выделяют разные образы многодетной матери. В частности, в VK доминирует негативный образ, формируемый посредством высмеивающих сообществ [Лескова 2021]. Альтернативный, более позитивный образ, транслируется в «Одноклассниках», преимущественно в сообществах, созданных самими матерями. YouTube характеризуется преобладанием негативного образа неблагополучной многодетной семьи и матери. В Instagram (принадлежит компании Meta, запрещена на территории РФ) зафиксирован наиболее позитивный образ — успешной женщины, совмещающей материнство и профессиональную деятельность.

Однако практически нет исследований направленных на изучение многодетных блогеров и медийных личностей, отклика аудитории на деятельность, осуществляемую ими в социальных сетях и формирования ими определенного образа многодетных матерей.

2. Материалы и методы

С целью выявления влияния татарстанских блогеров, медийных личностей на формирование в республике образа многодетной матери

1 © А. Ф. Шакирова, А. А. Коннова, 2025

был изучен контент 5 блогов, из которых 2 локализованы в социальной сети «ВКонтакте» (далее — ВК) и 3 — в социальной сети и мессенджере «Telegram» в виде телеграм-каналов (далее — ТГК). Выбор блогов осуществлялся в соответствии со следующими критериями: проживание блогера, медийной личности в Республике Татарстан и наличие у него троих и более детей. Кроме этого, отбор учитывал популярность блогов, то есть в нашу выборку попали доступные к анализу (открытые для всех пользователей) блоги с наибольшим количеством подписчиков, в том числе и те, которые ведутся на татарском языке. Именно необходимость изучения наиболее популярных среди татарстанской аудитории социальных сетей блогов привела нас к включению в выборку исследования, помимо блогов, локализованных в ВК, также ТГК-блогов.

Первоначально в качестве социальной сети нами была выбрана «старейшая» из наиболее активно посещаемых сегодня ВК, охватывающая широкую аудиторию пользователей всех возрастов. Однако в ходе изучения актуальной научной литературы (и позже — на этапе собственно отбора блогов) стало очевидно, что для обеспечения достоверности результатов необходимо изучить также деятельность блогеров, медийных личностей в стремительно набирающем популярность Telegram. Он функционирует по принципу мессенджера, однако также позволяет пользователям вести свои каналы, в которых их сообщения транслируются сплошным потоком на аудиторию подписчиков. Возможности, предоставляемые Telegram, снискали значительный отклик среди населения. Так, согласно данным ВЦИОМ за 2023 год, Telegram входит в топ-3 социальных сетей и мессенджеров, на которые приходится большая часть суточной интернет-активности россиян (1 место — ВК, 2 место — TikTok)[1], а по данным за 2025 год ТГК опережают прочие социальные сети и мессенджеры в качестве источника оперативной информации (ТГК — 28 %, прочие социальные сети и мессенджеры — 14 %)[2].

3. Результаты исследования

По итогам отбора в выборку вошли блоги в VK и ТГК-блоги следующих многодетных блогеров, медийных личностей: 1) блог в VK Гузель Уразовой, https://vk.com/urazova_official?from=search (далее — блог №1); 2) блог в VK Гузель Хуснутдиновой, https://vk.com/husnutdinova_266?from=search (далее — блог №2); 3) ТГК-блог «Elmira_vaisovna», https://t.me/elmira1989el (далее — блог №3); 4) ТГК-блог Ләйсән Хаматдиновой, https://t.me/Leisan_khamatdinova (далее — блог №4); 5) ТГК-блог Альбины Фазлыевой, https://t.me/+b0lLpzh1wINhYjUy (далее — блог №5). Для их изучения так же, как и применительно к упоминаниям темы многодетности, был использован парсинг. Анализу был подвергнут весь контент блогов за последние 5 лет, а также за текущий год, то есть это все текстовые посты, фотографии, стандартные видео и рилсы (короткие вертикальные видеоролики), опубликованные с 2020 по 2025 годы (для блогов №3 и №4 период анализа составляет 2022–2025 годы). Всего анализом были охвачены 15 793 публикации. Кроме этого, были проанализированы абсолютное и среднее количества просмотров этих публикаций, комментариев к ним, отметок «мне нравится» (лайков) и «поделиться» (репостов), включая построение рейтингов (топов) по каждому абсолютному показателю. Далее подробно остановимся на результатах анализа каждого блога.

Блог №1 на своей странице в ВК на татарском и русском языках ведет народная артистка Республики Татарстан Гузель Уразова. В описании страницы нет акцента на статусе многодетной матери, при этом артистка растит четверых детей. На момент исследования на блог №1 были подписаны 166 380 человек, с 2020 года в нем была сделана 1 821 публикация, каждая из которых подверглась анализу. Вместе эти публикации собрали более 100 млн просмотров, 2 286 009 лайков, 94 610 репостов и 99 214 комментариев. В среднем на каждую публикацию блога №1 приходится 60 489,1 просмотров, 1 255,36 лайков, 51,95 репостов и 54,48 комментариев (таблица 1).

Далее детально изучим содержание публикаций блога №1 (таблица 2). Почти половина всех постов в блоге относится к категории «Музыка и

1 Социальные сети и мессенджеры: вовлеченность и предпочтения. Текст : электронный // ВЦИОМ : официальный сайт центра. 10.08.2023. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-seti-i-messendzhery-vovlechennost-i-predpochtenija (дата обращения: 26.04.2025).

2 Там же: Телевидение в цифровую эпоху. 27.01.2025. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/televidenie-v-cifrovuju-ehpokhu (дата обращения: 26.04.2025).

творчество» (44,5 %), из них большинство (31,1 %) раскрывают информацию о концертах и турах, остальные (13,4 %) являются ссылками на песни и клипы артистки. Еще около трети постов (27,2 %) направлены на общение с подписчиками (категория «Общение с подписчиками») и включают в себя приветствие фанатов, адресованные им благодарности, а также розыгрыши.

Таблица 1. **Блог №1: общая информация**

Параметр	Значение				
Блогер, медийная личность	Гузель Уразова	Гузель Хуснутдинова	Elmira___ Vaisovna	Ләйсән Хаматдинова	Альбина Фазлыева
Социальная сеть	ВК	ВК	Telegram (ТГК)	Telegram (ТГК)	Telegram (ТГК)
Период анализа (годы)	2020–2025	2020–2025	2022–2025	2022–2025	2020–2025
Число подписчиков	166 380	40 658	20 905	19 650	15 623
Количество публикаций	1 821	334	5 992	577	7 069
Общее число просмотров	110 150 653	15 990 638	82 113 848	6 028 403	52 480 111
Общее число оценок «мне нравится» (лайков)	2 286 009	448 830	2 438 426	193 278	2 044 516
Общее число оценок «поделиться» (репостов)	94 610	1 735	332 449	8 879	64 388
Общее число комментариев	99 214	1 950	196 502	11 010	144 602
Среднее число просмотров	60 489,1	47 876,16	13 703,91	10 447,84	7 423,98
Среднее число оценок «мне нравится» (лайков)	1 255,36	1 343,8	406,95	334,97	289,22
Среднее число оценок «поделиться» (репостов)	51,95	5,19	55,48	15,39	9,11
Среднее число комментариев	54,48	5,84	32,79	19,08	20,46

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

Каждый пятый пост (22,2 %) относится к категории «Семья и дети», среди которых большинство (15,2 %) составляют подкатегорию «Семейные ценности». В таких публикациях семейные ценности раскрываются через рассказы о семейных праздниках, таких как дни рождения, а также через размышления о счастье, любви и внутрисемейной поддержке.

Кроме этого, в категории «Семья и дети» встречаются также шуточные посты (4 %), в которых артист через призму юмора говорит о трудностях в жизни многодетной семьи. Также в постах категории «Семья и дети» поднимаются темы семейного отдыха и развлечений, здоровья и красоты. Среди других выделенных нами категорий изученных постов (менее распространенные) — «Продажи и реклама» (4 %), «Религия» (2,1 %).

Таблица 2. **Блог №1: распределение постов по категориям и подкатегориям, %**

Категории и подкатегории	Доля, %
Музыка и творчество	**44,5**
Концерт	24,5
Песня, клип	13,4
Тур	6,6
Общение с подписчиками	**27,2**
Блогерство	26,4
Мораль	1,0
Семья и дети	**22,2**
Семейные ценности	15,2
Юмор	4,0
Отдых	1,0
Развлечения	1,0
Здоровье и красота	1,0
Продажи и реклама	**4,0**
Продажа билетов	2,0
Реклама	2,0
Религия	**2,1**
Общее	2,1
Всего	**100,0**

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

Далее узнаем, какие из публикаций блога №1 получили наибольший отклик аудитории, а именно рассмотрим топ-3 постов, набравших наибольшее количество просмотров, лайков, репостов и комментариев.

Топ-3 постов блога №1 по количеству лайков составили посты категории «Семья и дети». Больше всего лайков набрали фотография младшей дочери артистки (17 445 лайков) и видео с

последнего звонка ее старшей дочери (13 875 лайков), сопровождавшиеся соответствующими подписями и расположенные на первом и втором местах соответственно. Пост, занявший третье место (12 509 лайков) представляет собой поздравление с днем рождения детей. Текст сопровожден общей фотографией всех членов семей, безусловно, вызывающей чувство восхищения.

По количеству репостов первое место в топ-3 постов блога №1 занимает юмористическое видео о буднях многодетной матери. На втором и третьем месте располагаются публикации категорий «Музыка и творчество», где говорится об анонсе нового шоу (1 119 репостов) и «Общение с подписчиками», включающее в себя запись о покупке нового электромобиля (827 репостов).

Так в топ-3 постов блога №1 по количеству просмотров по большей части включают в себя ранее уже упомянутые посты категории «Семейные ценности» (578 808 и 486 280 просмотров). На втором месте по просмотрам (548 581 просмотр) находится публикация нового образа артистки для предстоящих концертов.

Наибольшее количество комментариев в блоге №1 получают посты категории «Общение с подписчиками», в которых артистка напрямую взаимодействует со своими фанатами. На первом месте (8 081 комментарий) — пост о конкурсе с вознаграждением, который сопровождается красивой фотографией артистки. На втором месте (1 641 комментарий) — пост, в котором артистка демонстрирует семейные ценности и передает их в массы через общение с подписчиками. Это короткое видео с сыном артистки со следующей подписью. Третье место (1 180 комментариев) занял пост с рекламой верхней одежды.

По итогам реализованного анализа опубликованных постов можно сказать, что блог №1 создает для своей владелицы образ многодетной матери, успешно занимающейся творческой деятельностью, активно взаимодействующей с фанатами и при этом остающейся счастливой матерью, которая уделяет внимание, дарит любовь своим детям и близким, а также получает внимание и любовь взамен. В свою очередь, реакция аудитории блога №1 показывает, что общественность восхищает не только музыкальное творчество артистки, но и ее семья, сохранение ею семейных ценностей и творческое воспитание детей.

Блог №2 на своей странице в VK в основном на русском языке ведет Гузель Хуснутдинова, позиционирующая себя как «ЖЕНЩИНА ОХХОНЬ» и «FOOD — флорист». В описании страницы нет акцента на статусе многодетной матери, при этом блогер растит пятерых детей (один ребенок приемный). Необходимо справедливо отметить, что в Instagram (запрещен в России, принадлежит Meta) блогер более активно освещает свою жизнь, однако, несмотря на это, ее блог в ВК популярен и имеет постоянную аудиторию. На момент исследования на блог №2 были подписаны 40 658 человек, с 2020 года в нем были сделаны 334 публикации, каждая из которых подверглась анализу. Вместе эти публикации собрали более 15 млн просмотров, 448 830 лайков, 1 735 репостов и 1 950 комментариев. В среднем на каждую публикацию блога №2 приходится 47 876,16 просмотров, 1 343,8 лайков, 5,19 репостов и 5,84 комментариев (таблица 1).

Далее детально изучим содержание публикаций блога №2 (таблица 3). Наиболее распространенная тематическая категория, объединившая в себе более трети всех публикаций, — «Семья и дети» (41,8 %). Все посты данной категории сопровождаются яркими, теплыми фотографиями семьи. При этом большинство из них (20,2 %) относятся к подкатегории «Семейные ценности» и опубликованы в ожидании рождения ребенка, ко дню рождения членов семьи и т. д. Близкое количество постов (19,7 %) относится к подкатегории «Семейные путешествия», в них блогер немногословно делится фотографиями с отдыха.

Второе место по распространенности с небольшим отрывом занимают посты категории «Работа» (38,5 %). В них блогер в основном делится своими проектами, съемками (35,7 %). Тройку лидеров с большим отставанием замыкают посты категории «Продажи и реклама» (8,5 %), в которых рекламируются товары и услуги, продаваемые и оказываемые самим блогером. Среди других выделенных нами категорий постов в блоге №2 — «Фотосессия» (6,6 %), «Общение с подписчиками» (4,6 %).

Таблица 3. **Блог №2: распределение постов по категориям и подкатегориям, %**

Категории и подкатегории	Доля, %
Семья и дети	**41,8**
Семейные ценности	20,2
Путешествие	19,7

Категории и подкатегории	Доля, %
Развлечения	1,9
Работа	**38,5**
Проект, съемки	35,7
Достижения	1,8
Благодарность	0,5
Праздники	0,5
Продажи и реклама	**8,5**
Реклама	8,5
Фотосессия	**6,6**
Фото себя	6,6
Общение с подписчиками	**4,6**
Блогерство	4,6
Всего	**100,0**

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

С целью изучения реакции аудитории блога №2 на публикуемые в нем посты рассмотрим топ-3 постов с наибольшим количеством просмотров, лайков, комментариев и репостов.

Топ-3 постов по количеству лайков открывают публикации категории «Семья и дети». Так, с первого по третье место занимают посты о совместной жизни блогера и ее супруга (6 857 лайков), о дне рождения их сына (5 569 лайков) и о дне рождения самого блогера (4 926 лайков). Все три поста сопровождаются красивыми, яркими фотографиями.

Самым популярным постом в топ-3 по количеству репостов является сообщение блогера о подарке супруга на ее день рождения (117 репостов). Пост о самом дне рождении блогера занял второе место (90 репостов), тогда как третье место досталось личной фотографии в образе бизнес-леди (70 репостов).

В топ-3 постов с наибольшим количеством комментариев вошли выше уже упомянутые фотография в образе деловой женщины (первое место, 119 комментариев), публикация о совместной жизни блогера с супругом (второе место, 117 комментариев). Третье место по количеству комментариев занимает неоднозначное видео без подписи с преображением ребенка (https://vk.com/wall348410516_4560), которое подписчики бурно обсуждают, входя между собой в перепалку (104 комментария).

Наибольшее количество просмотров также набрали уже упоминавшиеся раньше посты. Среди них на первом месте — пост о дне рождения блогера (472 610 просмотров), на втором — фотография в деловом образе (304 510 просмотров), на третьем — публикация о совместной жизни блогера с супругом (267 059 просмотров).

По итогам реализованного анализа опубликованных постов можно сказать, что блог №2 на первый взгляд создает своей владелице образ деловой многодетной матери, которая ведет несколько абсолютно разных, но одинаково успешных проектов, совмещая их с материнством. Однако при более пристальном рассмотрении этот образ оказывается скандальным. Изучив неоднозначные комментарии под постами в блоге, мы провели дополнительные исследования, проверив доступную информацию о блогере в поисковых системах. «Женщина оххонь» снискала скандальную славу, оказавшись в центре религиозного скандала[1], также на нее писали заявление в полицию ее же подписчики, которые брали у нее курсы[2], кроме этого, в Instagram (запрещен в России, принадлежит Meta) сама блогер и другие личности активно обсуждают потасовки, в которые попадают ее дети. Таким образом, оценивая образ многодетной матери, который формируется контентом блога №2, необходимо помнить о феномене черного пиара, когда блогеры прибегают к скандалам для привлечения подписчиков.

Блог №3 в своем ТГК в основном на татарском языке ведет девушка с ником Elmira_vaisovna. Канал включен в перечень Роскомнадзора[3], ведется с 2022 года, посвящен повседневной жизни и кулинарии. В описании канала нет акцента на статусе многодетной матери, при этом блогер растит троих детей. На момент исследования на блог №3 были подписаны 20 905 человек, с 2022 года в нем были сделаны 5 992 публикации, каждая из кото-

1 Блогер «Женщина-огонь» попала в религиозный скандал из-за модного показа в Челнах. Текст : электронный // Инказан.ру : сетевое издание. 25.10.2023. URL: https://inkazan.ru/news/2023-10-25/bloger-zhenschina-ogon-popala-v-religioznyy-skandal-iz-za-modnogo-pokaza-v-chelnah-3080443 (дата обращения: 29.04.2025).

2 «В списке первых, кто запланировал на меня покушение»: блогер из Татарстана будет судиться с клиентами [Электронный ресурс] // 116.ru : сайт медиакомпании. 06.06.2023. URL: https://116.ru/text/entertainment/2023/06/06/72374978/ (дата обращения: 29.04.2025).

3 Все персональные страницы и каналы, на которые подписаны более 10 000 человек, нужно зарегистрировать в Роскомнадзоре. После добровольной идентификации каналы и страницы будут включены в специальный перечень.

рых подверглась анализу. Вместе эти публикации собрали более 80 млн просмотров, 2 438 426 лайков, 332 449 репостов и 196 502 комментария. В среднем на каждую публикацию блога №3 приходится 13 703,91 просмотров, 406,95 лайков, 55,48 репостов и 32,79 комментариев (таблица 1).

Далее детально изучим содержание публикаций блога №3 (таблица 4). Более трети всех постов в блоге (38,1 %) относятся к категории «Семья и дети», при этом большинство из них (16,8 %) входят в подкатегорию «Развлечения», то есть в таких публикациях блогер делится семейным досугом, походами на концерты, в театры и т. д. Близкая доля постов блога входит в подкатегорию «Семейные ценности» (14,6 %). В таких публикациях отражены теплые семейные отношения, блогер демонстрирует крепкие связи между детьми и старшим поколением (бабушками и дедушками), рассказывает о домашних посиделках за чаем.

Следующая по распространенности категория постов, составляющая также более трети всех публикаций в блоге №3.

Контент блога также достаточно богат на посты категории «Продажи и реклама» (12,6 %). Блогер делится обзорами магазинов, дает ссылки на товары интернет-магазинов и т. д. Почти так же часто, как и рекомендациями магазинов и товаров, блогер делится секретами кулинарии, дает пошаговые рецепты (категория «Еда и кулинария», 12 %).

Здесь необходимо отметить, что кулинария — основная декларируемая тематика канала, соответственно, логично было бы ожидать, что посты данной категории будут превалировать в их общей массе. Среди других выделенных нами категорий постов в блоге №3 — «Религия» (0,5 %).

Таблица 4. **Блог №3: распределение постов по категориям и подкатегориям, %**

Категории и подкатегории	Доля, %
Семья и дети	**38,1**
Развлечения	16,8
Семейные ценности	14,6
Дом и уют	4,6
Воспитание и мотивация детей	1,3
Здоровье и красота	0,6
Отдых	0,2
Общение с подписчиками	**36,8**
Блогерство	36,8
Продажи и реклама	**12,6**
Реклама	12,6
Еда и кулинария	**12,0**
Рецепты	12,0
Религия	**0,5**
Общее	0,5
Всего	**100,0**

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

Оценим реакцию аудитории на публикации в блоге №3. В топ-3 постов с наибольшим количеством лайков вошли посты категории «Семья и дети» и «Общение с подписчиками». Так, на первом месте (1 684 лайка) — пост о покупке дома семьей блогера и об их переезде в Арский район Республики Татарстан. На втором месте (1 474 лайка) — пост, в котором блогер делится покупкой нового платья и «выходом в свет». На третьем месте (1 372 лайка) — пост о покупке новой машины.

В рейтинге топ-3 постов с наибольшим количеством репостов полностью состоит из публикаций категории «Еда и кулинария». На первом месте рецепт теста (1 190 репостов), на втором месте (1 161 репост) — рецепт напитка, смягчающего кашель, на третьем месте (1 157 репостов) — рецепт медового торта.

Лидирующую позицию в топ-3 постов с наибольшим количеством комментариев с огромным отрывом открывает пост-объявление конкурса, в котором десяти подписчикам достанется торт (5 540 комментариев). На втором месте (703 комментария) — уже упомянутое ранее сообщение о покупке дома, на третьем месте (610 комментариев) — пост, посвященный к ее 34-летию.

Топ-3 постов по количеству просмотров открывает видео-интервью с мамой блогера о поездке с волонтерами в качестве сопровождения гуманитарной помощи в зону специальной военной операции. Видео разделено на три части и, соответственно, поскольку все они набрали большее количество просмотров, чем остальные посты на канале (первая часть — 31 353 просмотра, вторая часть — 31 827 просмотров, третья часть — 32 677 просмотров), занимает сразу три места.

По итогам реализованного анализа опубликованных постов можно сказать, что блог №3 создает для своей владелицы образ хранительницы теплого домашнего очага, которая регулярно

радует домочадцев вкусной едой, и для которой готовка «не в тягость, а в радость». Многодетная семья блогера видится финансово обеспеченной и дружной, поддерживающей крепкие связи между поколениями, поощряющей и уважающей помощь бабушек и дедушек в воспитании детей. Реакция аудитории блога №3 на ее контент глубоко позитивная, подписчики приветствуют как личные публикации блогера, так и рецепты, на которых построена концепция канала.

Блог №4 в своем ТГК в основном на татарском языке ведет Ләйсән Хаматдинова, позиционирующая себя как психолог. Канал ведется с 2022 года, посвящен деревенской жизни с ее ежедневными заботами. В описании канала нет акцента на статусе многодетной матери, при этом блогер растит троих детей. На момент исследования на блог №4 были подписаны 19 650 человек, с 2022 года в нем было сделано 577 публикаций, каждая из которых подверглась анализу. Вместе эти публикации собрали более 6 млн просмотров, 193 278 лайков, 8 879 репостов и 11 010 комментариев. В среднем на каждую публикацию блога №4 приходится 10 447,84 просмотров, 334,97 лайков, 15,39 репостов и 19,08 комментариев (таблица 1).

Далее детально изучим содержание публикаций блога №4 (таблица 5). Более половины всех постов (57%) относятся к категории «Семья и дети», при этом большинство из них (21,7%) входят в подкатегорию «Семейные ценности».

Значительная часть постов категории «Семья и дети» (9,3 %) также входит в подкатегорию «Дом и уют». В блоге №4 делается большой акцент на разного рода семейных посиделках и вроде бы незаметных мелочах, которые создают тепло и уют в доме. Кроме этого, в рамках категории «Семья и дети» встречаются также публикации юмористического содержания (подкатегория «Юмор», 7,5 %).

Таблица 5. **Блог №4: распределение постов по категориям и подкатегориям, %**

Категории и подкатегории	Доля, %
Семья и дети	**57,0**
Семейные ценности	21,7
Дом и уют	9,3
Юмор	7,5
Путешествие	6,3
Развлечения	5,3
Рецепты	4,5
Здоровье и красота	2,4
Общение с подписчиками	**36,7**
Блогерство	33,5
Юмор	3,2
Продажи и реклама	**3,9**
Продажи	3,9
Работа	**2,4**
Рабочие будни	2,4
Всего	**100,0**

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

На втором месте по распространенности среди постов в блоге №4 — категория «Общение с подписчиками», публикации данной категории составляют более трети от их общего количества (36,7%). Среди других выделенных нами категорий постов в блоге №4 — «Продажи и реклама» (3,9%), «Работа» (2,4%).

Далее обратимся к реакциям аудитории блога №4 на его контент и составим рейтинги постов, которые набрали наибольшее количество просмотров, лайков, репостов и комментариев. Все посты из топа-3 по количеству лайков относятся к категории «Семья и дети» и подкатегории «Семейные ценности». Пост, занявший первое место (1 247 лайков), представляет собой профессиональное видео, в котором блогер и ее муж нарядные танцуют под елкой. На втором и третьем местах находятся поздравления сына и мужа блогера с ее днем рождения (1 219 и 1 005 лайков).

Топ-3 постов с наибольшим количеством репостов составляют публикации категории «Семья и дети» и подкатегории «Рецепты». Отметим, что мы не стали выносить рецепты в отдельную тематическую категорию, поскольку основной контент блога №4 не связан с кулинарией, а все рецепты, которыми делится блогер, так или иначе связаны с ее семьей. На первом месте (878 репостов) — рецепт утиной грудки, на втором месте (480 репостов) — рецепт бухлаваша, на третьем месте (470 репостов) — рецепт новогодней закуски.

В топе-3 постов по количеству комментариев первое и второе места (312 и 309 комментариев) занимают посты категории «Общение с подписчиками». Рассматриваемая категория включает в себя контент, призванный установить связь с аудиторией: интерактивные публикации, привет-

ственные посты, непринужденные беседы и др. Пост, занявший третье место в данном рейтинге, связан с днем рождения блогера, о котором мы упоминали при рассмотрении реакций аудитории (третье место, 254 комментария).

Наибольшее количество просмотров набрал ранее упоминавшийся рецепт утки, занявший первое место в соответствующем топе (24 759 просмотров). На втором месте по количеству просмотров (21 962 просмотра) — короткое видео без подписи (https://t.me/Leisan_khamatdinova/1290), в котором блогер вместе с мужем и ребенком поздравляют маму с праздником и дарят букет прекрасных цветов, тем самым демонстрируя связь со старшим поколением. На третьем месте в топ-3 по просмотрам (21 880 просмотров) — юмористическое видео из семейной жизни.

По итогам реализованного анализа опубликованных постов можно сказать, что блог №4 создает для своей владелицы образ многодетной матери, которая создает тепло и домашний уют, является опорой и поддержкой для мужа и детей, а также с юмором описывает сложности семейной жизни. Реакция аудитории блога №4 на его контент — теплая, подписчики активно приветствуют все посты, посвященные семейной жизни блогера.

Блог №5 в своем ТГК в основном на татарском языке ведет Альбина Фазлыева, занимающаяся изготовлением и продажей платьев и головных уборов, хотя по описанию канала (*«Бу канал зәвык, зирәклек һәм Аллаһка мәхәббәт турында…»*) не сразу можно определить его назначение. Также в описании канала нет акцента на статусе многодетной матери, при этом блогер растит четверых детей. Кроме этого, блогер имеет бизнес-аккаунт в WhatsApp (https://wa.me/79196338208), в котором, соответственно, сконцентрирована ее бизнес-деятельность. На момент исследования на блог №5 были подписаны 15 623 человека, с 2020 года в нем было сделано 7 069 публикаций, каждая из которых подверглась анализу. Вместе эти публикации собрали более 52 млн просмотров, 2 044 516 лайков, 64 388 репостов и 144 602 комментария. В среднем на каждую публикацию блога №5 приходится 7 423,98 просмотров, 289,22 лайков, 9,11 репостов и 20,46 комментариев (таблица 1).

Далее детально изучим содержание публикаций блога №5 (таблица 6). Почти половина опубликованных постов (48 %) относится к категории «Общение с подписчиками», и большинство из них (39,4 %) входят в подкатегорию «Блогерство», то есть блогер делится своими мыслями, спрашивает мнения своих подписчиков, они вместе обсуждают погоду и т. д.

Остальные посты категории «Общение с подписчиками» (8,6 %) относятся к подкатегории «Бизнес», в них блогер рассказывает об ассортименте и новинках в своем магазине.

Более трети всех постов в блоге №5 (36,7 %) составляют категорию «Семья и дети», из них большинство (21,2 %) отражают семейные ценности (подкатегория «Семейные ценности»). Значительная часть публикаций категории «Семья и дети» (8 %) относится к подкатегории «Развлечения».

На третьем месте по распространенности (12,7 %) посты категории «Продажи и реклама», в которых блогер в большинстве случав рекламирует свой магазин одежды и рассказывает о новинках. Среди других выделенных нами категорий публикаций в блоге №5 — «Религия» (2,6 %).

Таблица 6. **Блог №5: распределение постов по категориям и подкатегориям, %**

Категории и подкатегории	Доля, %
Общение с подписчиками	**48,0**
Блогерство	39,4
Бизнес	8,6
Семья и дети	**36,7**
Семейные ценности	21,2
Развлечения	8,0
Дом и уют	3,0
Воспитание и мотивация детей	2,0
Юмор	1,3
Рецепты	0,7
Здоровье и красота	0,5
Продажи и реклама	**12,7**
Реклама	12,7
Религия	**2,6**
Общее	1,3
Мораль	1,1
Благотворительность	0,2
Всего	**100,0**

Источник: составлено автором по материалам данного исследования

Теперь изучим реакцию аудитории на посты в блоге №5. В топе-3 постов по количеству лайков первое место (2 487 лайков) занимает фотогра-

фия сына блогера, который стоит на лодке, счастливый и с большой рыбой в руках.

Второе и третье места (1 746 и 1 727 лайков) занимают посты категории «Общение с подписчиками», что свидетельствует о высокой заинтересованности аудитории в неформальном общении.

Топ-3 постов с наибольшим количеством репостов полностью состоит из публикаций подкатегории «Рецепты». На первом месте (671 репост) — рецепт солений, на втором месте (670 репостов) — рецепт блинов, на третьем месте (522 репоста) — рецепт теста.

В топе-3 постов с наибольшим количеством комментариев места с первого по третье (2 559, 2 405 и 1 194 комментариев) заняли посты категории «Общение с подписчиками», демонстрируя, что подписчики ценят возможность быть услышанными и взаимодействовать с блогером и другими участниками сообщества.

Топ-3 постов с самым большим количеством просмотров открывает (первое место, 18 373 просмотра) выше уже упомянутый рецепт солений.

Посты, занявшие второе и третье места (17 813 и 13 464 просмотра соответственно), носят рекламный характер, в них блогер демонстрирует образы покупательниц и рассказывает о действующих скидках в своем магазине.

По итогам реализованного анализа опубликованных постов можно сказать, что блог №5 создает для своей владелицы образ женщины, успешно занимающейся своим бизнесом и глубоко вовлеченной в него (от момента разработки дизайна одежды до ее продвижения с помощью Telegram и реализации среди покупателей), а также успевающей уделять достаточно внимания своим четвертым детям и поддерживать тепло домашнего очага. Реакция аудитории блога №5 на его контент позитивная, подписчики тепло приветствуют все посты – связанные как с семьей блогера, так и с ее бизнесом.

4. Заключение (Выводы)

Таким образом, в соответствии с результатами проведенного исследования, татарстанские блогеры, медийные личности оказывают скорее позитивное влияние на формирование в республике образа многодетной матери, а также в целом – многодетной семьи. В контенте изученных блогов фигурируют примеры финансовой стабильности многодетных семей (покупка жилья, машины, туристических путевок и т. д.), разрушающие стереотипы о том, что многодетная семья – это синоним к слову «бедность», а также примеры творческих и успешных в собственном бизнесе многодетных матерей, не обделяющих вниманием семью и детей, заботящихся о семейном очаге, радующих домочадцев вкусной едой и выпечкой. Кроме этого, в блогах многодетных блогеров, медийных личностей в явном виде подчеркивается идея сохранения традиционных семейных ценностей и традиционной многопоколенной семьи, а также важность третьего поколения (бабушек и дедушек) в жизни детей.

Об эффективности данного влияния говорят реакции аудитории изученных блогов. Пользователи социальных сетей составляют многочисленную базу подписчиков многодетных блогеров, медийных личностей и активно следят за их жизнью — просматривают публикации, оставляют отметки «нравится» и комментарии, делятся особенно заинтересовавшими их постами со своими знакомыми в личных сообщениях и на своих страницах. Что важно, несмотря на то что семейная тематика во всех случаях не является для блогов основной, именно посты категории «Семья и дети» чаще всего попадали в наши рейтинги по количеству просмотров, лайков, репостов и комментариев (в особенности это касается топов постов с наибольшим количеством лайков), а также чаще всего их возглавляли. Усиливает это влияние интерактивная форма, которая присуща любому блогу. Комментарии позволяют аудитории оставлять содержательные отклики на контент, а специальные посты для общения с подписчиками наделяют эту массовую по своей сути коммуникацию чертами личного общения, в ходе которого блогеры, медийные личности более адресно говорят о том, что большая семья не является преградой для личностного роста, развлечений и путешествий.

Вместе с тем, имеет место и обратное, скорее негативное влияние татарстанских блогеров, медийных личностей, имеющих скандальную репутацию, на формирование в республике образа многодетной матери. Здесь, в частности, показательны контент блога №2, а также результаты дополнительного исследования, предпринятого нами в связи с обнаружением неоднозначных комментариев под его постами. Важно отметить,

что контент, представляющий собой вклад в формирование скорее отрицательного образа многодетной матери, встречает соответствующую реакцию аудитории социальных сетей, что с одной стороны указывает на ее сопротивление к восприятию данного образа, но с другой — подтверждает наличие интереса к подобным темам, которого и добиваются посредством черного пиара. Наличие интереса, в свою очередь, говорит о потенциальном влиянии данного образа на общественное мнение.

Список источников

1. Антоненко 2020 — *Антоненко А. В.* Проблемы и меры социальной поддержки многодетных семей / А. В. Антоненко, Д. Е. Закаляпина, Н. В. Мамонова. EDN: QRPNKI // Молодежь и будущее: управление экономикой и социумом : Сборник статей участников всероссийской научно-практической конференции в рамках ReФОРУМа «Управлять мечтой!», Челябинск, 16 апреля 2020 года. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2020. 310 с. С. 6–9. ISBN: 978-5-7271-1677-7.
2. Друшиц 2023 — *Друщиц А. В.* Влияние социальных сетей на физическую активность и здоровый образ жизни студенческой молодежи / А. В. Друщиц, Ю. К. Бабич. EDN: KYSITG // Актуальные вопросы физического воспитания и спортивной тренировки : Сборник материалов III Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и молодых ученых, Брянск, 01 ноября 2023 г. Брянск : Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского, 2023. 418 с. С. 136-142. ISBN: 978-5-9734-0420-8.
3. Иштирякова 2022 — *Иштирякова Л. Х.* Современное демографическое развитие в Российской Федерации и Республике Татарстан (2017–2021) / Л. Х. Иштирякова, М. Р. Зайнуллина. EDN: BRNJLB // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов : Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции, Москва, 04 апреля 2022 года. Москва : ИРОК, 2022. 344 с. С. 192–197. ISBN: 978-5-93856-591-3. DOI: 10.34755/IROK.2022.38.77.094.
4. Кисляков 2023 — *Кисляков П. А.* Социально-психологический анализ информационного образа российских спортсменов на основе данных социальных сетей / П. А. Кисляков, М. С. Белов, А. Л. С. Меерсон. DOI: 10.17922/2071-5323-2023-22-1-47-53. EDN: HHWSTP // Ученые записки Российского государственного социального университета. 2023; 22(1):47–53. ISSN: 2071-5323.
5. Лескова 2021 — *Лескова И. В.* Образ многодетной матери в социальных сетях / И. В. Лескова, Д. Г. Володина. DOI: 10.17922/2071-3665- 2021-20-2-155-164. EDN: JZVVKL // Социальная политика и социология. 2021; 20(2):155–164.
6. Образ многодетной матери... 2019 — Образ многодетной матери в пространстве российского интернета / Г. А. Банных, Е. В. Зайцева, С. Н. Костина, А. В. Кузьмин. EDN: XXNXRK // Социум и власть. 2019; 1:42–52. ISSN: 1996-0522; eISSN: 2949-0731.
7. Осиповская 2019 — *Осиповская Е. А.* Социальные сети в публичной политике: образ Ксении Собчак как кандидата в президенты России 2018 / Е. А. Осиповская, Е. Ю. Бурдовская. EDN: PAANGG // Траектории политического развития России: институты, проекты, акторы : материалы всероссийской научной конференции РАПН с международным участием, Москва, 06–07 декабря 2019 года. Москва : Московский педагогический государственный университет, 2019. 472 с. С. 289–290. ISBN: 978-5-4263-0832-9.
8. Полетаева 2025 — *Полетаева А. С.* Социальные сети и фитнес: Как социальные сети влияют на популяризацию здорового образа жизни / А. С. Полетаева, Т. В. Маглатюк. DOI: 10.18411/trnio-01-2025-365. EDN: COKTHR // Тенденции развития науки и образования. 2025; 117-7:170–175.
9. Тихомирова 2024 — *Тихомирова М. С.* Повышение рождаемости в России: проблемы и пути их решения / М. С. Тихомирова, Я. А. Закурдаев. EDN: JVDVIL // Технико-технологические проблемы сервиса. 2024; 4:110–114. ISSN: 2074-1146.
10. Шмальц 2017 — *Шмальц Ю. В.* Формирование образа государственного служащего в социальных сетях / Ю. В. Шмальц, Н. Л. Аширбагина. EDN: ZFULNF // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации : Материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов, проводимой в рамках III международного конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития, регионального форума предпринимательства «Свое дело — твой успех», Омск, 18 мая 2017 года. Часть I. Омск, 2017. 547 с. С. 474-477. ISBN: 978-5-9906446-8-7.

References

1. Antonenko A. V. Problemy i mery sotsial'noy podderzhki mnogodetnykh semey [Problems and measures of social support for large familie. By A. V. Antonenko, D. E. Zakalyapina, N. V. Mamonova. EDN: QRPNKI

Molodezh' i budushcheye: upravleniye ekonomikoy i sotsiumom [Youth and the Future: Managing the Economy and Society] : Proceedings of the All-Russian scientific and practical conference, Chelyabinsk, April 16, 2020. Chelyabinsk : Chelyabinsk State University Publ., 2020. 310 p. pp. 6–9. ISBN: 978-5-7271-1677-7 (in Russ.).

2. Drushchits A. V. Vliyaniye sotsial'nykh setey na fizicheskuyu aktivnost' i zdorovyy obraz zhizni studencheskoy molodezhi [The Impact of Social Networks on Physical Activity and Healthy Lifestyle of Student Youth]. By A. V. Drushchits, Yu. K. Babich. EDN: KYSITG. *Aktual'nyye voprosy fizicheskogo vospitaniya i sportivnoy trenirovki* [Current Issues of Physical Education and Sports Training] : Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference of Students, Master's Students, and Young Scientists, Bryansk, November 1, 2023. Bryansk : Bryansk State University named after Academician I. G. Petrovsky Publ., 2023. 418 p. pp. 136-142. ISBN: 978-5-9734-0420-8 (in Russ.).
3. Ishtyryakova L. Kh. Sovremennoye demograficheskoye razvitiye v Rossiyskoy Federatsii i Respublike Tatarstan (2017–2021) [Modern Demographic Development in the Russian Federation and the Republic of Tatarstan (2017–2021)]. By L. Kh. Ishtyryakova, M. R. Zainullina. EDN: BRNJLB. *Aktual'nyye problemy obshchestva, ekonomiki i prava v kontekste global'nykh vyzovov* [Current Issues of Society, Economy, and Law in the Context of Global Challenges] : Proceedings of the 9th International Scientific and Practical Conference, Moscow, April 4, 2022. Moscow: IROK Publ., 2022. 344 p. Pp. 192–197. ISBN: 978-5-93856-591-3. DOI: 10.34755/IROK.2022.38.77.094 (in Russ.).
4. Kislyakov P. A. Sotsial'no-psikhologicheskiy analiz informatsionnogo obraza rossiyskikh sportsmenov na osnove dannykh sotsial'nykh setey [Socio-psychological analysis of the information image of Russian athletes based on social media data]. By P. A. Kislyakov, M. S. Belov, A. L. S. Meerson. DOI: 10.17922/2071-5323-2023-22-1-47-53. EDN: HHWSTP. *Uchenyye zapiski Rossiyskogo gosudarstvennogo sotsial'nogo universiteta.* 2023; 22(1):47–53. ISSN: 2071-5323 (in Russ.).
5. Leskova I. V. Obraz mnogodetnoy materi v sotsial'nykh setyakh [The image of a mother of many children in social networks]. By I. V. Leskova, D. G. Volodina. DOI: 10.17922/2071-3665- 2021-20-2-155-164. EDN: JZVVKL *Sotsial'naya politika i sotsiologiya.* 2021; 20(2):155–164 (in Russ.).
6. Obraz mnogodetnoy materi v prostranstve rossiyskogo interneta [The Image of a Mother of Many Children in the Russian Internet]. By G. A. Bannykh, E. V. Zaitseva, S. N. Kostina, A. V. Kuzmin. EDN: XXNXRK. *Sotsium i vlast'.* 2019; 1:42–52. ISSN: 1996-0522; eISSN: 2949-0731 (in Russ.).
7. Osipovskaya E. A. Sotsial'nyye seti v publichnoy politike: obraz Ksenii Sobchak kak kandidata v prezidenty Rossii 2018 [Social Networks in Public Policy: The Image of Ksenia Sobchak as a Candidate for President of Russia in 2018]. By E. A. Osipovskaya, E. Yu. Burdovskaya. EDN: PAANGG. *Trayektorii politicheskogo razvitiya Rossii: instituty, proyekty, aktory* [Trajectories of Political Development in Russia: Institutions, Projects, Actors] : Proceedings of the All-Russian Scientific Conference of the Russian Academy of Political Sciences with International Participation, Moscow, December 6–7, 2019. Moscow : Moscow State Pedagogical University Publ., 2019. 472 p. pp. 289–290. ISBN: 978-5-4263-0832-9 (in Russ.).
8. Poletaeva A. S. Sotsial'nyye seti i fitnes: Kak sotsial'nyye seti vliyayut na populyarizatsiyu zdorovogo obraza zhizni [Social Networks and Fitness: How Social Networks Influence the Popularization of a Healthy Lifestyle]. By A. S. Poletaeva, T. V. Maglatyuk. DOI: 10.18411/trnio-01-2025-365. EDN: COKTHR. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya.* 2025; 117-7: 170–175 (in Russ.).
9. Tikhomirova M. S. Povysheniye rozhdayemosti v Rossii: problemy i puti ikh resheniya [Increasing the Birth Rate in Russia: Problems and Solutions]. By M. S. Tikhomirova, Ya. A. Zakurdaev. EDN: JVDVIL. *Tekhniko-tekhnologicheskiye problemy servisa.* 2024; 4: 110–114. ISSN: 2074-1146 (in Russ.).
10. Shmalts Yu. V. Formirovaniye obraza gosudarstvennogo sluzhashchego v sotsial'nykh setyakh [Formation of the Image of a Civil Servant on Social Networks]. By Yu. V. Shmalts, N. L. Ashirbagina. EDN: ZFULNF. Potentsial rossiyskoy ekonomiki i innovatsionnyye puti yego realizatsii [Potential of the Russian economy and innovative ways of its implementation] : Proceedings of the international scientific and practical conference of students and postgraduates, Omsk, May 18, 2017. Part I. Omsk, 2017. 547 p. pp. 474-477. ISBN: 978-5-9906446-8-7 (in Russ.).

Информация об авторах:

Шакирова Алиса Фиргатовна — кандидат социологических наук, главный научный сотрудник, SPIN-код: 3521-5452, AuthorID: 731889, ResearcherID: C-2199-2016; **Коннова Анна Алексеевна** — старший научный сотрудник.

Место работы авторов: Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, ул. Карла Маркса, 23/6, Казань, 420111, Россия.

Information about the authors:

Shakirova Alisa F. — PhD in Sociology, Chief Researcher, SPIN: 3521-5452, AuthorID: 731889, ResearcherID: C-2199-2016;; **Konnova Anna A.** — Senior Researcher.

Place of work of the authors: Center for Advanced Economic Research, Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, 23/6 Karl Marx Street, Kazan, 420111, Russia.

Статья поступила в редакцию 26.05.2025; одобрена после рецензирования 11.06.2025; принята к публикации 26.09.2025.

The article was submitted 05/26/2025; approved after reviewing 06/11/2025; accepted for publication 09/26/2025.