

## ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 316.77:316.34

doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-141-145

### КОММУНИКАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС ЛИЧНОСТИ

© *Раиса Сайтхасановна Ильясова<sup>1</sup>, Ольга Николаевна Камалова<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>*Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова, г. Грозный, Россия;*

<sup>2</sup>*Ростовский государственный медицинский университет, г. Ростов-на-Дону, Россия*  
*ilyasova13d@mail.ru*

**Аннотация.** Тема связи коммуникативного поведения человека и его социального статуса сейчас особенно актуальна, так как статусные системы в обществе усложняются, а из-за цифровизации общения появляются новые способы демонстрировать статус, и привычная иерархия тоже меняется. Основная цель исследования – показать, что связь между коммуникацией и статусом работает в обе стороны: с одной стороны, положение в обществе влияет на то, как и с кем человек может общаться, а с другой – через коммуникацию можно укреплять или повышать свой статус. Подробно разбираются вербальные и невербальные признаки статусных отношений. Рассматриваются коммуникативные стратегии, которые помогают презентовать себя и удерживать статус. Отдельная часть посвящена тому, как меняется статусно-ролевое взаимодействие в цифровой среде.

**Ключевые слова:** социальный статус, коммуникативное поведение, вербальные маркеры, цифровая коммуникация, обращение, социальная стратификация, идентичность.

**Для цитирования:** Ильясова Р.С., Камалова О.Н. Коммуникация и социальный статус личности // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 115. № 2. С. 141-145. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-141-145

## PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

### Communication and the social status of an individuals

© *Raisa S. Ilyasova<sup>1</sup>, Olga N. Kamalova<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>*A.A. Kadyrov Chechen State University, Grozny, Russian Federation;* <sup>2</sup>*Rostov state medical university, Rostov-on-Don, Russian Federation*

*ilyasova13d@mail.ru*

**Abstract.** The topic of the connection between a person's communicative behavior and his social status is especially relevant now, as status systems in society are becoming more complex, and due to the digitalization of communication, new ways to demonstrate status are emerging, and the usual hierarchy is also changing. The main goal of the study is to show that the connection between communication and status works in both directions: on the one hand, position in society affects how and with whom a person can communicate, and on the other hand, through communication, one can strengthen or increase one's status. Verbal and non-verbal signs of status relations are analyzed in detail. Communicative strategies that help to present oneself and maintain status are considered. A separate part is devoted to how status-role interaction changes in the digital environment.

**Key words:** social status, communicative behavior, verbal markers, digital communication, address, social stratification, identity.

**For citation:** Ilyasova R.S., Kamalova O.N. Communication and the social status of an individuals. *The Humanities and Social Sciences*. 2026. Vol. 115. No 2. P. 141-145. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-141-145

#### *Введение*

Коммуникация представляет собой фундаментальный механизм социального взаимодействия, в процессе которого не только передаётся информация, но и воспроизводятся, утверждаются или оспариваются статусные позиции участников. Социальный статус личности – положение индивида в иерархически организованной социальной структуре – неразрывно связан с тем, как, с кем и с каким результатом человек вступает в коммуникацию.

Актуальность темы обусловлена двумя обстоятельствами. Во-первых, в современном обществе наблюдается усложнение статусных систем: наряду с предписанными статусами (пол, возраст, происхождение) возрастает роль достигаемых статусов, требующих постоянного коммуникативного подтверждения. Во-вторых, цифровизация коммуникативных практик создаёт новые формы презентации статуса и одновременно размывает традиционные иерархии. Как справедливо отмечают исследователи, социальный статус коммуникантов непосредственно связан с социальной стратификацией и выступает стратификационной доминантой коммуникации [8]. Цель статьи – проанализировать двойственный характер связи между коммуникацией и социальным статусом: как статус определяет коммуникативные возможности и паттерны поведения, и как коммуникативные стратегии позволяют личности утверждать, поддерживать или повышать свой статус.

Методологическая база исследования представляет собой сложный, многоуровневый комплекс, включающий теоретические подходы нескольких социальных и гуманитарных наук, разнообразные методы сбора и анализа материала, что позволяет всесторонне рассмотреть проблему взаимосвязи коммуникации и социального статуса личности в её классических и современных проявлениях.

#### *Обсуждение*

В социологической традиции социальный статус понимается как интегративный показатель положения социальной группы и её представителей в обществе, включающий совокупность прав и обязанностей, привилегий и ответственности. В контексте коммуникации значимым представляется различие предписанного (аскриптивного) статуса, который человек имеет с детства, и достигаемого статуса, приобретаемого в результате профессиональной или общественной активности [4].

Коммуникативное измерение статуса раскрывается через понятие «социально-коммуникативной роли» – конкретного способа поведения, обязательного для индивидов, участвующих в коммуникации и выполняющих определённые социальные роли. Эта роль становится решающей характеристикой личности, при этом общество может навязывать индивиду ту или иную коммуникативную роль, но её принятие или отвержение всегда накладывает отпечаток на реальное поведение [6].

Исследование связи статуса и коммуникации ведётся в нескольких теоретических парадигмах. Символический интеракционизм (Ч. Кули, Дж. Мид, И. Гофман) рассматривает персональную идентичность как имеющую социально-коммуникативную природу, формирующуюся в процессе осмысленных интеракций. Этот подход оказывается продуктивным и при анализе современных форм коммуникации, включая цифровую среду.

Социолингвистика и прагматическая лингвистика исследуют конкретные языковые маркеры статусных отношений. В частности, обращения рассматриваются как прагматически ориентированные единицы, регулирующие диалог и содержащие оценочно-характеризующий компонент [1].

Одним из наиболее показательных элементов коммуникации, отражающих статусные отношения, является обращение. Формулы обращения выступают важным компонентом интерактивного взаимодействия, подчеркивая равенство или неравенство социального положения, разницу в возрасте, степень близости отношений, уважительность или доверительность [1, с. 4–23].

Выбор обращения всегда связан с конкретной ситуацией и с разделением социального пространства коммуникации на ролевые, статусные и оценочные составляющие. Как отмечает Г.А. Баева, во все времена обращение определялось социокультурными стереотипами, обычаями и социальным статусом коммуникантов. Исторический анализ показывает, что система обращений является значимым источником информации о восприятии мира языковой личностью в конкретный исторический период.

Коммуникативное поведение может выступать средством утверждения и поддержания социального (в частности, должностного) статуса. Анализ коммуникативных ситуаций показывает значимость способности человека выбрать соответствующий ситуации коммуника-

тивный код [8]. Успешная коммуникация требует от индивида умения правильно интерпретировать статусные сигналы и адекватно реагировать на них.

Интересно, что исследования последних лет выявляют связь между социальным статусом и аутентичностью самовыражения. Эмпирические данные подтверждают: более высокий статус коррелирует с аутентичным самовыражением в естественных разговорах, и эта связь частично опосредована социальным принятием [5]. Иными словами, люди в большей степени чувствуют собой, когда они уважаемы и вызывают восхищение у других.

Цифровизация общества привела к существенным изменениям в коммуникативных процессах. Согласно отчёту Digital 2025, доля населения России, имеющая доступ в Интернет, составляет 92,2%, а средний пользователь проводит онлайн 8 часов 38 минут ежедневно. Цифровая коммуникация создаёт новые форматы статусного взаимодействия.

Исследователи отмечают как сходства, так и различия между традиционной коммуникацией в малых группах и цифровой коммуникацией. Сходства заключаются в диалогичном характере и наличии обратной связи. Различия – в опосредованности и отсроченности обратной связи, неопределённости границ групп и, следовательно, неопределённости характеристик участников взаимодействия [2].

Дискуссионным остаётся вопрос о том, формируется ли в цифровой среде принципиально новая «цифровая» идентичность или же традиционная идентичность лишь дополняется новыми элементами [9]. Согласно одной позиции, цифровая идентичность радикально отличается от «естественной» по существенным характеристикам. Согласно другой, «естественная» идентичность, сформированная в процессе социализации в малых группах, сохраняет свой статус основы личности [2].

Наблюдается эволюция пользовательского поведения: если до 2000-х годов Интернет преимущественно использовался как площадка для «игры с идентичностью» (примерка различных ролей, возраста, пола), то в настоящее время пользователи всё чаще предоставляют достоверную информацию, что обусловлено развитием социальных сетей и необходимостью решения задач реальной жизни [2, с. 124–134].

Эмпирические исследования обнаруживают устойчивую связь между социометрическим статусом человека в группе и его медиапредпочтениями. Популярные респонденты чаще выбирают печатные СМИ и ориентированы на культурно-просветительскую и информационную функции, тогда как непопулярные – на телевидение и развлекательную функцию.

Для индекса социометрического статуса обнаружены сильная прямая связь с потреблением радио и печатных СМИ, средняя обратная связь с потреблением телевидения и средняя прямая связь с потреблением интернета [10]. Эти результаты подтверждают теоретическое предположение о единой природе коммуникационных процессов в межличностной и массовой коммуникации. Как отмечает М.К. Осмаев «В современном мире печатные средства массовой информации, радио, телевидение стали важнейшим источником коммуникации, влияющим на все стороны общественной жизни: духовное развитие; экономический рост; социальную и политическую стабильность; развитие институтов гражданского общества; межнациональную стабильность» [3, с. 28–31].

Исследования показывают, что благополучие человека в социальных взаимодействиях зависит от типа коммуникации и статуса партнёров. Личные (face-to-face) взаимодействия и смешанные эпизоды ассоциируются с наиболее высоким уровнем благополучия, причём эти эффекты особенно выражены у лиц с высоким уровнем нейротизма [5].

Компьютерно-опосредованная коммуникация связана с более низким благополучием по сравнению с личным общением, но более высоким – по сравнению с полным отсутствием социализации [10]. Эти данные важны для понимания того, как цифровая среда может компенсировать или, напротив, усугублять статусные дефициты.

Интересные закономерности выявляются при сопоставлении самооценки личности и её оценки другими. Исследования показывают, что связь между личностными характеристиками и стилем коммуникации в значительной степени ограничена перспективой, с которой

производится оценка. Рейтинги, полученные от самого индивида и от других людей о нём, формируются из разных источников информации и по-разному связаны с социальными результатами [7].

Оценки личности и коммуникативных стилей, сделанные другими, лучше предсказывают симпатию к индивиду и его вклад в общую задачу, чем самооценки. [11]. Это подчёркивает значимость социального признания для формирования реального, а не декларируемого статуса.

#### *Выводы*

Проведённый анализ позволяет сделать ряд выводов о характере связи между коммуникацией и социальным статусом личности. Во-первых, социальный статус выступает важнейшей детерминантой коммуникативного поведения, определяя доступные индивиду коммуникативные роли, выбор языковых средств и форм обращения. Исторически сложившиеся системы обращений отражают стратификацию общества и транслируют статусные различия.

А во-вторых, через общение человек не просто отражает свой статус, но и активно его утверждает, поддерживает или повышает. То, какие коммуникативные стратегии он выбирает, как себя преподносит и даже какие медиа предпочитает, – всё это помогает ему продемонстрировать своё положение и добиться того, чтобы окружающие это признали.

И в-третьих, цифровая трансформация общения открывает новые возможности для статусных манёвров, но при этом не отменяет главного: связь между местом человека в социальной иерархии и его коммуникативными практиками по-прежнему работает. Цифровая идентичность скорее дополняет «естественную», чем полностью её заменяет.

И наконец, статус и общение связаны ещё и с психологическим благополучием: когда тебя уважают и признают, появляется возможность быть собой, а качество коммуникативных контактов напрямую влияет на то, насколько человек доволен своим социальным окружением.

Если говорить о том, куда двигаться дальше, то тут открывается немало интересных направлений. Например, стоит внимательнее изучить, как меняются статусные маркеры в новых коммуникативных средах – ведь каждая платформа диктует свои правила. Ещё важно посмотреть на культурные различия: в разных культурах связь между статусом и общением может работать неодинаково. И, конечно, хотелось бы выработать практические рекомендации – чтобы человеку было проще выстраивать коммуникацию в ситуациях, когда статусные ориентиры размыты или неочевидны.

#### **Список источников**

1. *Баева Г.А.* Обращение в коммуникативной практике отдаленной эпохи: социолингвистический аспект // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2024. Т. 21. № 1. С. 4–23.
2. *Бачило М.Д.* Цифровая коммуникация как фактор формирования идентичности пользователей // Russian Language Studies. 2025. Т. 6. № 2. С. 124–134.
3. *Осмаев М.К., Эльтуева А.Х.* О социолингвистическом анализе и стратегии сохранения чеченского языка // Известия чеченского государственного университета им. А.А. Кадырова. 2025. № 4 (40). С. 28–31.
4. *Смирнова К.В., Михеев М.И.* Коммуникационная детерминация в процессе формирования личности // Вестник ТвГТУ. Серия «Науки об обществе и гуманитарные науки». 2023. № 4. С. 19–23.
5. Современные теории массовых коммуникаций: Учебник / Под ред. Торайгыров университет, 2020. Гл. 3: Доминанты коммуникации.
6. *Чернова С.В.* Речевое и неречевое поведение человека как средство утверждения и поддержания социального статуса (на материале произведений художественной литературы) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2015. № 2. С. 579–583.

7. Шариков А.В. Социометрический статус и досуговое медиапотребление // Национальный психологический журнал. 2018. № 4(32). С. 39–49.
8. Bailey E.R., Carter J.T., Iyengar S., Galinsky A. The Privilege to be Yourself Depends on What Others Think of You // Personality and Social Psychology Bulletin. 2025.
9. Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.U., Tronina L.A., Kamalova O.N. Values-based orientations as a formation factor of the social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Т. 10. № 2. С. 135–144.
10. Kroencke L., Harari G.M., Back M.D., Wagner J. Well-being in social interactions: Examining personality-situation dynamics in face-to-face and computer-mediated communication // Journal of Personality and Social Psychology. 2023. Vol. 124. No. 2. P. 437–460.
11. Leung S.K., Bond M.H. Interpersonal communication and personality: Self and other perspectives // Asian Journal of Social Psychology. 2001. Vol. 4. No. 1. P. 69–86.

### References

12. Baeva G.A. Conversion in the communicative practice of a distant epoch: a sociolinguistic aspect // Bulletin of St. Petersburg University. Language and literature. 2024. Vol. 21. No. 1. P. 4-23.
13. Bachilo M.D. Simulation communication as an actoprogramming of the user's personality // Learning the Russian language. 2025. Vol. 6. No. 2. P. 124-134.
14. Osmaev M.K., Eltueva A.Kh. On sociolinguistic analysis and strategy of preservation of the Chechen language // Proceedings of the Chechen State University named after A.A. Kadyrov. 2025. No. 4 (40). P. 28-31.
15. Smirnova K.V., Mikheev M.I. Communication determination in the process of personality formation // TvSTU Bulletin. The series "Social Sciences and Humanities". 2023. No. 4. P. 19-23.
16. Modern theories of mass communications: Textbook / Edited by Toraigyrov University, 2020. Chapter 3: Dominants of communication.
17. Chernova S.V. Human speech and non-speech behavior as a means of affirming and maintaining social status (based on works of fiction) // Bulletin of the Nizhny Novgorod Lobachevsky University. Series: Social Sciences. 2015. No. 2. P. 579-583.
18. Sharikov A.V. Sociometric status and leisure media consumption // National Psychological Journal. 2018. No. 4(32). P. 39-49.
19. Bailey E.R., Carter J.T., Iyengar S., Galinsky A. The privilege of being yourself depends on what others think of you // Bulletin of Personality and Social Psychology. 2025.
20. Ivashova V.A., Goncharov V.N., Erokhin A.M., Kolosova O.Yu., Tronina L.A., Kamalova O.N. Value orientations as a factor in the formation of social responsibility of the professional community // International Journal of Management. 2019. Vol. 10. No. 2. P. 135-144.
21. Kroencke L., Harari G.M., Beck M.D., Wagner J. Well-being in social interactions: a study of the dynamics of personality-situational interaction in face-to-face and computer-mediated communication // Journal of Personality and Social Psychology. 2023. Volume 124. No. 2. P. 437-460.
22. Leung S.K., Bond M.H. Interpersonal communication and personality: perspectives of "I" and "others" // Asian Journal of Social Psychology. 2001. Volume. 4. No. 1. P. 69-86.

Статья поступила в редакцию 01.04.2026; одобрена после рецензирования 15.04.2026; принята к публикации 17.04.2026.

The article was submitted 01.04.2026; approved after reviewing 15.04.2026; accepted for publication 17.04.2026.