

DOI: 10.18721/JHSS.10211

УДК 32.019.5

ВОСПРИЯТИЕ СВОЕЙ СТРАНЫ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ: ЦЕННОСТНО-СИМВОЛИЧЕСКИЙ И ПОЛИТИКО-КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТЫ*

А.В. Селезнева, И.С. Палитай

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
Москва, Российская Федерация

Статья посвящена анализу особенностей восприятия России ее молодыми гражданами. Теоретико-методологической основой исследования явился политико-психологический подход, в соответствии с которым образ страны включает в себя образы власти, лидера, народа, территории и геополитический образ государства. Формирование образа страны в сознании людей происходит под влиянием ряда факторов. Среди них особое значение имеют политическая культура и политические ценности граждан. Методология исследования включает в себя фокусированные интервью с российскими гражданами, а также комплекс проективных методик – неоконченные предложения и психологический рисунок страны. Исходя из результатов анализа эмпирических данных, авторы статьи заключают, что образ России в сознании молодежи довольно противоречивый и неконгруэнтный, основные элементы его в когнитивном плане бедны и шаблонны, эмоционально окрашены. Россия воспринимается молодежью в первую очередь как Родина, место рождения и проживания. Сильными сторонами своей страны молодые россияне считают наличие богатых природных ресурсов, вооруженные силы, людей, язык, историю и культуру, а государство, экономику и промышленность, науку и образование выделяют в качестве ее слабых сторон. В образе власти наиболее четкими и определенными являются представления о Президенте. В символическом пространстве образа России доминируют символы советского прошлого. Образ страны в сознании молодых россиян обусловлен спецификой отечественной политической культуры. В частности, властечентричность и персонификация власти проявляются в образах власти и лидера, традиционная государственническая ориентация – в оценке деятельности власти и формировании ожиданий от государства. Ориентация на ценности национализма (в формате великодержавности) и патриотизма отражается в геополитическом образе государства. Авторы статьи приходят к выводу о необходимости активизации государственных усилий по формированию сбалансированного и позитивного образа страны в сознании молодежи.

Ключевые слова: образ России, образ власти, образ лидера, символы, политические ценности, политическая культура

Ссылка при цитировании: Селезнева А.В., Палитай И.С. Восприятие своей страны российской молодежью: ценностно-символический и политико-культурный аспекты // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2019. Т. 10, № 2. С. 123–135. DOI: 10.18721/JHSS.10211

* Проект РФФИ № 18-011-01138А «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ».

PERCEPTION OF THEIR OWN COUNTRY OF RUSSIAN YOUTH: VALUE-SYMBOLIC AND POLITICAL AND CULTURAL ASPECTS

A.V. Selezneva, I.S. Palitay

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

The theoretical and methodological basis of the study is a political-psychological approach. Image of the country includes the image of power, the image of the leader, the image of the people, the image of the territory and the geopolitical image of the state. The formation of the image of the country in the minds of people occurs under the influence of the political culture and political values of citizens. The research methodology included focused interviews with young Russians and a set of projective techniques — unfinished sentences and a psychological picture of the country. Based on an analysis of empirical data, the authors conclude that the image of Russia in the minds of young people is rather contradictory and incongruent. Russia is seen by young people, first of all, as their homeland. Russians consider natural resources, the armed forces, people, language, history and culture to be the strengths of their country, while the state, the economy and industry, science and education are identified as weaknesses. In the image of power, the most clear and definite ideas are about the President. The symbolic space of the image of Russia is dominated by symbols of the Soviet past. The image of the country in the minds of young Russians is due to the specifics of the domestic political culture. In particular, the dominance and personification of power manifest themselves in the images of power and leader, the traditional governmental orientation - in the formation of expectations from the state.

Keywords: image of Russia, image of power, image of leader, symbols, political values, political culture

Citation: Selezneva A.V., Palitay I.S., Perception of their own country of Russian youth: value-symbolic and political and cultural aspects, St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Humanities and Social Sciences, 10 (2) (2019) 123–135. DOI: 10.18721/JHSS.10211

Введение

Отношение молодежи к своей стране является актуальным предметом исследования по ряду причин.

Во-первых, в современных социальных науках изучению специфики восприятия России разными категориями граждан внутри страны и за рубежом уделяется явно недостаточно внимания. Немногочисленные исследования носят преимущественно социологический характер и концентрируются в основном на фиксации отношения граждан к разным сферам жизни страны на рациональном уровне [1, 2]. При этом за скобками часто остаются субъективно-психологические особенности этого процесса, неосознаваемые аспекты восприятия.

Во-вторых, представления молодежи о своей стране интересны для современной науки и

практики не сами по себе, а в контексте более широкого процесса формирования национально-государственной идентичности [3, 4]. Россия является объектом идентификации со стороны людей, поэтому изучение образа страны в целом, его историко-политических и социокультурных аспектов позволяет сформировать научную рамку для принятия политических решений и реализации политики идентичности [5, 6].

В-третьих, в современной науке и практической политике есть насущная потребность во всестороннем изучении молодежи — поколения, которое активно входит в социальную жизнь и по многим параметрам значительно отличается от старших поколений (особенно это заметно по самым младшим когортам). Понимание того, чем живет молодежь и что у нее в голове, необ-

ходимо сегодня для эффективного осуществления разных направлений внутренней политики государства – образовательной, информационной, культурной, молодежной, национальной и т. д. Конечно, научный поиск ведется [7–10], но приходится констатировать недостаточную изученность специфики восприятия молодыми людьми разных политических объектов, в том числе страны и государства.

В нашем анализе акцент на ценностно-символических и политико-культурных аспектах восприятия России сделан не случайно. Мы рассматриваем восприятие своей страны молодыми людьми как комплексный феномен, поэтому и в самом содержании образа России, и в процессе его формирования присутствуют ценностные детерминанты, символические репрезентации и политико-культурные проекции. Этим обусловлен выбранный нами аспектный (а не факторный) ракурс анализа. Кроме того, политические ценности и символы, вся политическая культура в целом составляют систему наиболее устойчивых смысловых доминант, которые оказывают серьезное влияние на политическое восприятие и во многом определяют характер действия разных ситуативных факторов. Социокультурные процессы рассматриваются сегодня в более широком контексте как фактор политической устойчивости или дестабилизации политической системы [11].

Всё вышеперечисленное определяет актуальность и значимость изучения восприятия своей страны российской молодежью в ценностно-символическом и политико-культурном аспектах.

Методология и методика исследования

Анализ процесса восприятия молодыми людьми своей страны и складывающегося в результате в их сознании образа России осуществляется в рамках политико-психологического подхода [12], обладающего теоретическим потенциалом и инструментальными возможностями для изучения заявленного объекта в предметном поле политической науки. Фундаментальным основанием такого анализа являются теория социального восприятия (социальной перцепции) [13] как общая концептуальная рамка и теория политического восприятия [14], определяющая специфику познания людьми политической реальности.

В русле обозначенного подхода образ страны определяется как «многосоставный ментальный конструкт, являющийся результатом отражения в сознании людей страны как политико-территориального и историко-культурного объекта» [15, с. 355]. В структуре образа страны выделяются такие элементы, как образ власти, лидера, народа, территории и геополитический образ государства [16, с. 53]. Каждый элемент этой модели восприятия существует не сам по себе, а в тесной взаимосвязи с другими, что дает возможность оценить конгруэнтность, когнитивную сложность и эмоциональную определенность образа России в целом.

Анализ каждого элемента образа страны производится по определенным параметрам. Так, образы власти и лидеров традиционно оцениваются по трем шкалам «сила / слабость», «активность / пассивность», «привлекательность / непривлекательность» [17]. Рассмотрение геополитического образа государства предполагает выявление «своих» и «чужих», «друзей» и «врагов» [18]. При этом абсолютно для всех составляющих образа страны должны быть выявлены содержательные характеристики и эмоциональный знак.

Формирование образа страны происходит под влиянием ряда факторов [19]. Во-первых, это объектные факторы, определяемые характером воспринимаемых объектов (власти, лидеров, страны), сложившейся политической культурой и текущим социально-политическим контекстом. Во-вторых, это субъектные факторы, отражающие социально-демографические и психологические особенности граждан как воспринимающих субъектов. Объектные и субъектные факторы детерминируют главным образом структурно-содержательное наполнение образа России. В-третьих, это пространственные и темпоральные факторы, обозначающие территориальные и временные (причем не обязательно только политические) условия существования какого-либо объекта, которые воздействуют на статические и динамические характеристики процесса его восприятия. В-четвертых, это коммуникативный фактор [20] – множественные потоки информации из СМИ и Интернета и связанные с ними формы социального взаимодействия.

Среди объектных факторов восприятия наиболее значимым, устойчивым и смысло-

бразующим является политическая культура. Она включает в себя комплекс идей и ценностей, отражающих историко-культурную специфику страны. В политической культуре сложным образом комбинируются разнообразные политико-идеологические установки и ориентации, существовавшие в разные исторические периоды и в неизменном или трансформированном виде дошедшие до наших дней. При этом важно подчеркнуть ее динамический характер: в ней как в «системе порождения, хранения и трансляции политического опыта» [21, с. 11] действуют определенные механизмы их «распространения и укоренения» [22, с. 17]. С функциональной точки зрения политическая культура способствует поддержанию политической стабильности и целостности политической системы и обеспечивает историко-политическую преемственность [23].

Политические ценности являются, с одной стороны, «ядром» политической культуры, наиболее устойчивым и долговременным элементом, определяющим специфику установок и ориентаций граждан в условиях разных политических систем [24–26], с другой – смысловой доминантой политического сознания граждан и актуализируются неудовлетворенными потребностями людей, регулируют их политическое поведение [27].

В политическом восприятии именно политические ценности служат основанием для когнитивной работы субъекта восприятия с информацией. Человек неизбежно видит окружающий его мир сквозь призму определенной системы ценностей. При этом именно ценности повышают субъективность оценок тех или иных событий, явлений, процессов. В процессе политического восприятия ценности детерминируют отношение граждан к политическим объектам и определяют предъявляемые к ним ожидания [28].

Для анализа восприятия страны особое значение имеет символический аспект данного процесса. Структурные элементы образа России и весь образ в целом часто имеют символическое значение [29], и то, что граждане придают подобный символический смысл тем или иным образам, происходит в результате символической политики в отношении государственных и иных национальных символов,

которую осуществляют различные социальные и политические акторы [30].

Методология исследования включает в себя фокусированные интервью с молодыми российскими гражданами 18–30 лет, а также комплекс проективных методик – неоконченные предложения и психологический рисунок страны (n = 278). Такой методический комплекс является традиционным для политико-психологических исследований. Применение этих методик позволило проанализировать структуру и содержание образа России, определить когнитивные и эмоциональные составляющие образа страны в целом и его отдельных элементов, выявить символические репрезентации и политико-культурные проекции. Временные рамки исследования охватывают 2017–2018 гг.

Результаты исследования

Как уже было сказано, образ страны представляет собой достаточно сложную конструкцию, каждый элемент которой требует своего описания для понимания общей картины восприятия.

Образ власти в сознании молодежи имеет преимущественно негативный эмоциональный окрас: среди опрошенных 43,5 % отметили, что она «бездарная», «вороватая», «антинародная», «коррупцированная» и т. п. Положительно власть оценили 17,3 % респондентов: они отметили «рост ответственности по отношению к людям» и тот факт, что «власть становится более сильной». Практически каждый пятый респондент (21,2 %) отозвался о власти нейтрально, а 11,2 % ответов носят амбивалентный характер, что проявилось в таких выражениях, как «очень невлиятельная, но сохраняет стабильное положение», «хорошие идеи, но ужасное исполнение», «достаточно сильная, централизованная, но имеет ряд недостатков».

Власть является сильной в представлении чуть более четверти опрошенных (27,7 %). При этом без малого 40 % респондентов наделили ее слабостью, из которой, вполне вероятно, будет вытекать неуважение к власти, поскольку в условиях нашей политической культуры не только сила, но и насилие часто оценивается положительно. То же самое можно сказать и про активность, которой наделили нашу власть 42,1 % опрошенных молодых людей. Однако в наших прежних исследованиях мы обнаружи-

ли, что и для силы, и для активности власти имеются определенные значения нормы, и отклонение образа власти от них как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения сказывается на оценках ее привлекательности [31]. Возможно, именно по этой причине действия власти в ответах респондентов носят отрицательный характер (56,4 % респондентов, оценивших власть как активную, наделили ее негативными характеристиками).

Образ власти содержательно наполнен такими негативными характеристиками, как неэффективность (19,2 %), коррупция (12,5 %), беспредел, хаос (11,2 %), олигархия, власть групп людей (10,3 %). Из положительных качеств 14,7 % респондентов отметили ее эффективность. В общем и целом негативная коннотация присутствует примерно в 61 % ответов, в то время как положительная — лишь в 19 %. Что касается иных показателей, то можно сказать, что власть в сознании молодежи имеет образ достаточно размытый (60,4 %) и весьма когнитивно бедный (68,3 %).

Говоря про *образ политического лидера*, нужно отметить, что львиная доля участников исследования (93,5 %) в числе современных российских влиятельных политиков назвали имя Президента. При этом стоит обратить внимание на то, что все остальные имена, упомянутые респондентами, идут за ним с большим отставанием. Кроме того, в связи с тем, что мы просили назвать имена трех политиков, складывается впечатление, что молодые люди назвали тех, кого просто помнят (об этом свидетельствуют многочисленные выражения типа «ну, например...», «пусть будет...», «кто там еще?...», присутствующие в ответах). Если же обратиться к цифрам, то чуть больше 32 % опрошенных молодых людей в качестве влиятельных политиков назвали Д.А. Медведева, С.В. Лаврова либо В.В. Жириновского, 21 % упомянули С.К. Шойгу. Все остальные политики набрали не более 5 %.

Однако если посмотреть на уровень доверия нашей молодежи к тем же политикам (верхушки списков влиятельных и уважаемых совпадают), то здесь ситуация уже немного иная. В.В. Путину доверяют меньше половины (43,5 %) из тех, кто назвал его влиятельным. Практически вдвое меньше людей (22,6 %) ответили, что доверяют С.В. Лаврову, который,

между тем, стоит вторым в этом перечне. Закрывает тройку лидеров С.К. Шойгу (15,1 %). Несмотря на то что действующий премьер-министр был признан влиятельным примерно третью опрошенной молодежи, доверяют ему всего 7 %, а В.В. Жириновскому — и вовсе 3 %.

Исходя из данных этого раздела нашего исследования, можно заключить, что молодое поколение не испытывает особого доверия к имеющимся на политической арене лидерам. Исключение составляет В.В. Путин, образ которого всё больше обособляется по отношению к образу власти и приобретает серьезный символический смысл. Сегодня Путин является, по сути, не только олицетворением власти в стране, не просто национальным лидером, а уже символом России [32].

Среди исторических деятелей прошлого на первом месте по популярности в ответах стоит Петр I (его назвали 38,4 % респондентов), следующим по частоте упоминания стал И.В. Сталин (30,5 %), завершает тройку лидеров В.И. Ленин (23 %); упомянуты также Екатерина Великая (19 %), А.С. Пушкин, Ю.А. Гагарин, Иван Грозный (их отметили в среднем 11–14 %).

Образ народа в сознании нашей молодежи носит весьма позитивный характер, что было зафиксировано в 66,2 % ответов. В ходе интервью акцент респондентов в основном делался на различные психологические и нравственные качества русских людей (суммарно доля таких ответов составила чуть более 80 %) (рис. 1). Народ наделяется чувством юмора, гостеприимством, душевностью, сплоченностью, чувством патриотизма, однако отмечают также лень, безрассудство, отсутствие уважения к закону и озлобленность. Амбивалентность в ответах встречается в 15,8 % случаев, а негативный окрас — в 11,2 %. Таким образом, практически каждый четвертый из опрошенных нами молодых людей отметил отрицательные качества у русского народа, т. е. можно сказать, что среди молодежи проявляется достаточно высокая степень критичности в отношении сограждан. Более того, некоторые ответы содержат в себе определенного рода обвинения в адрес народа в том, что «мы находимся сейчас в таком вот не самом лучшем состоянии».

Как уже отмечалось, образ страны представляется также и в *образе ее территории*. То, какой в

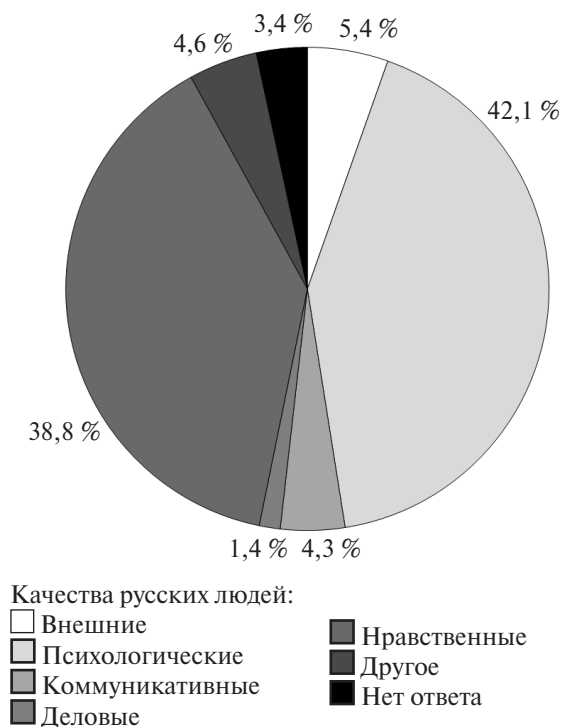


Рис. 1. Качества русского народа в представлении молодых российских граждан

The quality of the people in the views of young Russian citizens

пространственном плане определяют Россию в своем сознании ее граждане, является немаловажным аспектом восприятия страны. В нашем исследовании самым популярным ответом на вопрос о том, какими пределами ограничивается Россия, было утверждение, что страна заканчивается там, где проходят ее границы (34%). Были и заявления типа «Россия бескрайняя, как и русская душа» и «она не имеет границ» (доля таковых порядка 10%). Небольшой процент опрошенных молодых людей описали границу России названиями географических объектов («от Калининграда до Владивостока», «от Северного Ледовитого океана до Монголии», «от Балтийского моря до Дальнего Востока» и т. п.). И отдельную группу составляют респонденты, которые ответили на вопрос в образной или поэтической форме («от Волги до Енисея», «широка страна моя родная», «Россия там, где есть русский человек», «ограничена самосознанием граждан»).

Однако на вопрос, возможно ли изменение границ нашей страны, 69,8% молодых людей

ответили отрицательно. О возможности расширения границ выразили свое мнение 16,5% опрошенных, треть которых предположили возможность такого развития событий за счет ЛНР и ДНР. Небольшую долю составили те, кто полагает, что увеличение территории нашей страны возможно за счет стран СНГ (9,2%) и Аляски (7,6%). О возможном уменьшении площади России высказалось лишь 6,1% респондентов. Основанием для этого отвечавшие видели земли Дальнего Востока, которые, по их предположению, могут отойти Китаю, и Крым, который, как они считают, необходимо вернуть Украине.

В сознании опрошенных молодых людей Россию символизируют географические объекты – реки, озера, леса (например, Байкал, Волга, тайга), природно-климатические явления (снег, мороз, зима), объекты флоры и фауны (медведь, береза), политико-географические объекты (Сибирь, Москва, Сочи, Санкт-Петербург).

Геополитический образ России определяется прежде всего представлениями о «своих» и «чужих», «врагах» и «друзьях» страны в системе международных отношений. В ответах молодых людей на вопрос о том, какие государства сегодня являются ее друзьями, на первом месте вопреки традиции оказалась не Белоруссия (39%), а Китай – Поднебесную назвал практически каждый второй респондент (52,7%). На третьем месте в рейтинге друзей России стоит Казахстан (30%). Страны СНГ видят друзьями России 8,3% респондентов, а вот каждая из стран в отдельности называлась в 3-5% случаев. Отметим, кстати, что братскую некогда Украину в свете событий последних лет указали в списке друзей лишь 1,6% опрошенных молодых людей. Более того, как показали наши исследования, схожие показатели имеются не только в молодежной среде [15].

Тема взаимоотношений стран на мировой арене была бы неполной, если бы рядом с перечнем «друзей» России не размещался список ее «врагов». На первом месте в этом «черном» списке, разумеется, находятся США (62% опрошенной молодежи). Подобный результат неудивителен, поскольку в нашей стране распространены антиамериканистские настроения [33]. Практически каждый четвертый респондент (23%) видит врага страны в Украине.

Интересным также является тот факт, что 11 % респондентов (и это третья строка в списке ан-тирейтинга) заявили, что врагом России является Великобритания, и такое же количество опрошенных молодых людей считают, что «врагов у России нет».

Обобщенный образ России: большинство респондентов (53 %) воспринимают Россию как Родину, место их рождения и проживания. Ассоциация с государством возникла у 18,6 % опрошенных, далее идут представления о стране больших возможностей (8 %), об истории, о культуре (6,8 %), все остальные показатели, такие как территория, народ, ресурсы, природа, набрали менее 5 %. При этом с точки зрения эмоциональности ответы на данный вопрос в основном имели позитивный (45,6 %) либо нейтральный характер (46,4 %), и лишь высказывания 5,4 % респондентов носили явно негативный характер.

Сильными сторонами России опрошенные молодые граждане считают наличие богатых природных ресурсов (59 %), историю (54,3 %) и вооруженные силы (45,7 %). Далее следуют: люди, культура, язык, спорт, государство и пр.

Как видно из приведенных на рис. 2 значений, основными сильными сторонами России, по мнению молодежи, является не то, что создавалось в последние годы, а то, что является некой данностью (природные ресурсы, история). Стоит при этом заметить, что история стоит на первом месте среди предметов гордости молодого поколения России: практически каждый пятый респондент (19,7 %) в том или ином виде заявил, что гордится «богатой историей» нашей страны. При этом военное превосходство вызывает чувство гордости лишь у 4,2 %, хотя практически половина опрошенных признала его сильной стороной России.

Вызывает некоторое опасение тот факт, что «лидеры» среди слабых сторон России в глазах молодежи характеризуют нынешнее состояние нашей страны. Это экономика, финансы и промышленность (79,5 %), наука и образование, которые в качестве слабой составляющей назвал практически каждый второй (49,3 %), а вот сильной стороной их считают только 10,8 %, на третьем месте – государство (38,8 %). Возможно, с последним у респондентов связывается испытываемое ими чувство стыда за социаль-



Рис. 2. Сильные и слабые стороны России в представлении молодежи
Strengths and weaknesses of Russia in the view of youth

но-экономические проблемы (24,3%), неэффективное управление и непрофессионализм в целом (15,3%). Интересно, что примерно шестая часть опрошенных заявили: им нечем гордиться и не за что испытывать стыд (13,3 и 14,7% соответственно). Как видно из приведенных данных, налицо некоторое расхождение между тем, что в последнее время говорят СМИ о достижениях нашего государства, и тем субъективным впечатлением, которое в итоге складывается в головах людей.

Ценностно-символические и политико-культурные проекции в образе России. Политическая культура в нашей стране обозначается исследователями как «монолитная» [34]: на протяжении столетий складывались определяющие ее ценности и характерные черты власти и общества, и на современном этапе они обуславливают особенности политических процессов.

Основываясь на результатах нашего исследования, можно выделить особенности политической культуры, которые отражаются в сформировавшемся в сознании молодежи образе России.

Одна из ключевых черт отечественной политической культуры – ориентация на государство, поскольку для жителей нашей страны именно оно является носителем «вдохновляющих духовных смыслов» [35, с. 157]. Для половины опрошенных молодых людей наиболее важно, что они являются гражданами России. Государственные символы (герб, гимн, флаг) занимают одно из первых мест в ряду символических ассоциаций со страной. Всё это порождает патерналистские ожидания граждан государства и власти. Молодые люди хотят видеть Российское государство сильным и уважаемым, ждут от власти укрепления позиций страны на международной арене, решения внутренних социально-экономических проблем, обеспечения безопасности и необходимых условий для саморазвития и самореализации. Недаром молодежь сегодня называет Россию страной больших возможностей.

Выявленные в нашем исследовании особенности восприятия власти и лидера отражают целый набор политико-культурных особенностей: «властечentricность» [36]; ориентацию на единоначалие, которая выражается в персонификации власти – обязательном опре-

делении ее носителя; раскол образа власти на образы сильного политического лидера и виновную во всем бюрократию [14, с. 25]. Недаром главным символом России для молодых граждан является Президент В.В. Путин, а вина за существующие проблемы возлагается на абстрактную власть в лице чиновников. То есть в нашей культуре испокон веков заложено определенное преклонение перед властью, даже если она не нравится. Поэтому власть ругают и одновременно на нее надеются.

Для нашей страны характерна отчужденность большинства населения от власти [Там же. С. 25–27]. Это отражается на восприятии молодыми людьми власти и народа, частью которого они являются, как разных политических субъектов, дистанцированных друг от друга и не смыкающихся в общем образе страны. Представления о власти и народе имеют разную модальность: первые – скорее отрицательную, вторые – скорее положительную (см. таблицу). В целом получается, что обобщенный и абстрактный народ, терпеливый и всегда страдающий, в понимании молодежи не является самостоятельным политическим субъектом и противопоставляется власти и государству.

Эмоциональный знак образов власти и народа в сознании молодежи, %

Emotional sign of the images of the government and the people in the minds of youth, %

Эмоциональный знак	Образ	
	власти	народа
Позитивный	17,3	66,2
Негативный	43,5	11,2
Нейтральный	21,2	3,2
Амбивалентный	11,2	15,8
<i>Нет ответа</i>	6,8	3,6

Для нашей политической культуры свойственно постоянное возвращение в прошлое [37, с. 106]. В восприятии России современной молодежью это проявляется в образно-символических репрезентациях прошлого – в меньшей степени имперского и преимущественно советского. В исторических представлениях молодежи отчетливо прослеживаются фреймы силы и гордости: символическим смыслом для нее обладают те личности в истории, при которых страна была сильной и уважаемой, и те со-

бытия и достижения (военные, научные, спортивные, культурные), которые подтверждают статус России как великой державы. Особенно актуальны сегодня образы и символы советского прошлого как основания для идентификационного поиска в процессе формирования российской нации [38].

Ориентация на ценности национализма (в формате великодержавности) и патриотизма [39, с. 21], свойственные нашей политико-культурной традиции, отражается в геополитическом образе государства. Это проявляется: в определении ключевых историко-культурных и политико-географических характеристик «своей» общности; в необходимости наличия «врагов», по отношению к которым государство и его граждане должны самоопределяться; в существующей потребности повышения геополитического статуса России и превращения ее в мирового политического лидера.

Политические ценности молодежи, наиболее значимыми из которых являются «мир», «права человека», «свобода», «порядок», «безопасность», «законность» и «справедливость», также определяют ее отношение к своей стране в целом, власти и лидерам в прошлом, настоящем и будущем.

Анализ материалов фокусированных интервью позволил выявить потребностный профиль молодежи как воспринимающего субъекта, который соотносится с системой ее политических ценностей (см. рис. 3). Так, в нашем исследовании на первое место вышла потребность в безопасности, которая проявилась в ответах практически каждого четвертого респондента (26,3 %). На втором месте находится потребность в любви, о которой в том или ином виде заявили 20,1 % опрошенных молодых людей. Возможно, данный показатель связан с отсутствием ощущения заботы о молодежи со стороны власти и государства в целом.

Отметим, что в настоящее время, когда идет речь о формировании общества потребления, материальные потребности в ответах респондентов стоят на последнем месте (7,9 %), а вот потребности в самореализации и самоактуализации суммарно проявились у 29 % опрошенных. Вполне возможно, что такое соотношение связано не столько с нацеленностью молодежи на какие-то личностные достижения и пренебрежением материальными благами, сколько с



Рис. 3. Потребностный профиль молодежи как субъекта восприятия страны
Need profile of youth as a subject of perception of the country

восприятием власти в стране как некоего элемента социальной жизни, который должен обеспечить им условия для личностного и профессионального становления.

Заключение

Обобщая результаты проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в сознании современной молодежи образ России когнитивно бедный, эмоционально окрашенный, внутренне противоречивый и несбалансированный. Историко-культурные, пространственно-географические и политические составляющие его достаточно абстрактны: в первых преобладают представления об отдельных событиях в истории и деятелях прошлого, во вторых — о богатой природе и обширных территориях, в третьих — о Президенте и общие критические суждения о власти. Ценностно-символический

и политико-культурный аспекты восприятия своей страны российской молодежью наглядно свидетельствуют о фрагментированности образа России вследствие стихийного влияния на сознание подрастающих поколений медийного пространства с разнородными и разнонаправленными информационными потоками, в то же время восприятие России молодежью происходит в устойчивом политико-культурном контексте, что обуславливает определенные сходства политического образа мира молодых людей и представителей старшего поколения.

Во-вторых, важной государственной задачей сегодня является формирование имиджа России и национального бренда на мировой арене [40]. Эта деятельность, которую осуществляют различные политические и неполитические акторы, должна начинаться с создания конгруэнтного и позитивного образа России внутри страны, в сознании ее жителей. Толь-

ко в таком сочетании внешнего и внутреннего возможно эффективное геополитическое позиционирование и продвижение нашей страны с помощью инструментов мягкой силы.

В-третьих, процесс формирования позитивного и непротиворечивого образа России в сознании молодежи может и должен базироваться в первую очередь на создании у нее системы исторических, географических, культурных и политических представлений. Молодых людей необходимо вооружить знаниями о своей стране, научить понимать происходящие в ней процессы. И полагаться на средства массовой информации в этом деле довольно губительно. Необходимо усиливать образовательную и культурно-просветительскую составляющие социализации молодежи, активно формировать вокруг нее содержательно насыщенное гуманитарное пространство, в том числе с помощью ресурсов сети Интернет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Максимова С.Г., Кайзер Н.Ю.** Россия между Востоком и Западом: образ страны в представлениях современной молодежи // Изв. Алтайского гос. ун-та. 2008. № 2 (58). С. 102–106.
2. **Желнина Е.В.** Россия-2050: образ страны по результатам социологического исследования // Вестн. Тамбовского ун-та. Обществ. науки. 2016. Т. 2. № 3 (7). С. 47–55.
3. **Титов В.В.** Национально-государственная идентичность как пространство политических смыслов и образов // Изв. Тульского гос. ун-та. Гуманитарные науки. 2017. № 1. С. 42–54.
4. **Urnov M., Kasamara V.** National Identity of Russian and American Students // Social Sciences. 2017. No. 2. Pp. 39–61. DOI: 10.21557/SSC.48907817.
5. **Титов В.В.** Трансформация «политики идентичности» в постсоветской России (1992–2015) // Вестн. Забайкальского гос. ун-та. 2016. Т. 22, № 10. С. 73–82.
6. **Klandermans P.G.** Identity politics and politicized identities: identity processes and the dynamics of protest // Political Psychology. 2014. Vol. 35, no. 1. Pp. 1–22. URL: <https://doi.org/10.1111/pops.12167>.
7. **Самаркина И.В.** Образ власти в политической картине мира студенческой молодежи // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2011. № 1 (26). С. 87–95.
8. **Чуев С.В., Тимохович А.Н., Гришаева С.А.** Политические ценности российской молодежи: материалы исследования // Власть. 2017. № 11. С. 54–60.
9. **Kasamara V., Sorokina A.** Rebuilt Empire or a New Collapse: Geopolitical Visions of Russian Students // Europe-Asia Studies. 2017. Vol. 69. No. 2. Pp. 262–285. DOI: 10.1080/09668136.2017.1295023.
10. **Kasamara V., Sorokina A., Maximenkova M.** Pride and Shame in Collective Memory of Russian and American Youths // Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity. 2018. Vol. 46, no. 5. Pp. 823–843. DOI: 10.1080/00905992.2017.1381676.
11. **Шестопап Е.Б., Селезнева А.В.** Социокультурные угрозы и риски в современной России // Социол. исслед. 2018. № 10. С. 90–99. DOI: 10.31857/S013216250002161-0.
12. **Палитай И.С.** Методология политико-психологического исследования массового политического сознания в трансформирующихся обществах // Полит. наука. 2016. Спецвыпуск. С. 193–203.
13. **Bodenhausen G.V., Morales J.R.** Social cognition and perception // I. Weiner (Ed.), Handbook of psychology. Hoboken, NJ: Wiley. 2nd ed. 2013. Vol. 5. Pp. 225–246.
14. **Психология политического восприятия в современной России** / под ред. Е.Б. Шестопап. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.
15. **Селезнева А.В., Смутькина Н.В.** Образы стран славянского мира в сознании российских граждан (на примере Украины и Белоруссии) // Русин. 2018. № 4 (54). С. 352–371. DOI: 10.17223/18572685/54/21.

16. **Шестопа́л Е.Б., Смутькина Н.В.** Какой видят свою страну сегодня российские граждане? // *Полития: Анализ. Хроника. Прогноз (Журнал полит. философии и социологии политики)*. 2018. № 2 (89). С. 51–68. DOI: 10.30570/2078-5089-2018-89-2-51-68.
17. **Власть** и лидеры в восприятии российских граждан. Четверть века наблюдений / отв. ред. Е.Б. Шестопа́л. М.: Весь мир, 2019. 656 с.
18. **Евгеньева Т.В., Усманова З.Р.** «Свои» и «чужие»: образы зарубежных государств в контексте восприятия России ее гражданами // *Вестн. Московского ун-та. Сер. 12: Полит. науки*. 2018. № 2. С. 57–75.
19. **Шестопа́л Е.Б., Смутькина Н.В.** Факторы восприятия постсоветских стран в современном обществе // *Полис. Полит. исслед.* 2018. № 1. С. 26–44. DOI: 10.17976/jpps/2018.01.03.
20. **Палитай И.С.** Влияние средств массовой информации на процесс политического восприятия // *Информационные войны*. 2018. № 1 (45). С. 97–100.
21. **Тульчинский Г.Л.** Перспективы российской политической культуры // *Социально-политические науки*. 2014. № 4. С. 11–15.
22. **Арутюнян Л.Н.** Политическая культура: процессы формирования и изменения (о некоторых гипотетических основаниях одной теоретической модели) // *Образы власти в полит. культуре России* / под ред. Е.Б. Шестопа́л. М., 2000. С. 12–27.
23. **Пожидаева Э.О., Телин К.О.** Политическая культура как фактор стабильности политической системы // *Вестн. Московского ун-та. Сер. 12: Полит. науки*. 2016. № 1. С. 91–106.
24. **Miles A.** (Re)genesis of Values: Examining the Importance of Values for Action // *American Sociological Rev.* 2015. Vol. 80. No. 4. Pp. 680–704. DOI: 10.1177/0003122415591800.
25. **Welzel C., Deutsch F.** The Diffusion of Values among Democracies and Autocracies // *Global Policy*. 2016. Vol. 7. No. 4. Pp. 563–570. URL: <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12388>.
26. **Rudnev M., Magun V., Schwartz S.** Relations among higher order values around the world // *J. of Cross-Cultural Psychology*. 2018. Vol. 49, no. 8. Pp. 1165–1182. <https://doi.org/10.1177/0022022118782644>.
27. **Vecchione M., Caprara G.V., Alessandri G.** [et al.]. Personal values and political activism: a cross-national study // *British J. of Psychology*. 2015. Vol. 106. No. 1. Pp. 84–106. DOI: 10.1111/bjop.12067.
28. **Селезнева А.В.** Ценностные детерминанты образа России в сознании россиян // *Междунар. от-*
- ношения*. 2015. № 3. С. 341–347. DOI: 10.7256/2454-0641.2015.3.14814.
29. **Зверев А.Л.** Государственный символизм в образе современной России // *Образы государств, наций, лидеров* / под ред. Е.Б. Шестопа́л. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 87–98.
30. **Щербинин А.И.** Игры с Родиной: к вопросу о технологиях конструирования политической реальности // *Символическая политика. Вып. 2: Споры о прошлом как проектирование будущего* (отв. ред. О.Ю. Малинова). М.: Изд-во РАН, 2014. С. 219–231.
31. **Шестопа́л Е.Б., Зверев А.Л., Пищева Т.Н.** [и др.]. Политико-психологические особенности электорального цикла 2011–2012 гг.: матер. «круглого стола» // *Вестн. Московского ун-та. Сер. 12: Полит. науки*. 2012. № 1. С. 95–114.
32. **Селезнева А.В.** Образ Президента России В.В. Путина в сознании российских граждан // *Рус. политология*. 2018. № 2 (7). С. 4–11.
33. **Sokolov B., Inglehart R.F., Ponarin E.** [et al.]. Disillusionment and Anti-Americanism in Russia: From Pro-American to Anti-American Attitudes, 1993–2009 // *International Studies Quarterly*. 2018. Vol. 62, no. 3. Pp. 534–547. URL: <https://doi.org/10.1093/isq/sqy013>.
34. **Сергеев В.М.** Исторические истоки русской политической культуры // *Полит. исслед.* 2012. № 4. С. 8–22.
35. **Шабров О.Ф.** Духовные основы российской политики // *Открытое образование*. 2011. № 2. С. 155–158.
36. **Пивоваров Ю.С., Фурсов А.И.** «Русская Система» как попытка понимания русской истории // *Полис. Политические исследования*. 2001. № 4. С. 37–48.
37. **Феоктистова О.А., Цуладзе А.М.** Архетипы российской политической ментальности // *Демократия и суверенитет: многообразие истор. опыта*. М.: Идея-Пресс, 2010. С. 97–118.
38. **Евгеньева Т.В., Селезнева А.В.** Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // *Полис. Полит. исслед.* 2016. № 3. С. 25–39. DOI: 10.17976/jpps/2016.03.04.
39. **Путин 3.0:** общество и власть в новейшей истории России / под ред. Е.Б. Шестопа́л. М.: Аргмак-Медиа, 2015. 420 с.
40. **Valizadeh A.** Nation Branding Project and Image Building of Russia: Approaches and Achievements // *Central Eurasia Studies*. 2017. Vol. 10, no. 1. Pp. 221–237. DOI: 10.22059/JCESP.2017.62909.

Селезнева Антонина Владимировна

E-mail: ntonina@mail.ru

Палитай Иван Сергеевич

E-mail: 8321532@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 04.06.2019 г.

REFERENCES

- [1] **S.G. Maksimova, N. Kayzer**, [Russia between East and West: the image of the country in the views of modern youth], *Izvestiya of Altai State Univ.* 2 (58) (2008) 102–106.
- [2] **E.V. Zhelnina**, [Russia-2050: the image of the country according to the results of a sociological study], *Vestnik Tambovskogo univ. Ser. Obshchestvennye nauki*, 3 (7) (2016) 47–55.
- [3] **Titov V.V.**, [National-state identity as a space of political meanings and images], *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo univ. Gumanitarnye nauki*, 1 (2017) 42–54.
- [4] **M. Urnov, V. Kasamara**, National Identity of Russian and American Students, *Social Sciences*, 2 (2017) 39–61. DOI: 10.21557/SSC.48907817.
- [5] **V.V. Titov**, [Transformation of “identity politics” in post-Soviet Russia (1992–2015)], *Vestnik Zabaykal'skogo gosudarstvennogo univ.* 10 (2016) 73–82.
- [6] **P.G. Klandermans**, Identity politics and politicized identities: identity processes and the dynamics of protest, *Political Psychology*, 35 (1) (2014) 1–22. Available at: <https://doi.org/10.1111/pops.12167>.
- [7] **I.V. Samarkina**, [The image of power in the political picture of the world of student youth], *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura*, 1 (26) (2011) 87–95.
- [8] **S.V. Chuev, A.N. Timokhovich, S.A. Grishaeva**, [Political values of Russian youth: research materials], *Vlast'*, 11 (2017) 54–60.
- [9] **V. Kasamara, A. Sorokina**, Rebuilt Empire or a New Collapse: Geopolitical Visions of Russian Students, *Europe-Asia Studies*, 69 (2) (2017) 262–285. DOI: 10.1080/09668136.2017.1295023.
- [10] **V. Kasamara, A. Sorokina, M. Maximenkova**, Pride and Shame in Collective Memory of Russian and American Youths, *Nationalities Papers, The Journal of Nationalism and Ethnicity*, 46 (5) (2018) 823–843. DOI: 10.1080/00905992.2017.1381676.
- [11] **E.B. Shestopal, A.V. Selezneva**, [Sociocultural threats and risks in modern Russia], *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 10 (2018) 90–99. DOI: 10.31857/S013216250002161-0.
- [12] **I.S. Palitay**, [Methodology of political and psychological research of mass political consciousness in transforming societies], *Politicheskaya nauka, Special iss.* (2016) 193–203.
- [13] **G.V. Bodenhausen, J.R. Morales**, Social cognition and perception, in: I. Weiner (Ed.), *Handbook of psychology*. Hoboken, NJ: Wiley. 2nd ed., 5 (2013), pp. 225–246.
- [14] **Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoy Rossii** [Psychology of political perception in modern Russia], ROSSPEN, Moscow, 2012.
- [15] **A.V. Selezneva, N.V. Smul'kina**, [The images of the countries of the Slavic world in the minds of Russian citizens (on the example of Ukraine and Belarus)], *Rusin.* 4 (54) (2018) 352–371. DOI: 10.17223/18572685/54/21.
- [16] **E.B. Shestopal, N.V. Smul'kina**, [How do Russian citizens see their country today?], *Politiia: Analiz. Khronika. Prognoz (Zhurnal politicheskoi filosofii i sotsiologii politiki)*, 2 (89) (2018) 51–68. DOI: 10.30570/2078-5089-2018-89-2-51-68.
- [17] **Vlast' i lidery v vospriyatii rossiyskikh grazhdan. Chetvert' veka nablyudenii** [Power and leaders in the perception of Russian citizens. A quarter of a century of observations], *Ves' Mir*, Moscow, 2019.
- [18] **T.V. Evgen'eva, Z.R. Usmanova**, [“Their” and “alien”: images of foreign states in the context of the perception of Russia by its citizens], *Vestnik Moskovskogo univ. Ser. 12: Politicheskie nauki.* 2 (2018) 57–75.
- [19] **E.B. Shestopal, N.V. Smul'kina**, [Perception factors of the post-Soviet countries in modern society], *Polis. Politicheskie issledovaniia*, 1 (2018) 26–44. DOI: 10.17976/jpps/2018.01.03.
- [20] **I.S. Palitay**, [The influence of the media on the process of political perception], *Informatsionnye voyny*, 1 (45) (2018) 97–100.
- [21] **G.L. Tul'chinskiy**, [Prospects of the Russian political culture], *Sotsial'no-politicheskie nauki*, 4 (2014) 11–15.
- [22] **L.N. Arutyunian**, *Politicheskaya kul'tura: protsessy formirovaniya i izmeneniya (o nekotorykh gipotezicheskikh osnovaniyakh odnoy teoreticheskoy modeli)* [Political culture: the processes of formation and change (on some hypothetical foundations of a theoretical model)], in: *Obrazy vlasti v politicheskoy kul'ture Rossii* [Images of power in the political culture of Russia], Moscow, 2000, pp. 12–27.
- [23] **E.O. Pozhidaeva, K.O. Telin**, [Political culture as a factor in the stability of the political system], *Vestnik*

Moskovskogo univ. Ser. 12: Politicheskie nauki, 1 (2016) 91–106.

[24] **A. Miles**, (Re)genesis of Values: Examining the Importance of Values for Action, *American Sociological Review*, 80 (4) (2015) 680–704. DOI: 10.1177/0003122415591800.

[25] **C. Welzel, F. Deutsch**, The Diffusion of Values among Democracies and Autocracies, *Global Policy*, 7 (4) (2016) 563–570. Available at: <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12388>.

[26] **M. Rudnev, V. Magun, S. Schwartz**, Relations among higher order values around the world, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 49 (8) (2018) 1165–1182. Available at: <https://doi.org/10.1177/0022022118782644>

[27] **M. Vecchione, G.V. Caprara, G. Alessandri, S.H. Schwartz, H. Schoen, J. Cieciuch, J. Silvester, P. Bain, G. Bianchi, H. Kirmanoglu, C. Baslevent, C. Mamali, J. Manzi, V. Pavlopoulos, T. Posnova, C. Torres, M. Verkasalo, J.-E. Lönnqvist, E. Vondráková, C. Welzel** [et al.]. Personal values and political activism: a cross-national study, *British Journal of Psychology*, 106 (1) (2015) 84–106. DOI: 10.1111/bjop.12067.

[28] **A.V. Selezneva**, [Value Determinants of the Image of Russia in the Consciousness of the Russians], *Mezhdunarodnye otnosheniia*, 3 (2015) 341–347. DOI: 10.7256/2454-0641.2015.3.14814.

[29] **A.L. Zverev**, Gosudarstvennyy simvolizm v obraze sovremennoy Rossii [State symbolism in the image of modern Russia], in: *Obrazy gosudarstv, natsiy, liderov* [Images of states, nations, leaders], Moscow, 2008, pp. 87–98.

[30] **A.I. Shcherbinin**, Iгры s Rodinoy: k voprosu o tekhnologiyakh konstruirovaniya politicheskoy real'nosti [Games with the Motherland: on the issue of technologies for constructing political reality], in: *Simvolicheskaiia politika, no. 2: Spory o proshlom kak proyektirovaniye budushchego* [Symbolic politics. Iss. 2: Disputes about the past as the design of the future], Moscow, 2014, pp. 219–231.

[31] **E.B. Shestopal, A.L. Zverev, T.N. Pishcheva, T.V. Evgen'eva, A.V. Selezneva, I.S. Palitay** [et al.], [Political and psychological features of the electoral cycle of 2011–2012: materials of the round table], *Vestnik Moskovskogo univ. Ser. 12: Politicheskie nauki*, 1 (2012) 95–114.

[32] **A.V. Selezneva**, [The image of the President of Russia V.V. Putin in the minds of Russian citizens], *Russkaya politologiya*, 2 (7) (2018) 4–11.

[33] **B. Sokolov, R.F. Inglehart, E. Ponarin, I. Vartanova, W. Zimmerman**, Disillusionment and Anti-Americanism in Russia: From Pro-American to Anti-American Attitudes, 1993–2009, *International Studies Quarterly*, 62 (3) (2018) 534–547. Available at: <https://doi.org/10.1093/isq/sqy013>.

[34] **V.M. Sergeev**, [Historical origins of Russian political culture], *Politicheskiye issledovaniya*, 4 (2012) 8–22.

[35] **O.F. Shabrov**, [Spiritual Foundations of Russian Policy], *Otkrytoe obrazovanie*, 2 (2011) 155–158.

[36] **Iu.S. Pivovarov, A.I. Fursov**, [“Russian System” as an attempt to understand Russian history], *Polis. Politicheskie issledovaniya*, 4 (2001) 37–48.

[37] **O.A. Feoktistova, A.M. Tsuladze**, Arkhetipy rossiyskoy politicheskoy mental'nosti [The archetypes of the Russian political mentality], in: *Demokratiya i suverenitet: Mnogoobraziye istoricheskogo opyta* [Democracy and sovereignty: The diversity of historical experience], Moscow, 2010, pp. 97–118.

[38] **T.V. Evgen'eva, A.V. Selezneva**, [The Soviet past in the value and figurative-symbolic space of Russian identity], *Polis. Politicheskie issledovaniya*, 3 (2016) 25–39. DOI: 10.17976/jpps/2016.03.04.

[39] **Putin 3.0: obshchestvo i vlast' v noveyshey istorii Rossii** [Putin 3.0: society and power in the modern history of Russia], Moscow, 2015.

[40] **A. Valizadeh**, Nation Branding Project and Image Building of Russia: Approaches and Achievements, *Central Eurasia Studies*, 10 (1) (2017) 221–237. DOI: 10.22059/JCEP.2017.62909.

Selezneva Antonina V.

E-mail: ntonina@mail.ru

Palitay Ivan S.

E-mail: 8321532@gmail.com

Received 04.06.2019.