

Научная статья
УДК 32.019.5
DOI: 10.17213/2075-2067-2021-6-44-54

ФОРМИРОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВНОГО ОБРАЗА РОССИИ СРЕДИ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

Алексей Дмитриевич Брагин

Институт демографических исследований

Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН,

Москва, Россия

alexbragin562@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4065-3546, AuthorID РИНЦ: 1092482

Аннотация. *Целью исследования является выделение текущего образа Российской Федерации среди молодежи с последующим созданием инструментария по формированию перспективного образа страны.*

Методологическую базу исследования *представляют теоретические аспекты процесса формирования образа государства. За основу работы взяты социологические исследования настроений молодёжи и авторская серия очных глубинных интервью.*

Результаты исследования. *Несмотря на все имеющиеся условия для получения качественного высшего образования, построения успешной карьеры и создания семьи, существенная доля молодежи задумывается об эмиграции. В ходе разработки теоретико-методологической основы исследования определено, что основную роль в данном процессе играет образ страны, который формирует негативный имидж государства в глазах молодежи. Отрицательный образ страны способствует увеличению пессимистичных настроений молодого поколения россиян относительно их будущего, что влияет на становление определенной системы ценностей и взглядов. Таким образом, эмиграция начинает восприниматься как единственный способ улучшить свое социальное положение, что становится катализатором увеличивающихся эмиграционных настроений. В результате проведенного анализа выделен текущий образ Российской Федерации среди молодежи в области социально значимых вопросов, а также установлен механизм его формирования. Определен процесс влияния образа страны на эмиграционные настроения и основные источники информации, формирующие мнение молодежи. На основании полученных данных и с учетом теоретико-методологической основы исследования разработан инструментарий по формированию перспективного образа России среди молодого поколения.*

Перспективы исследования *заключаются в разработке инструментария по формированию перспективного имиджа государства среди молодого поколения, что впоследствии способствует снижению эмиграционной убыли и увеличению вклада молодёжи в социально-экономическое развитие России.*

Ключевые слова: *образ России, молодое поколение, эмиграция, молодежная политика, патриотизм, демография*

Для цитирования: *Брагин А.Д. Формирование перспективного образа России среди молодого поколения // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2021. Т. 14, № 6. С. 44–54. <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2021-6-44-54>.*

Финансирование: исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-32099.

Original article

FORMATION OF A PROMISING IMAGE OF RUSSIA AMONG YOUNG GENERATION

Alexey D. Bragin

*Institute of Demographic Research of the Federal Research Sociological Center
of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia
alexbragin562@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4065-3546, AuthorID RSCI: 1092482*

Abstract. *The purpose of the research is to highlight the current image of the Russian Federation among young people, followed by the creation of tools for the formation of a promising image of the country.*

The methodological basis of the research *is formed on theoretical aspects of the process of forming the image of the state. The work is based on sociological studies of the moods of young people and the author's series of personal in-depth interviews.*

Research result. *Despite all the available conditions for obtaining high-quality higher education, building a successful career and creating a family, a significant proportion of young people think about emigration. During the development of the theoretical and methodological basis of the study it was determined that the main role in this process is played by the image of the country which forms a negative image of the state among young people. The negative image of the country contributes to an increase in the pessimistic moods of the younger generation of Russians about their future which affects the formation of a certain system of values and views. Thus, emigration perceives as the only way to improve one's social situation which becomes a catalyst for increasing emigration sentiments. During analysis, the current image of the Russian Federation among young people in the field of socially significant issues was highlighted, as well as the mechanism of its formation was established. The process of the influence of the country's image on emigration sentiments, as well as the main sources of information that form the opinion of young people has been determined. Based on the data obtained and taking into account the theoretical and methodological basis of the study, a toolkit for the formation of a promising image of Russia among the young generation has been developed.*

The prospects of the research *are to develop a toolkit to change the perception of the image of the state among young generation, which subsequently contributes to a decrease in emigration losses and an increase in the contribution of young people to the socio-economic development of Russia.*

Keywords: *image of Russia, young generation, emigration, youth policy, patriotism, demography*

For citation: *Bragin A. D. Formation of a promising image of Russia among young generation // Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences. 2021; 14(6): 44–54. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2021-6-44-54>.*

Funding: *the reported study was funded by RFBR and EISR, project number 21-011-32099.*

Введение. Сегодня молодое поколение является основным механизмом развития современного общества. Молодёжь способна улучшить демографическое положение, ускорить экономическое развитие государства, способствовать созданию и продвижению инноваций. Молодые спортсмены представляют свои страны на международных соревнованиях, а молодые ученые привносят новые идеи и открытия. В данной связи роли молодежи должно уделяться особое значение в вопросах социально-экономического и демографического развития России.

В то же время молодое поколение является одним из самых прогрессивных слоев современного общества. В силу быстрого развития информационных технологий, сопутствующего процессу становления поколения Z, у молодых людей сформировалась определенная модель понятийного мышления [2]. Отличительной чертой данной модели мышления стала гибкость обработки информации, способов ее получения, а также формирование новых ценностей и взглядов [5]. Более того, из-за открытых границ и полной свободы перемещения молодые люди стали по-другому видеть мир, что сделало их самой мобильной группой населения. Данные процессы привели к тому, что молодое поколение стало наиболее подвержено эмиграции, а это является неоспоримым вызовом для будущего развития Российской Федерации.

В данной связи выделим опрос «Эмиграционные настроения»¹, проведенный Левада-Центром в 2019 г. Он представляет репрезентативную всероссийскую выборку городского и сельского населения объемом 1601 человек в возрасте от 18 лет в 50 субъектах РФ и проводился методом очных интервью. Полученные на сентябрь 2019 года данные показывают, что 53% опрошенных в возрасте от 18 до 24 лет хотели бы переехать за границу на постоянное место жительства. Данный показатель является максимальным за последние 10 лет наблюдений. Среди основных причин переезда на постоянное место жительства из РФ респонденты выделили «желание обеспечить детям достойное будущее

за рубежом» (45%) и «экономическую обстановку в России» (40%). Полученные данные вызывают беспокойство и свидетельствуют об определенном парадоксе. Несмотря на то что в Российской Федерации имеются все условия для получения качественного высшего образования, построения успешной карьеры и создания семьи, молодежь все равно склонна к эмиграции.

Необходимо отметить, что на эмиграционные настроения влияет множество причин, как социально-экономические факторы, так и информационное поле, созданное в рамках общества, где живет потенциальный эмигрант [3]. Образ страны может существенно повлиять на эмиграционные настроения путем создания негативного имиджа государства, не укладывающегося в рамки норм и ценностей индивида [12]. Таким образом, отрицательный имидж России способен играть важную роль в эмиграционных настроениях молодежи.

Целью данного исследования является разработка инструментария по формированию перспективного образа Российской Федерации среди молодого поколения. Это поможет снизить величину эмиграционной убыли и задействовать потенциал молодежи в развитии России. Для этого необходимо определить текущий образ России и механизм его формирования среди молодежи по отдельным направлениям общественной жизни, в результате чего будут выделены проблемные области текущего образа России. На основе полученных данных будет разработан инструментарий по формированию перспективного образа России среди молодого поколения. В основу данной работы положены результаты авторского социологического исследования, проведенного в рамках проекта «Формирование перспективного образа России среди молодого поколения».

Теоретико-методологическая основа. Главным исследовательским методом изучения настроений молодежи, а также сформировавшегося образа государства являются социологические опросы и интервью [4]. Со-

¹ Эмиграционные настроения [Электронный ресурс] // Левада-Центр. 26.11.19. URL: <https://www.levada.ru/2019/11/26/emigratsionnye-nastroeniya-4/> (дата обращения: 17.10.21).

гласно английскому ученому О. Робинсону, интервью способны в полной мере раскрыть настроения индивида относительно рассматриваемой проблематики [15]. В данной связи теоретико-методологическая основа исследования состоит из теоретической и практической части. В теоретической части анализируется механизм формирования образа страны, а также основа данного процесса. В практической части рассматриваются различные социологические исследования последних лет, максимально близкие к затронутой проблематике. Более того, основу практической части составляют результаты авторского исследования (серия очных глубинных интервью молодежи), проведенного в сентябре 2021 года.

Говоря об имидже государства, следует отметить, что он представляет собой стереотипный образ страны, существующий в массовом сознании населения [11]. Данный образ формируется под воздействием определен-

ных социокультурных процессов, характерных для текущего этапа развития общества [1]. Для последующего исследования образа страны нам необходимо определить место каждого из механизмов в процессе формирования имиджа России. Это поможет выделить исследовательскую структуру работы и направления по разработке инструментария. Ниже представлен рисунок 1, на котором на основании теоретико-методологической базы исследования [4; 12; 11; 15] визуализирован механизм формирования имиджа России среди молодого поколения и место эмиграции в данном процессе.

Как видно из рисунка 1, имидж формируется путем синергетики положительного и отрицательного образа страны, который является следствием социальных процессов. В роли социальных процессов может выступать влияние общества, семьи, СМИ, социальных сетей и т.д. Впоследствии уже сформировавшийся имидж страны формиру-

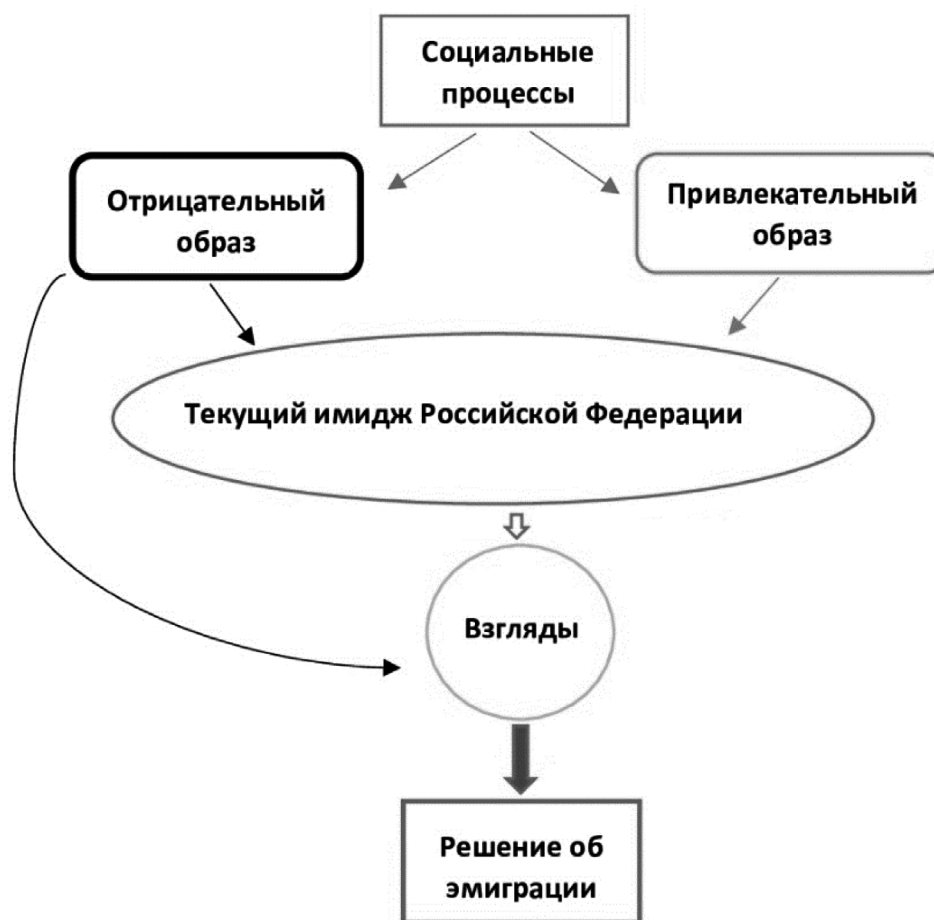


Рис. 1. Процесс формирования имиджа России и его роль в эмиграционных настроениях
Fig. 1. The process of forming the image of Russia and its role in emigration moods

ет систему ценностей и взглядов молодежи, которая влияет на процесс принятия решений об эмиграции. В данном процессе необходимо отметить прямое влияние отрицательного образа на формирование ценностной системы молодежи, в то время как положительный образ воздействует на систему ценностей лишь посредством вклада в общий имидж государства. Это происходит ввиду большего эффекта воздействия негативного образа на сознание людей [13]. В данной связи при составлении дальнейшего инструментария по формированию перспективного образа России среди молодого поколения мы должны учитывать тот факт, что минимизация отрицательного образа является приоритетной задачей, нежели увеличение привлекательного образа.

Так как аналитический раздел данной работы основывается на социологических исследованиях и на данных авторской серии очных глубинных интервью, необходимо подойти к этой части работы с позиции дедуктивной логики, т.е. со стороны уже сложившегося имиджа, который должен раскрыть причины, влияющие на отрицательный образ [10]. В данной связи целью аналитического раздела является выявление основы сформировавшегося имиджа страны и системы ценностей и взглядов молодежи, на основании которой необходимо определить причины, влияющие на формирование образа России. Далее представлена

таблица 1, на которой отмечены основные предметные области, которые следует раскрыть в следующих разделах. Так как в основе рассматриваемых интервью и опросов заложен дедуктивный метод познания, предметные области представлены от общих к частным.

Как видно из таблицы 1, всего обозначено 3 предметные области рассматриваемой темы. Первая — «Текущий образ России» — относится к уже сложившемуся имиджу страны и отношению к нему молодежи. Вторая — «Формирование образа России» — раскрывает основные факторы, воздействующие на данный процесс, а также источники информации, формирующие у молодежи представление о стране. Третья — «Эмиграция» — затрагивает влияние образа страны на эмиграционные настроения и выделяет настроения молодежи относительно своего будущего.

Практическая часть. В рамках практической части необходимо выделить несколько исследований, которые раскрывают текущую ситуацию с отношением молодежи к общественным процессам в России. Результаты данных исследований учитывались при составлении плана авторской серии очных глубинных интервью.

Начиная с 2007 г., ВЦИОМ проводит исследование отношения молодого поколения россиян к вопросам построения карьеры под названием «Карьера российской молодежи:

Таблица 1
Table 1

Предметные области образа России
Subject areas of the image of Russia

Предметная область	Задачи
Текущий образ России	1. Выявить, какой образ России сформирован среди молодежи
	2. Определить отношение молодого поколения к сложившемуся имиджу страны
Формирование образа России	1. Выявить причины, влияющие на формирование отрицательного и положительного образа России
	2. Определить основные источники формирования имиджа среди молодого поколения (СМИ, социальные сети и т.д.)
Эмиграция	1. Выявить взгляды молодежи относительно своего будущего в России
	2. Определить механизм влияния отрицательного имиджа России на эмиграционные настроения молодежи

перспективы и трудности»². Данное исследование направлено на выявление мнения молодежи относительно вероятности достижения профессионального успеха в таких сферах, как спорт, наука, творчество, бизнес, государственная служба и политика. Результаты свидетельствуют о том, что молодежь пессимистично настроена относительно возможности построения успешной карьеры в РФ. Так, во всех перечисленных специальностях доля молодежи, которая считает построение успешной карьеры возможным, составляет менее 50%. Более того, в 2019 году ответ «сложно» и «невозможно» был зафиксирован среди 77% респондентов в области бизнеса, 73% — в области государственной службы и политики и 64% респондентов в области науки.

В 2017 г. Фонд Общественное Мнение проводил телефонный опрос «Интерес молодежи к политике»³. Было опрошено 4000 жителей РФ от 17 до 34 лет включительно. Статистическая погрешность для общей выборки составила 1,9%. Полученные данные показали, что 50% молодежи интересуется политикой. Более того, интерес к политике за последние 2–3 года среди 17–23-летних студентов вырос на 42%. Также среди данной группы опрошенных 58% выразили заинтересованность в обсуждении политических вопросов в рамках вузов.

Также рассмотрим аналитический отчет «Гражданский активизм российской молодежи»⁴ (погрешность не более 3,4%), который основан на результатах общероссийского репрезентативного опроса населения в возрасте 16–34 лет (1014 человек), проживающих в 15 городах-миллионниках. Согласно опросу отличительной чертой сегодняшнего молодого поколения в РФ является положительное отношение к западным странам (около 60% опрошенных), несмотря на многочисленные санкции и напряженные политические отношения. Более того, молодежь оказалась политически активной группой населения. Так,

в области гражданской активности, т.е. действий, направленных на «изменения к лучшей жизни», 81% готовы принимать участие в выборах, 72% подписывать открытые письма и петиции, 65% обращаться в органы исполнительной власти, а 55% готовы принимать участие в работе общественных и политических организаций. Среди основного источника информации данная группа респондентов выделила интернет-ресурсы (социальные сети, блоги, YouTube и т.д.) — 65%.

Говоря о взглядах молодого поколения россиян, нельзя обойти стороной вопрос воспитания и ценностей, которые прививаются родителями. В данной связи необходимо отметить социологические исследования, проведенные сотрудниками Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН. В ходе авторского социологического исследования «Семья и семейные поколения: взгляд поколений»⁵, проведенного в 2019 г., был произведен сравнительный анализ трансформации воспитательных стратегий российских семей. Объектом исследования стали родители и их дети в возрасте от 14 до 50 лет с объемом выборки в 1652 человека. Так, самым популярным ответом на вопрос «На ваш взгляд, воспитание детей в семье — это, прежде всего...?» стал «Воспитание у детей ответственности» — 52,8% от всех опрошенных, в то время как ответ «Воспитание достойных граждан страны» набрал лишь 7,5% [7]. Второй опрос — всероссийское социологическое исследование «Формирование позитивных жизненных стратегий членов молодых семей в современном российском обществе», которое проводилось в 2015–2016 гг. в 7 федеральных округах [6]. Объем выборки составил 2000 человек (члены молодых семей до 30 лет). Следует обратить внимание на вопрос «Что Вы считаете наиболее важным по отношению к ребенку сегодня?». Наибольшее количество респондентов ответили: «Дать хорошее образова-

2 Карьера российской молодежи: перспективы и трудности [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/karera-rossijskoj-molodezhi-perspektivy-i-trudnosti> (дата обращения: 14.10.21).

3 Интерес молодежи к политике [Электронный ресурс] // ФОМ. URL: <https://fom.ru/Politika/13285> (дата обращения: 15.10.21).

4 Гражданский активизм российской молодежи [Электронный ресурс] // Левада-Центр. 01.10.20. URL: https://www.levada.ru/2020/10/01/grazhdanskij-aktivizm-rossijskoj-molodezhi/#_ftn12 (дата обращения: 18.10.21).

5 Международное социологическое исследование «Семья и семейные поколения: взгляд поколений», 2019 г. Рук. — д. соц. н., профессор Т.К. Ростовская, д.э. н., профессор О.В. Кучмаева.

ние» (67%), а ответ «Привить национальную гордость» дали лишь 5%.

Отметим также международное социологическое исследование «Ценностные ориентации молодежи России и Казахстана», проведенное сотрудниками ИДИ ФНИСЦ РАН совместно с казахскими коллегами [8]. В период с октября 2017 по май 2018 года были проведены массовые опросы и глубинные интервью молодежи (14–30 лет). В России было опрошено 1302 представителя молодого поколения в пяти субъектах. Основным источником информации молодежь выделила социальные сети и блоги — 70% (90,3% приходится на ВКонтакте), на втором месте с большим отрывом оказались местные и региональные телеканалы — 36%. На вопрос «Как Вы считаете, можно ли современное общество, в котором Вы живете, считать культурным обществом?» 42,7% опрошенных ответили «Нет» и «Скорее нет». Среди наиболее важных жизненных ценностей 83,1% выделили «здоровье», 64,5% — «любовь», в то время как «служение родине» отметили лишь 4,7%. Более того, 55,5% российской молодежи уже сформировали четкие жизненные ценности на длительную перспективу. Интересно отметить, что значительная часть современной молодежи выступает за свободу выбора. Лишь 51,5% высказались за социально-нравственный контроль в СМИ, а суждение «Свобода — то, без чего человек теряет смысл» поддержали 84,6% опрошенных. Также молодое поколение является политически активным — 65,7% считают, что молодежь должна участвовать в политической жизни страны.

Результаты авторского исследования.

В рамках текущего исследовательского проекта в сентябре 2021 г. была проведена серия очных полуформализованных глубинных интервью молодого поколения россиян 18–25 лет. Так как основной целью интервью было глубинное исследование образа России, использовался качественный анализ развернутых ответов респондентов. В данной связи выборка была небольшой ($n = 11$), с интенсивным зондированием темы. Были опрошены 6 представительниц женского пола и 5 представителей мужского пола из г. Москвы. Все интервьюенты имели оконченное вы-

сшее образование или находились в процессе его получения, 6 человек работали, 2 состояли в браке.

Говоря о сложившемся образе России, большинство респондентов выделили, что он является отрицательным (7 из 11). Интересно отметить: даже те, кто назвал образ России положительным, согласились с тем, что среди их сверстников бытует мнение об отрицательном имидже России. Свои ответы респонденты объяснили тем, что текущий менталитет молодежи контрастирует с менталитетом политиков. Таким образом, молодое поколение не согласно с некоторыми политическими решениями, как на федеральном, так и на региональном уровне. По мнению респондентов, основные факторы, формирующие образ страны, — это действия России на международной арене, взаимоотношения с западными государствами, публичные высказывания политиков, а также внутренняя политика, которая непосредственно затрагивает права и свободы граждан (как в повседневной жизни, так и онлайн). Более того, отсутствие качественной социальной инфраструктуры в регионах также создает отрицательный имидж государства. Среди основных источников информации, формирующих имидж страны, интервьюенты отметили интернет-ресурсы, а также ближайшее окружение (родители, друзья).

В ходе интервью выяснялось отношение молодежи к созданию семьи, построению карьеры и получению высшего образования в РФ. Большинство респондентов (7 из 11) ответили, что в России проблематично построить успешную карьеру, при этом многие не имели трудового опыта. В вопросах создания семьи у молодежи прослеживается определенная неуверенность. Так, по мнению респондентов, комфортные условия есть только в крупных городах. Была также отмечена нехватка бесплатных муниципальных программ, как для беременных, так и для молодых родителей. В то же время практически все отметили перспективы получения высшего образования в России (9 из 11). По мнению респондентов, российское высшее образование не уступает по качеству европейскому.

В заключение лишь 4 респондента ответили, что видят свое будущее в России перспективным и многообещающим, также

больше половины респондентов задумывались об эмиграции. Среди основных факторов, влияющих на эмиграционные настроения, респонденты выделили неуверенность в будущем, низкий уровень поддержки государством молодежи, нестабильную экономическую обстановку, большую конкуренцию на рынке труда.

Заключение. На основании проанализированных данных социологических опросов и авторской серии глубинных интервью можно выделить негативный имидж России среди молодого поколения, который увеличивает эмиграционные настроения. Сложившийся образ страны создает у молодежи ложные представления о социально-экономической обстановке в стране. К примеру, большинство респондентов в авторской серии интервью были настроены пессимистично относительно построения успешной карьеры в России, хотя сами никогда не работали (следовательно, не могут в полной мере оценить обстановку на рынке труда). Более того, респонденты, не имеющие детей и не проживающие в регионах, считают, что там нет условий для комфортного рождения детей. Данные суждения являются следствием сложившегося информационного поля, которое формирует представления молодежи о социально-экономических и политических процессах внутри страны [14].

Говоря о среднестатистическом портрете представителя молодого поколения, можно сделать вывод, что он выглядит следующим образом: это политически и социально активный человек, готовый отстаивать свои права и свободы, он следит за повесткой дня, интересуется внутренней и внешней политикой, уделяет существенное внимание вопросам благополучия и своего будущего, основным источником информации для него являются интернет-ресурсы (социальные сети, новостные каналы, блоги).

В целом можно выделить несколько наиболее значимых факторов, влияющих на становление отрицательного образа России. Во-первых, между сегодняшней молодежью и государством в лице политиков и чиновников существует существенная пропасть (в понимании молодежи). Мы видим, что молодежь становится более вовлеченной в политические процессы внутри страны,

молодые люди хотят пробовать заниматься политикой, участвовать в политической повестке дня, вступать в партии и т.д., но у молодежи не так много возможностей заниматься политикой. Таким образом, создается искусственный барьер, отделяющий молодежь от государства. Молодые люди не чувствуют связь, что заставляет их воспринимать политиков как что-то далекое, нереальное. Такая связь воздействует на их восприятие происходящих политических процессов. Во-вторых, молодежь все время обращает внимание на действия государства, направленные на улучшение качества жизни. Это касается как создания различных бесплатных программ для молодых семей с детьми, так и реновации общественной инфраструктуры. В-третьих, молодежь уделяет особое внимание своим правам и свободам. Любое ограничение их действий (даже онлайн) воспринимается как негативное и враждебное, что формирует определенную картину.

На основании проведенного исследования разработаны рекомендации по формированию перспективного образа Российской Федерации среди молодого поколения:

1) необходимо усиливать вовлеченность молодежи в политику. Этого можно добиться путем увеличения молодежных программ сотрудничества среди органов законодательной и исполнительной власти. Молодые люди должны иметь доступную возможность стажироваться в любом заинтересовавшем их министерстве или политической партии с возможностью дальнейшего трудоустройства. Также должно быть увеличено число проводимых молодежных форум и конференций;

2) правительству следует уделять особое внимание развитию федеральных и муниципальных программ поддержки молодежи. Это должно касаться как молодых семей, так и студентов, и выпускников вузов. Молодое поколение должно ощущать поддержку государства;

3) важно развивать городскую среду и общественный транспорт во всех крупных городах и районных центрах. Это один из самых простых способов сформировать в сознании молодежи привлекательный образ своего места жизни и действий муниципальных властей, так как результат общественной реновации быстро заметен и воспринимается как прямое улучшение качества жизни;

4) государство должно контролировать высказывания политиков и чиновников. Необходимо создать определенный нормативный свод правил поведения государственных служащих. Иногда для повышения собственного рейтинга политик может сделать агрессивное заявление, не соответствующее действительности, или грубо высказаться по отношению к населению (часто в медийном пространстве). Молодежь очень восприимчива к такого рода риторике, и поведение отдельных политиков может сформировать представление о работе всего государственного аппарата;

5) необходимо по возможности ослабить ограничительные меры, затрагивающие цензуру СМИ и интернет-ресурсов. Молодежь обращает внимание на данные процессы, которые в свою очередь формируют картину тоталитарного государства в их представлении;

6) при донесении информации до молодых людей стоит уделять особое внимание интернет-ресурсам. Большинство молодежи не пользуется телевидением и радио. В данной связи сотрудничество государственных структур с известными блогерами и популярными группами в социальных сетях существенно повысит информационный охват и создаст положительный образ получаемой информации.

Вышеизложенные рекомендации сформулированы на основании проанализированных социологических опросов, авторской серии глубинных интервью и с учетом теоретико-методологической основы исследования. Так как данные пункты касаются непосредственно проблемных областей имиджа России (со слов самих респондентов), их реализация способна уменьшить отрицательный образ России в глазах молодого поколения россиян.

Список источников

1. Большаков С.Н., Бодрунова С.С. Формирование позитивного имиджа страны: политические метафоры, стереотипы и параллелизмы // Проблемный анализ и государственное управленческое проектирование. 2011. №6. С. 87–92.

2. Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пырма Р.В., Азаров А.А. Специфика критического мышления российской молодежи

в условиях цифровизации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. №9(1). С. 14–23.

3. Ионцев В.А., Рязанцев С.В., Ионцева С.В. Новые тенденции и формы эмиграции из России // Экономика региона. 2016. №12(2). С. 499–509.

4. Квале С. Исследовательское интервью // М.: Смысл, 2003. С. 301.

5. Климанова А.В. Представления о критическом мышлении в сознании современной молодежи // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2016. №180. С. 51–58.

6. Кучмаева О.В., Ростовская Т.К. Новые тенденции в формировании жизненных стратегий членов молодых семей в современном российском обществе (анализ Всероссийского социологического исследования) // Вестник Академии права и управления. 2016. №43(2). С. 113–124.

7. Ростовская Т.К., Кучмаева О.В. Поколенческие и межстрановые различия воспитательных стратегий семьи (по данным социологического исследования) // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т.6(2). С. 117–131.

8. Ростовская Т.К., Калиев Т.Б. Ценностные ориентиры современной молодежи: особенности и тенденции // М.: РУСАЙНС, 2019. С. 228.

9. Розенберг Н.В. Влияние средств массовой информации на образ жизни молодежи // Наука. Общество. Государство. 2015. №3(1). С. 134–141.

10. Busetto L., Wick W., Gumbinger C. How to use and assess qualitative research methods // *Neurol. Res. Pract.* 2020. №2(14).

11. Hakala U., Lemmetyinen A., Kantola S.-P. Country image as a nation-branding tool // *Marketing Intelligence Samp Planning.* 2013. №31. P. 538–556.

12. Herz M., Arnegger J. Country image formation, stability, and change: a longitudinal assessment of consumers' image of Azerbaijan // *Journal of Travel & Tourism Marketing.* 2017. №34. P. 1–15.

13. Lopez C., Balabanis G. Country image appraisal: More than just ticking boxes // *Journal of Business Research.* 2020. №117. P. 764–779.

14. McPherson L., Vosz M., Gatwiri K., Parmenter N., Macnamara N., Mitchell J., Tuc-

ci J. What does research tell us about young people's participation in decision making in residential care? A systematic scoping review // *Children and Youth Services Review*. 2021. Vol. 122.

15. Robinson O. Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide // *Qualitative Research in Psychology*. 2014. Vol. 11(1).

References

1. Bol'shakov S. N., Bodrunova S. S. Formirovanie pozitivnogo imidzha strany: politicheskie metafory, stereotipy i parallelizmy [The formation of a positive image of the country: political metaphors, stereotypes and parallelisms]. *Problemy analiz i gosudarstvennoe upravlencheskoe proektirovanie* [Problem analysis and state management design]. 2011; (6): 87–92. (In Russ.).

2. Brodovskaja E. V., Dombrovskaja A. Ju., Pyrma R. V., Azarov A. A. Specifika kriticheskogo myshlenija rossijskoj molodezhi v uslovijah cifrovizacii [Specificity of critical thinking of Russian youth in the conditions of digitalization]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* [Humanities. Bulletin of the Financial University]. 2019; 9(1): 14–23. (In Russ.).

3. Ioncev V. A., Rjazancev S. V., Ionceva S. V. Novye tendencii i formy jemigracii iz Rossii [New trends and forms of emigration from Russia]. *Jekonomika regiona* [The economy of the region]. 2016; 12(2): 499–509. (In Russ.).

4. Kvale S. Issledovatel'skoe interv'ju [Research interview]. Moscow: Smysl, 2003. P. 301. (In Russ.).

5. Klimanova A. V. Predstavlenija o kriticheskom myshlenii v soznanii sovremennoj molodezhi [Ideas about critical thinking in the minds of modern youth]. *Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena* [Proceedings of the A. I. Herzen Russian State Pedagogical University]. 2016; (180): 51–58. (In Russ.).

6. Kuchmaeva O. V., Rostovskaja T. K. Novye tendencii v formirovanii zhiznennyh strategij chlenov molodyh semej v sovremennom rossijskom obshhestve (analiz Vserossijskogo sociologicheskogo issledovanija) [New trends in the formation of life strategies of members of

young families in modern Russian society (analysis of the All-Russian sociological research)]. *Vestnik Akademii prava i upravlenija* [Bulletin of the Academy of Law and Management]. 2016; 43(2): 113–124. (In Russ.).

7. Rostovskaja T. K., Kuchmaeva O. V. Pokolencheskie i mezhstranovye razlichija vospitatel'nyh strategij sem'i (po dannym sociologicheskogo issledovanija) [Generational and cross-country differences in educational strategies of the family (according to sociological research)]. *Nauchnyj rezul'tat. Sociologija i upravlenie* [Scientific result. Sociology and Management]. 2020; 6(2): 117–131. (In Russ.).

8. Rostovskaja T. K., Kaliev T. B. Cennostnye orientiry sovremennoj molodezhi: osobennosti i tendencii [Value orientations of modern youth: features and trends]. Moscow: RUSAJNS, 2019. P. 228. (In Russ.).

9. Rozenberg N. V. Vlijanie sredstv massovoj informacii na obraz zhizni molodezhi [Influence of mass media on the lifestyle of youth]. *Nauka. Obshhestvo. Gosudarstvo* [Nauka. Society. State]. 2015; 3(1): 134–141. (In Russ.).

10. Busetto L., Wick W., Gumbinger C. How to use and assess qualitative research methods // *Neurol. Res. Pract.* 2020. №2 (14).

11. Hakala U., Lemmetyinen A., Kantola S.-P. Country image as a nation-branding tool // *Marketing Intelligence Samp Planning*. 2013. №31. P. 538–556.

12. Herz M., Arnegger J. Country image formation, stability, and change: a longitudinal assessment of consumers' image of Azerbaijan // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2017. №34. P. 1–15.

13. Lopez C., Balabanis G. Country image appraisal: More than just ticking boxes // *Journal of Business Research*. 2020. №117. P. 764–779.

14. McPherson L., Vosz M., Gatwiri K., Parmenter N., Macnamara N., Mitchell J., Tucci J. What does research tell us about young people's participation in decision making in residential care? A systematic scoping review // *Children and Youth Services Review*. 2021. Vol. 122.

15. Robinson O. Sampling in Interview-Based Qualitative Research: A Theoretical and Practical Guide // *Qualitative Research in Psychology*. 2014. Vol. 11(1).

Статья поступила в редакцию 16.11.2021; одобрена после рецензирования 21.11.2021; принята к публикации 28.11.2021.

The article was submitted on 16.11.2021; approved after reviewing on 21.11.2021; accepted for publication on 28.11.2021.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ



Брагин Алексей Дмитриевич — младший научный сотрудник, Институт демографических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН.
Россия, г. Москва, ул. Фотиевой, 6/1

Alexey D. Bragin — Junior Researcher, Institute of Demographic Research of the Federal Research Sociological Center of the Russian Academy of Sciences.
6/1 Fotievoy st., Moscow, Russia
