

ИМИДЖ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ МОЛОДЕЖИ

СТРИЖАК Игорь Андреевич

магистрант

МАРКУНИН Роман Сергеевич

кандидат юридических наук, доцент

Саратовская государственная юридическая академия

г. Саратов, Россия

В статье исследуется имидж современной России в представлении российской молодежи. На основе проведенного исследования выявляются доминирующие стереотипы, ценностные ориентиры и перспективы развития страны в молодежной среде. Работа анализирует влияние средств массовой информации, образовательных учреждений и политических процессов на формирование имиджа России у молодого поколения. Результаты исследования представляют интерес для специалистов в области социологии, политологии и маркетинга, а также для всех, кто заинтересован в понимании взглядов молодежи на современную Россию.

Ключевые слова: имидж, современная молодежь, государство, правовая система.

В современном мире имидж государства – важная составляющая формирования общественно-политического сознания подрастающего поколения и молодежи, представляющая собой ценность государственно-значения. По мнению М.С. Озмания, «позитивное восприятие государства на международной арене является залогом успеха масштабных политических и экономических преобразований, проводимых в стране как части мирового пространства» [5]. Формирование положительного имиджа России – весьма актуальная задача в настоящее время, требующая учета особенностей и воздействия на молодежь, обладающую такими качествами, как независимость мышления, смелость в выражении своего мнения и стремление к самореализации, что определяет перспективы развития страны. Современное поколение молодых людей воспринимает мир иначе, активно заявляет о себе, отстаивая справедливость и правду. Именно молодежь способна эффективно представлять страну в позитивном свете.

Молодежь, как известно, является особой социально-демографической группой, во многом определяющей характер международных отношений в будущем. Согласно исследованиям Левада-центра, «отсутствие анализа особенностей восприятия имиджа РФ молодежью и их игнорирование в процессе работы с данной целевой аудиторией ведет к тому, что попытки формирования положительного имиджа государства в глазах молодого поколения оста-

нутся безуспешными» [3]. Следует отметить, что «современная молодежь проявляет меньший интерес к политическим вопросам по сравнению с представителями среднего и старшего поколения. Молодые люди реже интересуются политикой, неохотно участвуют в политических мероприятиях и т. д. Однако они обладают большим опытом взаимодействия с другими культурами, чаще бывают за границей, владеют иностранными языками» [3].

По мнению И.В. Лябухова, «имидж страны представляет собой комплекс объективных, взаимосвязанных характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе развития государственности как сложной, многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов» [4].

Кроме того, имидж страны – это «набор убеждений и ощущений людей, возникающих по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических особенностей государства. Субъективное представление молодежи о стране может формироваться как на основе непосредственного личного опыта (например, проживания на ее территории), так и опосредованно – из рассказов очевидцев, материалов СМИ и других источников» [2].

Следует отметить, что «имидж страны включает в себя ряд элементов, среди которых: история государства; его культура и искусство; инструменты продвижения (реклама, связи с общественностью); менталитет и национальные особенности населения; национальная идея; туризм; научно-технический потенциал и инновационный климат; ресурсный и инвестиционный потенциал; миграция рабочей силы; внешний образ страны; стратегия ее развития; внешняя политика; публикуемые статистические данные; международные рейтинги и прочее» [2].

По мнению отечественных ученых (М.Г. Анохиной, М.А. Бочановой, О.Е. Гришиной, В.Н. Давыдова, В.А. Глебовой и др.), существуют «внутренние (благосостояние населения, соблюдение конституционных прав граждан, уровень коррупции, преступности, теневого сектора экономики, социальное самочувствие) и внешние (внешняя политика, национальные интересы и приоритеты, членство в международных организациях, развитие отношений со стратегическими партнерами и др.) факторы формирования имиджа» [1].

По мнению М.А. Бочанова, Н.П. Старых, «имидж представляет собой динамичную коммуникативную основу позиционирования власти, поддающуюся управлению, корректировке и адаптации к ожиданиям общественности» [2]. Именно позитивный имидж является условием успешного функционирования органов государственной власти, ее руководства и государства в целом. Ученые определяют следующие «этапы формирова-

ния и продвижения имиджа страны, и соответствующие направления деятельности:

– формирование позитивного имиджа страны, ее государственных структур и их эффективной деятельности, подразумевающей, что общество, средства массовой информации и политическое руководство должны иметь четкое представление о состоянии государственного аппарата и степени его готовности к выполнению актуальных политико-управленческих задач;

– поддержание высокого престижа государственной службы и государственных институтов, что является неотъемлемой частью работы по обеспечению государственного аппарата необходимыми кадровыми и финансовыми ресурсами;

– обеспечение открытости государства для общества в отношении принимаемых политических, финансовых и информационных решений;

– содействие политическому образованию молодежи для осуществления эффективного гражданского контроля над государством» [2].

Таким образом, формирование имиджа страны – это комплексная задача, включающая в себя множество различных аспектов и направлений. Важнейшим шагом на пути к позитивному имиджу страны является создание благоприятной атмосферы внутри государства и проведение информационно-просветительской работы среди молодежи, влияющей на позитивное их восприятие и формирование положительного образа страны на международной арене.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анохин М.Г. и др. Политика. XXI век. Инновационные технологии // Монография / под общей редакцией М.Г. Анохина, В.М. Платонова, О.Е. Гришина. – М., 2013. – 436 с.
2. Бочанов М.А., Старых Н.П. Имидж России в современных геополитических условиях // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – № 2. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-rossii-v-sovremenennih-geopoliticheskikh-usloviyah> (дата обращения: 18.02.2025).
3. Левада-центр. Аналитический центр Юрия Левады // Официальный сайт. – URL:<https://www.levada.ru/> (дата обращения: 02.02.2025).
4. Лябухов И.В. Формирование позитивного имиджа Российской Федерации на международной арене: возможности и потенциал МИД России // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2012. – № 3(19). – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-pozitivnogo-imidzha-rossiyskoy-federatsii-na-mezhdunarodnoy-arene-vozmozhnosti-i-potentsial-mid-rossii> (дата обращения: 12.02.2025).
5. Озманиян М.С. Имидж современной России в представлении евразийской молодежи в период сирийского кризиса // Вестник экономики, права и социологии. – 2019. – № 3. –

T. 2. – C. 125-29.

IMAGE OF MODERN RUSSIA AS PERCEIVED BY YOUNG PEOPLE

STRIZHAK Igor Andreevich

Undergraduate Student

MARKUNIN Roman Sergeevich

Candidate of Sciences in Jurisprudence, Associate Professor

Saratov State Law Academy

Saratov, Russia

The article studies the image of modern Russia in the perception of Russian youth. On the basis of the conducted research the dominant stereotypes, value orientations and prospects of development of the country in the youth environment are revealed. The work analyses the influence of mass media, educational institutions and political processes on the formation of the image of Russia among the young generation. The results of the study are of interest to specialists in the field of sociology, political science and marketing, as well as to all those interested in understanding the views of young people on modern Russia.

Keywords: image, modern youth, state, legal system.