

М. И. Марчук**Молодежь как субъект и объект социокультурного исследования**

Выполнено в рамках государственного задания Министерства образования и науки РФ в 2015 г. № 2014/409

В этой статье автор изучает результаты социологического опроса, проведенного в 2014 г. силами студентов факультета русской филологии и культуры Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского. В статье рассматриваются результаты исследования культурных доминант, существующих как в массовом сознании, так и во внешней по отношению к современному человеку среде. Полученные материалы позволяют не только осмыслить социокультурные позиции респондентов, но и проанализировать степень ангажированности интервьюеров, которая проявляется в выборе темы опроса, формулировке вопросов для анкетирования и интервью, в определении референтной группы и направлениях анализа полученного материала. Круг заявленных тем может служить обобщенной характеристикой интересов поколения двадцатилетних. Большая часть выбранных тем находится в русле научных интересов кафедры культурологии. Создатели анкет по-разному подошли к разделу, условно называемому «Личные данные». В ряде работ этот раздел автором использовался вполне продуманно, и это дало свои результаты. Также в самом тексте анкет сработали такие элементы, как обращение, заголовок, подпись, порядок и характер вопросов. В интервью студенты придерживались, как правило, формальных норм общения, выбирая для беседы среднестатистического представителя референтной группы.

Ключевые слова: молодежь, массовое сознание, российская массовая культура, среда, личность, опрос, интервью.

М. I. Marchuk**The Youth as a Subject and Object of the Sociocultural Research**

In this article the author tries to examine the results of the sociocultural study held in 2014 by effort of students of the Faculty of Russian Philology and Culture of Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky. The study deals with cultural dominants, which can be found in or out of popular consciousness, in external environment. The results of this study can let us examine not only the sociocultural position of the respondents, but the degree of the interviewers' interest. The latter one can be seen when the person chooses the theme of his study, formulates questions for it, chooses his reference group and examines the results. The themes, which have been named, could be a characteristic of all generations of students. The most part of the chosen subjects are in the course of scientific interests of the Department of Culturology. The authors of the survey have different opinions about the chapter «Personal information». Some of the researchers used this chapter («Personal information») thoughtfully and it gave a good result. In the text of each questionnaire there were such important parts as address, title, sign, essence and order of questions and they had their important meaning. Students usually keep formalities in their interview choosing an average representative of the reference group for the interview.

Keywords: the youth, mass consciousness, Russian mass culture, social environment, a personality, a poll, an interview.

Традиционно словосочетание «социологический (социокультурный) опрос» обозначает выяснение мнения респондентов по какой-либо теме путем анкетирования, интервью. Анализ результатов опроса подвергаются именно ответы респондентов. Однако мало кто обращает внимание на конструирующую позицию интервьюера, на то, какую роль в процессе составления вопросов и интерпретации ответов играет личность спрашивающего. Что может рассказать анкета о том, кто ее составил?

Данная статья посвящена анализу материала (анкеты, интервью, контент-анализ), созданного и собранного студентами выпускного курса бакалавриата «Педагогическое образование» (профиль «Культурологическое образование») в пе-

риод с октября по декабрь 2014 г. Как анкетирование, так и интервьюирование охватили достаточно разнообразную в возрастном и социальном аспектах аудиторию. Выборка социокультурного исследования в форме анкетирования составила 457 респондентов. Проинтервьюированы были 13 человек. Число интервьюеров – 14 человек. В основу работы был положен опыт ранее осуществленных членами коллектива кафедры культурологии ЯГПУ им. К. Д. Ушинского социокультурных исследований [1–6].

Цель проводившегося студентами исследования может быть сформулирована двояко. Во-первых, дать возможность интервьюерам осуществить полномасштабное исследование на интересующую их тему, которое неизбежно будет

нести отпечаток личности автора в том, что касается выбора темы, подбора референтной группы, формулировки вопросов в анкете и интервью, анализа полученных данных. Во-вторых, охватить и исследовать таким образом достаточно широкий круг вопросов, касающихся позиций современного человека в отношении различных областей и явлений культуры и искусства самого разного порядка, как то: глобализация, кино, театр, мода, мифологические и архетипические образы [2, 4, 5].

Ниже мы остановимся на первой, наименее изученной из названных проблем: как и какие именно черты личности интервьюера отпечатываются в проводимом им исследовании и в каких именно его элементах?

Разговор о том, как отражается в исследовании личность самого исследователя, хотелось бы начать с **выбора темы** анкетирования и интервьюирования. Сам по себе круг заявленных тем может служить обобщенной характеристикой интересов поколения двадцатилетних. Мы можем говорить и о том, что большая часть выбранных тем находится в русле научных интересов кафедры культурологии.

Итак, из четырнадцати интервьюеров семоро – это *первая группа* – остановили свой выбор на темах, так или иначе связанных с кинематографом. В качестве примера можно привести такие темы, как «Киноискусство – массовая культура или нет?», «Римейки советских фильмов», «Киноинтерпретации литературных произведений: за или против?». Невзирая на общую для всех семи работ тему кинематографа, они значительно различались в нюансах, как в предмете, так и в объекте исследования. Здесь можно отметить интерес к современной массовой культуре, к советской культуре, к пограничным между кинематографом и литературой жанрам (сказка, экранизация). Но в целом темы, связанные с кинематографом, численно лидируют; это можно объяснить тем, что современный человек, тем более молодой человек, сталкивается с искусством кино в разы чаще, нежели с другими искусствами. Кроме того, массовый кинематограф несложен в восприятии и, таким образом, порождает ошибочное убеждение в простоте, легкости искусства кино в целом: кино, поход в кино, просмотр кино, как показали анкеты и интервью, становится синонимом слова «отдых».

Вторая группа тем, которую необходимо выделить, связана с рассмотрением образов-символов либо образов-архетипов (мы сочли

возможным сблизить эти понятия). Это анкеты на следующие темы: «Образ ведьмы в массовой культуре», «Интерпретация образа русского медведя», «Древнегреческие мифологические персонажи». Актуальность всех трех тем бесспорна. Первая тема является откликом на своеобразную моду на ведьм и ведьмовство в молодежной среде, становится попыткой исследовать этот феномен. Вторая тема работает с образом-символом медведя, который часто привлекался и привлекается на разных уровнях: от партий и объединений до общенародного сознания; везде он, как правило, становится образом-символом русского народа, русского менталитета в целом. Третья тема кажется неактуальной, но на самом деле имеет выход как на современный кинематограф, с удовольствием эксплуатирующий и подновляющий сюжеты греческих мифов, так и на массовую культуру в целом и ее связь с мифом.

Третья группа тем – темы, связанные с театром: «Место театра в жизни современной молодежи» и «Визуальный облик театральных постановок». Хочется обратить внимание на проблемный характер заявленных тем. Анкетирование по первой теме выводит нас на проблему «быть или казаться»: все хотят казаться людьми, регулярно посещающими театр, но в реальности не все театр регулярно посещают. В рамках второй темы мы видим попытку разобраться: что именно видит современный зритель на сцене театра? Может ли зритель проанализировать увиденное?

Четвертая группа тем, выделенная нами, видимо, в большей степени отражает личные интересы студентов, проводивших анкетирование. Это «Глобализация культуры» и «Значение внешнего вида в Вашей повседневной жизни».

В целом из общей массы тем легко вычлениваются прямо названные или подразумеваемые объекты научного интереса кафедры культурологии: современная культура, культура повседневности, массовая культура, миф, архетип, театр, кинематограф [1, 4]. Таким образом, все вышеперечисленные темы перекликаются между собой, создавая сложное и насыщенное смыслами научное единство.

Второй аспект работы с анкетами и интервью, который хотелось бы рассмотреть, – это определение круга **респондентов**. Здесь можно сделать ряд интересных наблюдений. Создатели анкет по-разному подошли к разделу, условно называемому «Личные данные». В ряде работ этот раздел автором использовался вполне продуманно, что дало свои результаты. В качестве примера

можно привести исследование на тему «Значение внешнего вида в Вашей повседневной жизни»: заявлено гендерное (практически 50 % на 50 %), возрастное (младшая и старшая возрастные группы) и профессиональное дифференцирование. Первые два сыграли свою роль в ответах опрашиваемых: ожидаемо внимательнее к внешнему виду, своему и чужому, оказались женщины младшей возрастной группы. Зачастую референтная группа конструируется интервьюером сознательно: так, в работе «Повседневные реалии жизни в американском кинематографе» исследователь сталкивает мнения группы студентов и группы работающих. А вот гендерное деление, пусть и обозначенное в этих анкетах, в данном случае никакой роли в дифференциации различных или объединении схожих ответов не сыграло. Есть анкеты, где имеющаяся личная информация никак не отразилась в ответах опрашиваемых: например, это опрос по теме «Киноискусство: массовая культура или нет?». Интересно продумана работа с респондентами в исследовании «Образ ведьмы в массовой культуре», где из 30 человек опрошенных треть составляют мужчины, треть женщины и треть – дети, и это дало интересную статистику ответов.

В целом работа с респондентами в большинстве исследований осуществлена продуманно. Если обобщить данные по гендерной, возрастной и профессиональной принадлежности опрашиваемых, получается следующая картина. Количество опрошенных женщин на треть превышает количество опрошенных мужчин, что может объясняться полом и кругом общения самих интервьюеров. Возраст опрашиваемых, по признанию самих создателей анкет, чаще всего – до 25 лет, что опять же можно объяснить возрастом разработчиков исследования. Сфера деятельности была отмечена не в каждом исследовании, но там, где такой параметр обозначался, лидировали представители студенчества, работники сферы образования, сферы продаж и сферы интернет-технологий, что в целом коррелирует с молодым возрастом опрошенных.

Обратимся к оценке успешности интервьюеров в **составлении анкет**. В первую очередь следует отметить, что интервьюеры сознательно выбирали форму анкеты и, следовательно, тот контекст, который будет сопровождать взаимодействие опрашиваемого с текстом анкеты. Так, например, анкетирование на тему «Глобализация культуры» проводилось исключительно в электронном виде, что, безусловно, наложило свой

отпечаток на качественный состав аудитории (активные и квалифицированные пользователи интернета, в основном молодого возраста). Анкет в такой форме – две из четырнадцати.

В большей части анкет (12 из 13) тема исследования была обозначена визуально ярко – заголовком, жирным шрифтом. С одной стороны, это сразу же ориентирует анкетуемых, с другой – в определенной степени предрешает их ответы. В качестве интересного положительного примера работы с темой исследования можно привести анкету «Исследование интересов современного человека в сфере отечественной культуры», где, по сути, присутствует ложная тема «Наш ответ советскому обществу!», которая должна создать у аудитории положительные ассоциации, вызвать ощущение легкости, расслабленности, некоторой несерьезности. Сама же тема звучит в пояснительной вводной части анкеты и графически никак не выделена. Итог: анкетуемый не подозревает о цели исследования. На наш взгляд, такой прием позволяет добиться большей объективности в ответах.

Открываются все без исключения анкеты обращением к респондентам, которое везде звучит по-разному. Лидирует обращение «Господа!» (6 случаев из 13), которое конструирует ситуацию общения «Взрослый – Взрослый». Вторым по популярности становится обращение «Друзья!» (3 случая), которое делает ситуацию общения менее формальной. Обращение «Коллеги!» (два случая) опять-таки создает ситуацию равенства, взаимного уважения, но и указывает на качественный характер аудитории – студенчество или сфера образования в целом. Только в одной анкете мы видим обращение «Уважаемые респонденты!», которое напрямую связано с коммуникативной ситуацией. Наиболее интересными нам показались обращения «Уважаемый респондент!» (1 анкета), относящееся к каждому конкретному человеку напрямую, имитирующее ситуацию разговора тет-а-тет, и «Здравствуйте!» (1 анкета), имитирующее ситуацию устного общения. В одной анкете к обращению «Господа!» добавлено «Взрослые и дети!», что, во-первых, отражает состав референтной группы, а во-вторых, опять же создает ситуацию непринужденности, легкости, игры.

Вступительная пояснительная часть анкеты завершена подписью. Большинство интервьюеров (11 из 13) предпочли выступать от имени коллектива «студенты кафедры культурологии ЯГПУ им. К. Д. Ушинского», что вряд ли оказы-

вало какое-то воздействие на людей, заполняющих анкеты, зато, видимо, давало определенное чувство защищенности тем, кто анкетирование проводил. В одной анкете подпись под вступительным словом отсутствовала вообще, и только одна анкета была подписана именем и фамилией человека, ее составившего: обозначение авторства, личной ответственности за происходящее.

За вступительной частью в большинстве анкет шел раздел, условно обозначенный нами как «личные данные». Его значение в анкете мы рассмотрели выше, сейчас же хочется еще раз подчеркнуть, что, по всей видимости, в момент составления своих анкет не все авторы понимали, какой именно параметр (пол, возраст, профессия) может сработать и сыграть свою роль в дифференцировании ответов на вопросы. В большинстве анкет (9 из 13) личные данные анкетированных не повлияли существенно на дифференциацию ответов; в одной из этих девяти анкет личные данные вообще не запрашивались. В пяти оставшихся случаях деление респондентов на подгруппы было продумано заранее и свою роль сыграло.

Общее количество вопросов в анкете не превышало девяти; это должно было сохранить интерес и внимание респондентов на одном, достаточно высоком, уровне. Формулировку вопросов в подавляющем большинстве анкет можно считать удачной. Обращает на себя внимание частое присутствие вводных вопросов, напрямую не касающихся темы исследования (цель – добиться расслабления и удовольствия собеседника), использование закрытых и открытых вопросов (хотя последние всеми интервьюерами отмечены как в меньшей степени работающие), большое количество взаимокоррелирующих вопросов (до трех пар из девяти вопросов). Последние, по нашим наблюдениям, сыграли свою роль во всех анкетах – даже в тех, где сами интервьюеры не заметили лукавства респондентов, оно имело место. Вопросы в анкетах были обращены к памяти, эмоциям, ассоциациям, логическому мышлению респондентов. Последовательность вопросов в большинстве анкет выстраивалась от общего к частному. Респондентам предоставлялась возможность рассуждать, которой они, впрочем, не всегда пользовались. Две из тринадцати анкет включали иллюстративный материал – рисунки, репродукции, что создавало эффект визуального разнообразия, но не привело к резкому качественному изменению ответов. Три из тринадца-

ти анкет включали задания на поиск соответствия.

Все вышеперечисленное – сильные стороны анкет, указывающие на высокий уровень квалификации их создателей. Однако можно отметить и ряд слабых сторон в составлении анкет, которые, зачастую, осознавались самими интервьюерами. Условно к таким не сработавшим приемам можно отнести открытые вопросы. Респонденты всех тринадцати анкет проявили единодушное нежелание отвечать развернуто, мотивировать свои ответы, рассуждать. Но этот факт характеризует в большей степени респондентов, чем интервьюеров. В ряде случаев можно отметить слабое владение интервьюером темой исследования. Самый яркий пример – работа на тему «Глобализация культуры», где самим автором анкеты глобализация была понята достаточно однобоко – только в аспекте иммиграции и национальных стереотипов. Последние, по нашему мнению, имеют отношение совсем к другой теме – теме межнационального общения. Не были затронуты в анкете, например, вопросы экономической и культурной унификации, стандартизации менталитетов, примеров чему можно подобрать много (специфика занятости, громкие кино-, музыкальные и литературные премьеры, проблема толерантности). В результате такого не совсем корректного раскрытия темы в вопросах анкеты респонденты, в сущности, пошли за интервьюером и в своих ответах остались на уровне проблем иммиграции и, отчасти, стереотипов межнационального общения.

Интересный пример расстановки акцентов является собой анкета «Образ ведьмы в массовой культуре». Во-первых, вопросы обращают респондентов исключительно к внешнему облику и внешним атрибутам ведьмы. Не обсуждаются, например, этимология понятия, история явления... Это может быть объяснено двояко. В лучшем случае такой ракурс обсуждения темы продиктован самой темой – образ ведьмы как элемент массовой культуры. Массовой культуре свойственно исключительно поверхностное, визуальное, облегченное восприятие явления. В худшем случае автор исследования демонстрирует нам, что и сам он, как автор вопросов, является частью массовой культуры, рассуждая о предмете исследования исключительно в рамках того, что массовая культура дает.

В ряде анкет мы сталкиваемся со случаями неточной формулировки вопросов. Например, в анкете на тему «Повседневные реалии жизни в

американском кинематографе» присутствует вопрос, на который, по мнению автора анкеты, большинство ответивших отреагировали неправильно: «Какое впечатление, мнение об американцах сложилось у Вас благодаря просмотру кинематографа США?». Интервьюер предполагал ответы, анализирующие образ американцев в американском кино; респонденты же сделали акцент на собственное мнение об американцах, которое могло сформироваться не только под влиянием кинематографа, но и в силу многих других обстоятельств. Возможно, автору анкеты стоило бы сформулировать вопрос так, чтобы он исключал двоякую трактовку, или же при составлении контент-анализа работать с полученным результатом, то есть с желанием респондентов зачастую выплеснуть свои негативные эмоции по поводу США, воспользовавшись для этого любой возможностью.

Анкета на тему «Древнегреческие мифологические персонажи» открывается вопросом: «Назовите по-русски следующие понятия: демократия, досуг, Библия». Большая часть опрошенных ответили, объяснив сущность названных явлений, тогда как интервьюер ожидал перевода греческого слова на русский язык. Возможно, стоило прямо запрашивать перевод или хотя бы синоним, русскоязычный аналог.

Наконец, есть примеры того, как анкеты помимо воли создателя распадаются на слабо связанные друг с другом части. Так, анкета на тему «Киноинтерпретация сказок. Творчество Тима Бертона» посвящает свои первые пять вопросов сказке как не только кинематографическому, но и литературному жанру, последние четыре – творчеству кинорежиссера Тима Бертона. Во второй части анкеты ее автор ни разу не связывает понятие сказки с творчеством Бертона, а скорее выясняет, что респонденты знают о Бертоне вообще. Можно сказать, что в рамках данного анкетирования автор получил два отдельных и не связанных друг с другом результата: узнал, что респонденты знают о сказках и что они знают о Бертоне, в то время как разговор об интерпретации режиссером сказочного канона мог бы стать очень интересным.

Кроме анкетирования, студентами была проведена такая форма опроса, как **интервью**. Тема интервью совпадала с темой анкетирования и должна была подтвердить, опровергнуть или интересно оттенить результаты второго.

Вопросы в анкете и интервью стремились к идентичности, хотя в ряде случаев интервью по-

требовало большей подробности. Интервьюеры могли задавать уточняющие вопросы, часто после вопроса, заявленного в анкете, звучал дополнительный: «Почему?». Такая картина наблюдается в 6 интервью из 13. Эти интервью проводились уже после анкетирования и с учетом его недостатков. В одном случае даже были добавлены вводные вопросы – для создания комфортной ситуации общения.

В двух интервью мы наблюдаем сознательный выбор собеседника по принципу контраста с анкетирруемыми. Так, в интервью на тему «Глобализация культуры» ведется беседа с человеком пенсионного возраста, тогда как основная масса заполнивших анкету находится в возрастных границах от 14 до 22 лет. Жаль, что в данном интервью и последующем резюме автор-разработчик исследования не воспользовался до конца теми шансами, которые возникали в результате подобного сопоставления. Второй раз выбор собеседника по принципу контраста с референтной аудиторией анкеты мы встречаем в интервью на тему «Интерпретация образа русского медведя». Неудачным, непродуманным можно считать выбор собеседника в интервью на тему «Киноинтерпретация сказок. Творчество Т. Бертона», где на вопросы отвечала студентка направления «Педагогическое образование» профиль «Филологическое образование», профессионально владеющая информацией о сказке как жанре и популярных сказочных сюжетах и героях, а также любительски интересующаяся творчеством Бертона. Неудивительно, что такой квалифицированный собеседник своими ответами на вопросы сам подтолкнул незадачливого интервьюера к мысли, что между Бертоном и сказкой все-таки есть нечто общее.

В подавляющем большинстве интервью (12 из 13) студенты проявили себя как квалифицированные собеседники, стараясь говорить мало и точно, давать максимально высказаться своему визави. Неприятным исключением стало уже упоминавшееся интервью на тему «Глобализация культуры», где автор исследования не давал собеседнику высказаться максимально подробно, перебивал, зачастую договаривал ответные фразы в желательном для себя ключе.

В основной массе интервью ведущие придерживались формального характера в общении с опрашиваемыми. На этом фоне выделяются 5 опросов, произведенных в неформальной, как бытовой, так и коммуникативной, обстановке. Отразилось это в первую очередь в лексике

(«Привет!», «Никитушка»). Сами интервьюеры отмечали общую расслабленность атмосферы, приподнятость настроения в таких случаях. В шести из тринадцати интервью студенты пытались по итогам разговора проанализировать эмоциональное состояние собеседников, степень легкости или, наоборот, затруднений, с которыми последние отвечали на вопросы.

Особенности ответов, которые были получены в результате анкетирования и интервью и, как следствие, социокультурный портрет современного провинциала мы планируем обсудить в дальнейших работах. Резюмируя сказанное, хотелось бы отметить, что студенты-интервьюеры не выглядят одинаковыми во всем: в их достижениях, в их недоточетах можно увидеть как типичные для современного молодого человека особенности (коммуникативные, поведенческие, познавательные, интеллектуальные), так и черты индивидуальных векторов развития, на перспективность которых хочется надеяться [4].

Библиографический список

1. Горохова, О. В. Русская провинция в восприятии студентов провинциального вуза: индивидуальный дискурс [Текст] / О. В. Горохова // Модель культуры русской провинции в аутентичном, историко-типологическом и глобализационном дискурсах: коллективная монография / под науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной, Н. Н. Летиной, М. В. Новикова. – Ярославль, 2013. – 292 с. – С. 236–246.

2. Густякова, Д. Ю., Шахова, Е. А. Модель культуры русской провинции: социокультурное исследование в имперсональном и персональном дискурсах [Текст] / Д. Ю. Густякова, Е. А. Шахова // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – № 3. – Т. 1. – С. 225–229.

3. Густякова, Д. Ю. Личность провинциального интеллигента в индивидуальном, социально-профессиональном, национально культурном и глобализационном дискурсах [Текст] Д. Ю. Густякова // Модель культуры русской провинции в аутентичном, историко-типологическом и глобализационном дискурсах: коллективная монография / под науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной, Н. Н. Летиной, М. В. Новикова. Ярославль, 2013. – 292 с. – С. 246–290

4. Злотникова Т. С., Летина Н. Н., Гапонова Ж. К. Молодежь в современной российской провинции: социокультурная рефлексия [Текст] Т. С. Злотникова, Н. Н. Летина, Ж. К. Гапонова // Социологическая наука и социальная практика. – 2016. – № 1(9) – С. 115–132.

5. Летина, Н. Н., Еремин, А. В., Шапошников, В. А. Приоритеты и перспективы человека в современ-

ной российской провинции (по материалам социокультурного исследования) [Текст] / Н. Н. Летина, А. В. Еремин, В. А. Шапошников // Ярославский педагогический вестник. – 2014. – № 4. – Т. 1. – С. 259–263.

6. Шахова, Е. А. Социокультурный опрос жителей русской провинции в ментальном и глобализационном дискурсах [Текст] / Е. А. Шахова // Модель культуры русской провинции в аутентичном, историко-типологическом и глобализационном дискурсах: коллективная монография / под науч. ред. Т. С. Злотниковой, Т. И. Ерохиной, Н. Н. Летиной, М. В. Новикова. – Ярославль, 2013. – 292 с. – С. 227–236.

Bibliograficheskij spisok

1. Gorohova, O. V. Russkaja provincija v vosprijatii studentov provincial'nogo vuza: individual'nyj diskurs [Tekst] / O. V. Gorohova // Model' kul'tury russkoj provincii v autentichnom, istoriko-tipologicheskom i globalizacionnom diskursah: kollektivnaja monografija / pod nauch. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov, N. N. Letinov, M. V. Novikova. – Jaroslavl', 2013. – 292 s. – S. 236–246.

2. Gustjakova, D. Ju., Shahova, E. A. Model' kul'tury russkoj provincii: sociokul'turnoe issledovanie v impersonal'nom i personal'nom diskursah [Tekst] / D. Ju. Gustjakova, E. A. Shahova // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2013. – № 3. – Т. 1. – S. 225–229.

3. Gustjakova, D. Ju. Lichnost' provincial'nogo intelligenta v individual'nom, social'no-professional'nom, nacional'no kul'turnom i globalizacionnom diskursah [Tekst] D. Ju. Gustjakova // Model' kul'tury russkoj provincii v autentichnom, istoriko-tipologicheskom i globalizacionnom diskursah: kollektivnaja monografija / pod nauch. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov, N. N. Letinov, M. V. Novikova. Jaroslavl', 2013. – 292 s. – S. 246–290

4. Zlotnikova T. S., Letina N. N., Gaponova Zh. K. Molodezh' v sovremennoj rossijskoj provincii: sociokul'turnaja refleksija [Tekst] T. S. Zlotnikova, N. N. Letina, Zh. K. Gaponova // Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika. – 2016. – № 1(9) – S. 115–132.

5. Letina, N. N., Eremin, A. V., Shaposhnikov, V. A. Prioritety i perspektivy cheloveka v sovremennoj rossijskoj provincii (po materialam sociokul'turnogo issledovanija) [Tekst] / N. N. Letina, A. V. Eremin, V. A. Shaposhnikov // Jaroslavskij pedagogicheskij vestnik. – 2014. – № 4. – Т. 1. – S. 259–263.

6. Shahova, E. A. Sociokul'turnyj opros zhitelej russkoj provincii v mental'nom i globalizacionnom diskursah [Tekst] / E. A. Shahova // Model' kul'tury russkoj provincii v autentichnom, istoriko-tipologicheskom i globalizacionnom diskursah: kollektivnaja monografija / pod nauch. red. T. S. Zlotnikovoj, T. I. Erohinov, N. N. Letinov, M. V. Novikova. – Jaroslavl', 2013. – 292 s. – S. 227–236.