

ПОЛИТИКА И СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА ЖИЗНИ ОБЩЕСТВА

DOI: 10.19181/2308829X-2020-3.1
УДК 316.613.4

Н. П. Сащенко

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ МОЛОДЁЖИ О РОССИИ: ПРОБЛЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ

Сащенко Наталья Петровна, кандидат психологических наук, доцент, старший научный сотрудник, Институт социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Москва, Россия).

E-mail: nsaschenko@mail.ru
AutorID ПИНЦ: 168978

Аннотация. В статье рассматривается связь между социальными представлениями о своей стране, национально-государственной (русской) идентичностью и устойчивостью государства. Проанализированы результаты эмпирического исследования социальных представлений о России молодых пользователей социальных сетей с разными идеологическими предпочтениями и социально-политическими настроениями через изучение системы образов и символов, ассоциирующихся в сознании молодёжи с понятием «Россия». Выявлены структура социальных представлений о России, содержание ядра и периферических зон, эмоциональная оценка исследуемой категории.

Ключевые слова: социальные представления, Россия, молодёжь, прототипический анализ, ассоциативный эксперимент, российская идентичность

Цитирование: Сащенко Н. П. Структура социальных представлений молодёжи о России: проблема идентичности / Н. П. Сащенко // Наука. Культура. Общество. 2020. Том 26. № 3. С. 8-18. DOI: 10.19181/2308829X-2020-3.1

STRUCTURE OF YOUNG PEOPLE'S SOCIAL PERCEPTIONS OF RUSSIA: THE PROBLEM OF IDENTITY

Natalya P. Sashchenko, Candidate of Psychological Science, Senior Researcher, Institute of Socio-Political Research FCTAS RAS (Moscow, Russia).

E-mail: nsaschenko@mail.ru
ORCID ID: 0000-0002-0632-9937

Abstract. The article examines the relationship between social perceptions of one's country, national-state (Russian) identity, and the stability of the state. We analyzed the results of empirical studies of social perceptions of young users of social networks with different ideological preferences and socio-political attitudes through the study of a system of

images and symbols associated in the minds of youth the notion of "Russia". The structure of social representations about Russia, the content of the core and peripheral zones, and the emotional assessment of the studied category are revealed.

Keywords: social perceptions, Russia, youth, prototypical analysis, associative experiment, Russian identity

For citation: Sashchenko N. P. (2020) Structure of young people's social perceptions of Russia: the problem of identity. Science. Culture. Society. Vol. 26. № 3. P. 8-18. DOI: 10.19181/2308829X-2020-3.1

Можно ли идентифицироваться со своей страной, не имея теплых чувств к ней, прошлому (истории) своей страны и не разделяя общих ценностей? Этот вопрос и определяет объект исследования. Актуальность исследования продиктована неослабевающим интересом научного сообщества к проблеме национально-государственной идентичности, наблюдаемым сегодня тенденциям постепенной поляризации общества по типу «свой» – «чужой», противопоставления понятий страна и государство, фрагментацию идентичности по модели «все против всех» и замкнутость структур гражданского общества в рамках отдельных ниш¹, дальнейшего экономического расщепления и социального разобщения общества в условиях ограничений, связанных с пандемией. Социальные представления, являясь неотъемлемой частью социального мышления, испытывают непосредственное влияние любых изменений глобального контекста, что проявляется в изменении их содержания. Предполагается, что существует связь между социальными представлениями о своей стране, национально-государственной (российской) идентичностью и устойчивостью государства.

¹ Из выступления Т. В. Евгеньевой на экспертном семинаре по проекту ГК «Росатом» и факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова на тему «Взаимодействие общества, власти и госкорпораций в условиях режима повышенной готовности: доверие, ответственность, солидарность». 30.09.2020 г. URL: <http://ruspolitology.ru/sobytiya/10447/> (дата обращения: 26.10.2020).

Концептуально мы исходим из того, что российская идентичность формируется в контексте политической, историко-культурной и геополитической динамики. Активная роль в процессе её конструирования сегодня принадлежит государству, политическим акторам, интеллектуальной элите. Позитивное же восприятие своей страны в массовом сознании является основным критерием адекватности сконструированных концептов. Теоретико-методологическое основание для исследования идентификационных образов своей страны было почерпнуто из теорий политической социологии, политической психологии, социальной психологии. Для нас важна интерпретация российской идентичности как государственно-гражданской, включающей ответственность за дела в стране, готовность участвовать в политической жизни во имя интересов граждан страны [1–3]. С участием Л. М. Дробижевой в Стратегию государственной национальной политики на период до 2025 года, подписанной Президентом РФ в декабре 2012 г., были добавлены определения ряда понятий, в том числе, общероссийской гражданской идентичности. Она толкуется как «осознание гражданами Российской Федерации их принадлежности к своему государству, народу, обществу, ответственности за судьбу страны, необходимости соблюдения гражданских прав и обязанностей, а также приверженность

базовым ценностям российского общества»². Важен подход к исследованию российской гражданской идентичности в рамках теоретической модели политического восприятия школы Е. Б. Шестопаля, где глубина содержания национально-государственной идентичности раскрывается через исследование «психологической само-ассоциации личности с геополитическим образом определенного национально-государственного конструкта», ценностей и символических репрезентаций [4–5]. Теория социальных представлений С. Московичи [6] была выбрана для определения смысловых рамок восприятия социальной реальности, формирующихся фреймов и нарративов коллективной памяти, элементов социального мышления в форме социальных представлений, задающих в конечном счете, направленность изменений социальных представлений о своей стране и влияющих на устойчивость процесса социальной и гражданской идентификации. В трактовке С. Московичи «социальное представление» – это «особая форма коллективного знания, социально сконструированного, разделяемого индивидами, входящими в сообщество, и служащего для повседневного практического применения» [7, с. 379]. Цель нашего исследования предполагала изучение в рамках структурного подхода Ж.-К. Абрика [8–9] системы образов и символов, ассоциирующихся в сознании молодежи с понятием «Россия». Была применена методика свободных ассоциаций, для

обработки результатов которой мы воспользовались прототипическим анализом по П. Вержесу [10]. В российской науке уже более двух десятилетий учёные применяют технику прототипического анализа П. Вержеса благодаря, прежде всего, работам Т. П. Емельяновой [11], по существу, открывшей этот метод для российской психологии.

В статье анализируются результаты эмпирического исследования социальных представлений о России, выполненного по инициативе автора в рамках Госзадания Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН в 2020 году.

Методы исследования. Основной метод исследования – опрос. Была разработана анкета, направленная на выявление социальных представлений о России. Дополнительно в анкету были включены вопросы на выявление социально-политических настроений, интересов, идеологических предпочтений и социального самочувствия.

Методы сбора и обработки данных. Опрос проходил в период изоляции, в июне 2020 года, в режиме онлайн среди пользователей социальных сетей Facebook и ВКонтакте с применением инструментов Google-Form³. Выборку исследования составили 365 человек в возрасте от 14 до 35 лет. Было получено 2035 ассоциаций (заданное число ассоциаций без ограничений грамматического или семантического характера), выборка отремонтирована и приведена в соответствие со статистическими показателями. Предварительная обработка

² «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года»: Указ Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666 // Официальный сайт Президента РФ. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/36512> (дата обращения 29.09.2020).

³ Опрос проведён в рамках дипломного проекта в РАНХиГС при Президенте РФ по инструментарию, разработанному автором статьи. Организатором опроса выступила выпускница кафедры политологии и политического управления Д. Алумянц, научный руководитель проф. Л. Н. Тимофеева.

сырых данных, качественный контент-анализ (чистка массива от повторов, преобразование первичных ассоциаций к понятиям в именительном падеже, объединение близких по значению и смыслу ассоциаций в более обобщенные понятия, кодирование понятий по семантическому основанию, присвоение индикаторов) проводилась вручную, в программе MS Excel (см. табл. 1).

Таблица 1
Результаты предварительной обработки

Характеристики	Значение
Общая численность слов – ассоциаций после ремонта	1849
Средняя численность слов по респондентам	5,16
Количество слов и словосочетаний в словаре понятий	384
Число, необходимое для преодоления рангомизированного распределения	5
Зачение р-уровень значимости	0,05

Подверглись анализу в первую очередь часто встречающиеся ассоциации, а именно те, которые упоминались 10% респондентов. Эта часть составила 46,07% от общего числа предложенных понятий. В этом случае средний ранг ассоциации составил – 2,56, частота – 7,4. Для математической обработки данных применялись программы IBM SPSS Statistics 25, для качественно-количественного контент-анализа ассоциаций, в том числе эмоционального содержания представлений о России – программа QDA Miner Lite.

Процедура анализа социальных представлений. После предварительной обработки сырых данных (ассоциаций) полученные данные участников исследования, следуя логике теории «ядра и периферии», были подвергнуты прототипическо-

му (рангово-частотному) анализу по П. Вержесу. Метод позволяет выявить ядро, периферию и потенциальную зону изменений социального представления, основываясь на анализе частоты и ранга ассоциаций. Для попадания в ядро социального представления (I зона) существуют два условия: первое – показатель частоты должен превышать медианное значение по группе, второе – ассоциация должна упоминаться в первую очередь, то есть ранг упоминания должен быть меньше среднего по группе. Остальные зоны структуры социального представления представляют собой буферные зоны (II и III) или две зоны потенциальных изменений и собственно периферическую зону (IV). Ассоциации в них распределяются по основанию частоты упоминания каждого понятия с вычислением медианы и среднего ранга появления ассоциации, отражающего очередность его упоминания. Условия включения понятия в ту или иную зону социального представления отражены в таблице 2. Элементы ядра и периферии социального представления составили 28,5% от всех высказанных ассоциаций.

Таблица 2
Условия включения понятия в ту или иную зону социального представления
(по массиву от июня 2020 года)

Элементы структуры социального представления	Условия включения понятия
Ядро социального представления	Зона 1. Частота $\geq 7,4$; средний ранг $< 2,56$
Потенциальная зона изменений социального представления (две подгруппы)	Зона 2. Частота $< 7,4$; средний ранг $< 2,56$
	Зона 3. Частота $\geq 7,4$; средний ранг $\geq 2,56$
Собственно периферическая система социального представления	Зона 4. Частота $< 7,4$; средний ранг $\geq 2,56$

После применения ряда математических процедур мы получаем состоящую из четырех зон структуру социальных представлений группы: устойчивое ядро и подверженную изменениям периферию (таблица 3).

Таблица 3

Элементы, образующие ядро и периферию представлений о России (молодежь от 14 до 35 лет, июнь, 2020)

Частота ассоциаций	Средний ранг	
	< 2,56	≥ 2,56
≥ 7,4	<p>Зона 1. Гордость (11; 2,4) Дом (47; 2,4) Страна (119; 2,4)</p>	<p>Зона 3. Великая (17; 3,0) Будущее (9; 2,8) Держава (14; 2,8) Жизнь (10; 2,8) Любовь (12; 2,8) Место (18; 2,8) Мой-моя-наша (61; 2,8) Огромная (16; 2,8) Путин (17; 3,0) Родина (105; 3,0) Родные -ая-ой (11; 2,8) Семья (11; 2,8) Сила, сильное (18; 2,8) Государство (24; 3,0) Природа (9; 2,8)</p>
< 7,4	<p>Зона 2. Большая (6; 2,5) Возможности (7; 1,8) Дно (2; 1,8) Застой (2; 1,8) История (3; 2,4) Коррупция (3; 2,4) Потенциал (5; 2,4) Страх (3; 2,4) Ресурсы (5; 1,8)</p>	<p>Зона 4. Граждане (5; 2,6) Надежда (5; 2,6) Несправедливость (5; 2,6)</p>

Примечание. В скобках указана частота встречаемости и значение среднего ранга термина.

По замечанию профессора Бовинной И. Б. о значимости каждой из зон социального представления [12, с. 78], элементы ядра придают смысл всему представлению и имеют наибольшее

количество связей с остальными элементами. В свою очередь, периферия – наиболее подвижная, изменчивая часть представления – выполняет второстепенную роль, за счет периферической части осуществляется связь ядра представления с реальностью, задает контекст представления.

Результаты исследования и обсуждение. В целом для сознания исследуемой группы молодежи характерны противоречивость, определенная размытость и неустойчивость. Выявлены различия в социальных представлениях молодежи разных профессиональных и половозрастных категорий, а также обнаружены различия в значимости и валентности элементов зоны «ядра».

Зона ядра социальных представлений о России по нашим результатам представлена тремя понятиями («страна», «дом», «гордость») с одинаковыми средними рангами появления в списках. Частотность выше у понятия страна. К тому же, во всем массиве ассоциация «страна» связана с различными по смыслу ассоциациями и несет разную смысловую нагрузку. Группировка ассоциаций в понятия показала, что страна воспринимается в двух смыслах: страна как территория и страна как дом. Характеристики страны как территории попали в зону 3 и 2 – зоны потенциальных изменений, и они конкретизируют элементы первой зоны ядра. В эти зоны попали такие характеристики как «огромная», «большая», «ресурсы», «потенциал», «возможности», «сила», «любовь», «держава». В зоне ядра остались понятия «дом» и «гордость», как отражение теплого, трепетного отношения к своей стране, с сохранившимся чувством гордости за все достижения.

Обратившись ко всему массиву, отметим, что ассоциации «Россия-страна» и «Россия-государство» представлены почти в равной мере, причём с позитивной и негативной коннотациями соответственно («страна возможностей», «богатая страна», но «государство», где преобладают «упадок», «разруха», «коррупция»). О противопоставлении понятия «страна» и «государство» в ценностно-символическом пространстве сознания современной молодёжи писала ещё в 2019 году Т. В. Евгеньева [5, с. 189] по итогам исследования на другой выборке и с другой целью. По результатам ее исследования восприятия студенчеством образа России сознание молодежи характеризовалось расширением и поляризацией содержания идентификационных процессов, эмоциональной противоречивостью, в рамках которых проявляется противопоставление понятий страна и государство, народ и чиновники, гражданское общество и государство.

Понятия «родина», «великая», «Путин», «государство» присутствуют в представлении молодежи о России, и они имеют высокую частоту упоминания. Но ранг их появления не позволяет говорить о том, что «родина» и «государство» являются ключевым элементом, вокруг которого формируется представление респондентов о России. Эти понятия также не вошли в зону ядра, а попали в первую, в зону потенциальных изменений. Кроме того, в число элементов первой периферической системы, составляющих потенциальную зону изменения, по убыванию частоты упоминания ассоциаций попали также следующие понятия: моя/наша, место, родная, семья, жизнь, будущее, страх, коррупция, история, застой, дно.

Подвижность и пластичность периферической системы проявляется в связи ядра представлений с реальностью. Элементы этой зоны конкретизируют элементы ядра представлений. Сюда «перетекают» ассоциации, не актуализированные в сознании, а точнее, вытесненные более актуальными образами. Второстепенная роль зоны потенциальных изменений как живой, конкретной, подвижной части представления, защищающей ядро, в данном случае помогает определить те ассоциации, чувства, образы, которые отчасти утратили на сегодняшний день свою актуальность (это такие характеристики России как державность, величие, родина, Путин, государство). Но в том и неустойчивость, пластичность этой зоны, что в изменяющейся реальности ядро представлений тонко отражает имплицитные структуры сознания и показывает вектор возможных изменений. Совсем недавно, в 2012 году, в исследовании образа России учеными из МГУ им. М. В. Ломоносова было отмечено, что зона ядра представления о России образована элементами, имеющими геополитическую и экономическую коннотации: большая территория, Родина, В. В. Путин, нефть, богатство ресурсов, газ, природа, сила [13, с. 63–64]. Трудно однозначно утверждать, что в нашем исследовании похожие элементы перешли в первую зону потенциальных изменений из ядра, для утверждения необходимо смотреть динамику изменений на одной выборке. Тем не менее, возможность прогноза изменений структуры социального представления с помощью данной методики реальна [14, с. 110]. Ассоциации из зоны потенциального изменения социального представления являются

возможным источником трансформации представлений в конкретной группе и через определенный период времени, при определенных условиях смогут стать ядерной частью социального представления какой-то группы общества. Согласно модели трансформации социальных представлений К. Фламена, степень трансформации поля представления может быть различной – от изменения его периферических элементов до радикальных изменений, затрагивающих центральное ядро [15].

Зона ядра связана также и с элементами второй, или собственно периферической системы представления. Собственно периферическая система представления образована понятиями: граждане, надежда, несправедливость. За счет этой зоны осуществляется связь ядра представления с реальностью, где контекст социального представления в нашем случае воспринимается и окрашивается противоположными коннотациями – недовольство несправедливостью, возмущение ухудшающимся положением граждан и одновременно, надежда на изменения, надежда на улучшение к лучшему.

Для выявления большего количества базовых идей, к которым обращаются респонденты, описывая свои чувства, мысли и ассоциации, необходимо обратиться к результату контент-анализа высказываний. Это вызвано тем, что контент-анализ охватывает все ассоциации, а прототипическая методика лишь те, которые называют, по меньшей мере, 10% испытуемых. Контент-анализ **эмоционального содержания высказываний** респондентов показал почти раздвоенность чувственного отношения к категории «Россия» (см. табл. 4). С небольшим перевесом преобладают

ассоциации с позитивно окрашенным тоном высказывания о России по сравнению с негативно окрашенными ассоциациями (47,4% позитивных эмоций и 32,1% – негативных эмоций, при 20,5% ровного, нейтрального эмоционального тона высказываний о России).

Таблица 4

**Результат контент-анализа
эмоциональной окраски ассоциаций
к понятию-стимулу «Россия»**

Категория	Тон	%
Эмоциональный тон	Позитивный	47,4
	Нейтральный	20,5
	Негативный	32,1

В позитивно окрашенном тоне 35% молодых людей называют Россию Родиной, 12,5% – домом. Отмечается, что с ней связано детство и юношество, семья и друзья. Также из традиционных ассоциаций присутствуют природа, большая территория, культура, народ, традиции, экономические ресурсы. Эпитеты, которые дают респонденты в этой категории – сильная, независимая, развивающаяся, прогрессивная, суверенная, великая, богатая. Встречаются и чувственные категории: из них преобладают «любовь» (7,5%) и «гордость» (3,6%), прослеживается сочувствие к пережитой истории и существующим проблемам. Довольно часто отмечается возможность потенциального развития страны: с одной стороны, молодые люди замечают значительные перемены, выражают позитивные эмоции по отношению к этим переменам, а с другой – говорят о надежде и желании, видеть рост благосостояния, процветания государства, так как есть все необходимые предпосылки. Несмотря ни на что, часть молодежи заяв-

ляет, что Россия – «страна возможностей» (2,8%) и место, где они хотят работать и создавать семью.

Интересно отметить, что, анализируя три возрастные категории на предмет процентного соотношения выражающих оптимизм к общему числу представителей категории, результат дал близкий процент по группам: младшая, средняя, старшая молодежные группы имеют по 70,3%; 69,4% и 71,6% позитивно настроенных граждан.

Однако не мал процент высказываний в **негативном тоне** – 32,1 %. В данном блоке эмоциональный тон падает – появляются тревоги, разочарования, страх, гнев, бессилие, равнодушие, безысходность. Ситуация в стране определяется следующими ассоциациями: упадок, разруха, застой, хаос, гибель, кризис, стагнация, разрыв. Здесь Россия описывается как несчастная, сомнительная, уставшая, злая, отвратительная, несправедливая, вороватая, бандитская, бедная. Несколько человек также изъявляют желание покинуть страну. В **нейтральном тоне** (20,5%) высказаны такие ассоциации как: «это просто страна», «просто государство», «место, где я живу, не более того» и т.д.

Молодые люди выделяют достаточно широкое **проблемное поле**: коррупция, кумовство, неэффективность и несменяемость власти, олигархия, мнимая демократия, беззаконие, несправедливость, отсутствие развития в малых городах и порядка, ограничение прав, свободы, нетолерантность, гомофобия и другие. Среди **актуальных потребностей** молодых людей больше всего выражена потребность в социальной и гражданской идентичности (12,4% из 100%). Это отражено в желании работать в стране, гордиться ею, быть

ей полезными, но только в той стране, где государство слышит граждан, органы власти неподкупны, не допускают беззаконие и несправедливость, а люди добры, открыты, не запуганы, готовы помогать друг другу, реализуют потенциал страны.

В равной мере существует запрос на безопасность и достижение (по 5,2% соответственно), связанный с сохранением и улучшением уровня жизни и обеспечением уверенности в будущем. В большей степени суждения довольно категоричные, однако присутствуют и надежды молодых людей, что при определенных условиях (смена власти, установление демократии, изменение работы политических институтов, поиск своего пути, национализация стратегических предприятий и т.д.) у страны есть шанс удовлетворить потребности населения, выйти на новый уровень развития.

Среди представителей разных возрастных групп пессимистично настроены в большей степени представители средней возрастной группы (41,8%) – лица от 18 до 25 лет, которые составляют «ядро» молодого поколения, основной движущей силой развития и процесса модернизации. Такие результаты могут свидетельствовать о начинающемся кризисе национально-государственной идентичности российской молодежи. Этот вывод находит подтверждение и в том факте, что около 10% молодежи, в первую очередь, характеризуют Россию только как «страну», не давая дополнительных комментариев, ассоциаций, мыслей, а еще 2,5% затрудняются что-либо ответить. Однако большинство считает свою страну родиной, домом, желает ей процветания и обретения величия. Это позволяет сделать вывод, что

данный кризис еще может быть преодолен.

Выводы. В целом для сознания исследуемой группы молодежи характерны противоречивость, определенная размытость и неустойчивость. В структуре полученных социальных представлений, «ядро», составляют те идеи, которые отражают коллективную память молодежной группы, устойчивы и разделяются большинством группы. В этой зоне представлены ассоциации России с домом, страной, гордостью, конкретизированные ассоциациями с родиной, любимой страной, богатой и красивой страной. При этом ассоциации «Россия-страна» и «Россия-государство» представлены почти в равной мере, причём с позитивной и негативной коннотациями соответственно. В «периферическую зону», отражающую не единство группы, а напротив, ее гетерогенность, многообразие идей и представлений ее членов вошли ассоциации с чувственными категориями. В данном блоке эмоциональный тон снижен – появляются тревоги, разочарования, страх, бессилие, равнодушие, но также надежда на изменение и улучшение в будущем. Потенциальная зона изменений, в так называемом буферном поле периферийной зоны,

представлена как оптимистичными элементами державной коннотации, так и пессимистичными элементами политической коннотации. Однако, эта зона изменчива, противоречива, чувствительна к актуальному контексту ее существования, выполняя тем самым функции адаптации к реальностям сегодняшней жизни, защиты ядра, тем самым оставляя шанс для оптимизма.

Востребованность подобного рода исследований обусловлена растущей социально-политической рискогенностью глобальных технологических процессов. Исследование носит характер междисциплинарного и помогает найти ответы на вопросы, которые все еще остаются открытыми. Это вопросы о психологических характеристиках массового сознания, о механизме закрепления в памяти одних смыслов и отторжения других, о механизме внедрения мифологем в политическую культуру и о степени воздействия новых смыслов на политическое поведение. Ответы на эти вопросы подводят к пониманию механизма социального мышления, ответственного за выбор, направленность идентификационных образов и предопределяющего степень политической устойчивости государства.

Библиографический список

1. Дробижева Л. М. Российская идентичность в массовом сознании / Л. М. Дробижева // Вестник Российской нации. 2009. № 1 (3). С. 135–144.
2. Дробижева Л. М. Российская идентичность: факторы интеграции и проблемы развития / Л. М. Дробижева // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 1 (01). С. 074–084.
3. Дробижева Л. М. Российская идентичность: поиски определения и динамика распространения / Л. М. Дробижева // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 37–50. DOI: 10.31857/S013216250009460-9
4. Евгеньева Т. В. Формирование национально-государственной идентичности российской молодежи / Т. В. Евгеньева, В. В. Титов // Полис. Политические исследования. 2010. № 4. С. 122–134.

5. *Евгеньева Т. В.* Идентификационное измерение образа страны: методы исследования и интерпретация результатов / Т. В. Евгеньева // Социальная инженерия: как социология меняет мир: материалы IX междунар. социол. Грушинской конф. (20–21 марта 2019 г.). М.: ВЦИОМ, 2019. С. 188–193.
6. *Moscovici S.* Etude de representation social de la psychanalyse. These pour le Doctorates Lettres. Paris: PUF, 1960.
7. *Емельянова Т. П.* Разработка понятия социального представления – новый этап в развитии концептуального аппарата социальной психологии / Т. П. Емельянова // Разработка понятий современной психологии: сб. статей / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. А. Сергиенко. М.: Институт психологии РАН, 2018. С. 379–400.
8. *Abrie J.-Cl.* Experimental study of group creativity: Task representation, group structure and performance // *European Journal of Social Psychology*. 1971. № 1 (3). P. 311–326.
9. *Abrie J.-Cl.* Central System, Peripheral System: their Functions and Roles in the Dynamic of Social Representations // *Papiers on social representations*. 1993. V. 2 (2). P. 75–78.
10. *Verges P.* Noyau central, sailanceet proprieties structurales // *Textessur les representations sociales*. 1994. № 3 (1). P. 3–12.
11. *Емельянова Т. П.* Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества / Т. П. Емельянова. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2006. 400 с. ISBN: 5-9270-0083-5.
12. *Бовина И. Б.* Представления студентов о науке и об ученом / И. Б. Бовина, Л. Ю. Драгульская // *Вопросы психологии*. 2006. № 6. С. 73–85.
13. *Мальшева Н. Г.* Образ России в многополярном мире: кросс-культурный анализ / Н. Г. Мальшева, Т. Г. Стефаненко, О. А. Тихомандрицкая // *Вестник Московского Университета. Серия 14: Психология*. 2012. № 1. Стр. 61–73.
14. *Шалаева Н. Ю.* Автоматизированная база данных для исследования социальных представлений по методу П. Вержеса / Н. Ю. Шалаева, С. Садран // *Известия Самарского научного центра РАН*. 2015. Т. 17, № 1. Стр. 110–112.
15. *Пащенко-де Перевиль Е.* Социальные представления об ответственности у молодежи России и Франции: кросскультурный анализ / Е. Пащенко-де Перевиль, Е. Дрозда-Сенковска // *Психологический журнал*. 2013. Том 34. № 2. С. 87–98.

Дата поступления в редакцию 28.10.2020

References

1. *Drobizheva L. M.* (2009) Russian identity in the mass consciousness. *Bulletin of Russian nation*, no. 1 (3), pp. 135–144 (in Russ.).
2. *Drobizheva L. M.* (2013) The Russian identity: factors of integration and problems of development. *The journal Sociological Science and Social Practice*, no. 1 (01), pp. 074–084 (in Russ.).
3. *Drobizheva L. M.* (2020) Russian identity: searching for definition and distribution dynamics. *Sociological Studies*, no. 8, pp. 37–50, DOI: 10.31857/S013216250009460-9 (in Russ.).
4. *Evgen'eva T. V., Titov V. V.* (2010) The formation of national-state identity of the Russian youth. *Policy. Political research*, no. 4, pp. 122–134 (in Russ.).
5. *Evgen'eva T. V.* (2019) Identification measurement of a country's image: research methods and interpretation of results. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes: IX Grushin sociological conference*. Moscow, WCIOM, pp. 188–193 (in Russ.).
6. *Moscovici S.* (1960) Etude de representation social de la psychanalyse. These pour le Doctorates Lettres. Paris: PUF.

7. *Evgen'eva T. V.* (2018) The concept of social representation as new stage in a development of conceptual apparatus of social psychology. Development of concepts of modern psychology, Moscow, Institute of psychology RAS, pp. 379–400 (in Russ.).
8. *Abric J.-Cl.* (1971) Experimental study of group creativity: Task representation, group structure and performance. *European Journal of Social Psychology*. № 1 (3), pp. 311–326.
9. *Abric J.-Cl.* (1993) Central System, Peripheral System: their Functions and Roles in the Dynamic of Social Representations. *Papiers on social representations*. V. 2 (2), pp. 75–78.
10. *Verges P.* (1994) Noyau central, sailanceet proprieties structurales. *Textessur les representations sociales*. № 3 (1), pp. 3–12.
11. *Evgen'eva T. V.* (2006) Construction of social representations in the context of the transformation of Russian society, Moscow, Institute of psychology RAS, 400 p. (In Russ.).
12. *Bovina I. B., Dragulskaya L. Yu.* (2006) Students conceptions of science and scientists. *Voprosy Psychologii*, no. 6, pp. 73–85 (in Russ.).
13. *Malysheva N. G., Stefanenko T. G., Tikhomandritskaya O. A.* (2012) Image of Russia in the multipolar world: Cross-cultural analysis. *Moscow University Psychology Bulletin*, no. 1, pp. 61–73 (in Russ.).
14. *Shalaeva N. U., Sadran S.* (2015) An automatized database for the study of social representations based on P. Verges method. *Izvestia RAS SamSC*, Vol. 17, no. 1, pp. 110–112 (in Russ.).
15. *Pashchenko-de Perevil' E., Drozda-Senkowska E.* (2013) Social Perceptions of Responsibility among Young People in Russia and France: a Cross-Cultural Analysis. *Journal of Psychology*, Vol. 34, no. 2, pp. 87–98 (in Russ.).

The article was submitted on: October 28, 2020