

Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2024. Т. 26, № 2. С. 65–75.
Pacific Rim: Economics, Politics, Law, 2024, vol. 26, no. 2, pp. 65–75.

ПОЛИТИКА

Научная статья

УДК 321(470+571):323.23-021.475.2

<https://doi.org/10.24866/1813-3274/2024-2/65-75>

Позитивный имидж России

Ольга Петровна Горбушина✉

Москва, Сочи, Российская Федерация

✉ olga_gorbushina@mail.ru

Аннотация. Автором было проведено эмпирическое исследование имиджа стран у российской молодежи на протяжении 2002–2023 гг. Изучены факторы формирования имиджа стран; структура имиджа страны; выявлены и изучены рациональный (когнитивный) уровень и иррациональный (эмоционально-аффективный) в восприятии имиджа стран; составлена междисциплинарная модель имиджа любой страны мира; созданы методики для исследования имиджа стран на международном уровне и внутри своей страны. Исследование длилось 21 год при учете всех изменяющихся реалий в мире. По результатам изучения имиджа страны у современной российской молодежи было выявлено возросшее влияние мнений блогеров, медийных личностей, ютуберов в медиапространстве, СМИ и Интернете на восприятие имиджа стран, особенно после пандемии 2020 г. Возросло значение таких факторов, как характер и глубина поступающей о стране информации и эмоциональные оценки о ней в медиапространстве. Молодежь прислушивается к лидерам мнений в Интернете, поэтому особенно важно для формирования позитивного имиджа России, чтобы блогеры, ютуберы, медийные личности и медиаперсоны обладали выраженным патриотизмом и транслировали его в фиджитал-пространстве, социальных сетях и Интернете. Для этого автор рекомендует комплексную подготовку будущих и действующих медийных личностей (медиаперсон), блогеров и лидеров мнений, основанную на воспитании у них истинных патриотических чувств и высокой духовно-нравственной ответственности перед своей страной. Использование технологий создания и совершенствования имиджформирующей информации о стране должно создаваться, внедряться, контролироваться и поощряться на государственном уровне с

выработкой единых стандартов для осуществления цели формирования позитивного имиджа России внутри страны и на международном уровне.

Ключевые слова: патриотизм, позитивный имидж России, российская молодежь, фиджитал, имидж страны, блогер, имидж государства, киберпатриотизм, лидер мнений, имиджформирующая информация, феномен фиджитал, фиджитал-патриотизм, медийная личность, ФГОС, политика

Для цитирования: Горбушина О.П. Позитивный имидж России // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. 2024. Т. 26, № 2. С. 65–75.

POLITICS

Original article

Positive Image of Russia

Olga P. Gorbushina✉

Moscow, Sochi, Russian Federation

✉ olga_gorbushina@mail.ru

Abstract. The author conducted an empirical study of the image of countries among Russian youth during 2002–2023. The factors of formation of the image of countries, the structure of the country's image have been studied; the rational (cognitive) level and the irrational (emotional-affective) level in the perception of the image of countries have been identified and studied; an interdisciplinary model of the image of any country in the world has been compiled; Methods have been created to study the image of countries at the international level and within one's own country. The study lasted 21 years, taking into account all the changing realities in the world. The results of studying the image of the country in 2020–2023 among modern Russian youth revealed the increased influence of the opinions of bloggers, media personalities, YouTubers in the media space, media and the Internet on the perception of the image of countries. Especially after the 2020 pandemic, the importance of factors such as the nature and depth of information received about the country and emotional assessments in the media and the Internet has increased. Young people listen to influencers, so it is especially important for the formation of a positive image of Russia that opinion leaders, bloggers, YouTubers and media personalities express patriotism and broadcast it in the media space and the Internet. For this, the author recommends a comprehensive training for future and current media personalities, bloggers and influencers, based on instilling in them true patriotic feelings and high spiritual and moral responsibility to their country. The use of technologies for creating and improving image-forming information about the country should be created, implemented, controlled and encouraged

at the state level, forming uniform standards to achieve the goal of forming a positive image of Russia within the country and at the inter-national level.

Keywords: patriotism, positive image of Russia, Russian youth, phygital, phygital phenomenon, state image, country image, cyberpatriotism, media personality, blogger, opinion leader, image-forming information, government, Federal State Educational Standards, politics

For citation: Gorbushina O.P. Positive image of Russia. *PACIFIC RIM: Economics, Politics, Law*, 2024, vol. 26, no. 2, pp. 65–75. (In Russ.).

Введение

В современном мире, где технологии и цифровые связи пронизывают всю нашу жизнь, киберпространство приобретает все большее значение. Оно является основой глобальной коммуникационной сети, способствует экономическому и социальному развитию, а также играет важную роль в формировании имиджа страны как на международном, так и внутреннем уровне. Однако оно представляет потенциальную угрозу для национальной безопасности.

Наряду с другими результатами эмпирического исследования имиджа стран 2002–2023 гг. автором в том числе было выявлено возросшее влияние на молодежь имиджформирующей информации о стране, исходящей из блогосферы, особенно после пандемии 2020 г. [1; 2].

Блогеры, ютуберы, лидеры мнений в сети Интернет во многом формируют представления о стране и событиях, происходящих в ней, у современной молодежи [3]. Вследствие этого возрастает государственная необходимость в искренних патриотических чувствах у медийных личностей и блогеров, рассказывающих о России, представляющих Россию в Интернете [4–6].

Можно обозначить это термином «киберпатриотизм» или, если выразиться точнее, «фиджитал-патриотизм». Конечно, понятия «патриотизм», «киберпатриотизм» и «фиджитал-патриотизм» по большей части тождественны. Приставка «кибер» обозначает пространство для выражения любви к Родине, для этих же целей могут быть использованы приставки «медиа» и «digital». Таким образом, термины «киберпатриотизм», «медиапатриотизм» и «digital-патриотизм» означают «патриотизм», реализованный внутри Интернета. Киберпатриотизм – это понятие, которое отражает активное участие граждан в защите интересов своей страны в медиапространстве. Это форма патриотизма, проявляющаяся в цифровом формате.

С развитием изучения «феномена фиджитал» в психике человека и в современном обществе (осуществление всех сфер человеческой жизни одновременно в двух измерениях – реальном и в Интернете) автор предлагает к научному применению актуальный и емкий термин – «фиджитал-патриотизм» [7].

Методика исследования имиджа стран с помощью Digital-технологий

В 2006 г. нами была защищена первая в социально-психологической науке диссертация по имиджу стран. Эмпирическое исследование проводилось с 2002 по 2005 гг. Естественно, что перед автором встал вопрос о создании и апробации методов изучения имиджа такого масштабного политико-экономико-культурно-историко-социально-территориального объекта, как страна [8].

Категория «страна» для изучения в целом была выбрана не случайно, так как созданные автором методы исследования имиджа страны в представлении молодежи могут быть применены для изучения имиджа республики, имиджа региона, имиджа территории, имиджа края, имиджа мегаполиса и т.д. [2; 8].

«Имидж страны, являясь феноменом индивидуального и массового сознания, отражает современное состояние экономики, политики, населения, социальных институтов, географических и климатических параметров, особенности культуры, истории, религии, менталитета, науки и образования, спорта, медицины, развития и прогресса на двух уровнях – рациональном (когнитивном) и иррациональном (эмоционально-аффективном) – и проявляется как в представлениях, так и особенностях малоосознанных, эмоциональных отношений реципиентов» [8].

Пандемия изменила многие мировые процессы, в том числе претерпели изменения процедуры, инструменты и методы эмпирических исследований в молодежной среде, поэтому автором были разработаны и апробированы дополнительные способы изучения имиджа стран [9].

При этом базовые методы изучения имиджа стран (государств), созданные нами в 2002–2005 гг., на международном уровне и внутри страны, на рациональном (когнитивном) и иррациональном (эмоционально-аффективном) уровнях подтвердили свою актуальность и значимость [8].

В 2020–2023 гг., во время пандемии, исследование имиджа страны было продолжено и методы были дополнены и усовершенствованы с учетом изменившихся мировых реалий. В условиях пандемии и после пандемии, когда не было возможности проводить фокус-группы, встречаться в группе и лично, автором были разработаны дополнительные методы изучения имиджа стран, основанные на современных онлайн-технологиях. Изначально эти онлайн-инструменты создавались корпорациями Google, Yandex и другими для реализации бизнес-целей и оказания помощи в ведении бизнеса онлайн как сбор данных и продвижение сайтов [1; 7; 9].

Однако в условиях пандемии были использованы возможности статистических и маркетинговых онлайн-технологий таких платформ, как Google Forms, Google Analytic и др., которые были успешно применены для сбора и количественной обработки данных в ходе социально-психологического исследования имиджа стран и государств [9].

Блогеры – агенты имиджформирующей информации о стране

В современном информационном обществе блогерство – это деятельность, позволяющая людям выразить свое мнение и поделиться им с широкой аудиторией. Блогеры играют важную роль в формировании общественного мнения и влияют на наши представления о мире. Из-за высокой степени значимости своей деятельности блогеры и лидеры мнений в Интернете призваны быть ответственными перед страной, обществом и доверяющей им аудиторией подписчиков за имиджформирующую информацию о России, ее культурных ценностях и ее жителях, распространяемую ими, и использовать свои возможности для создания позитивного и гармоничного образа нашей страны.

Патриотизм как любовь к родной стране и нации находит свое отражение во многих блогах и видеоблогах как в России, так и за рубежом. Блогеры пропагандируют морально-нравственные ценности, рассказывают о национальной истории и культуре, поднимают важные вопросы, касающиеся судьбы родины и нашей национальной идентичности [1–4; 7; 11].

Одной из наиболее известных и влиятельных площадок, где патриотизм может раскрыться во всей своей полноте, является YouTube. Здесь видеоблогеры рассказывают о своей любви к стране, делятся историей своей семьи и своими личными эмоциями. Они поднимают темы, которые трогают сердца многих зрителей [4; 5; 10].

В исследовании имиджа стран после пандемии в 2020–2023 гг. нами было выявлено возрастание значения таких факторов формирования имиджа стран, как:

1) характер и глубина поступающей о стране имиджформирующей информации и эмоционально окрашенных оценок, пропагандируемых в Интернете и СМИ через деятельность медийных личностей, блогеров, ютуберов, лидеров мнений [1; 2; 3; 7; 8; 10].

2) также было выявлено превалирующее значение иррационального (эмоционально-аффективного) уровня над рациональным в массовом сознании современной российской молодежи [1; 2; 7; 8; 9].

Блогеры активно освещают события в стране, комментируют политические решения и поступки, таким способом участвуя в общественной жизни. Они поднимают важные темы, которые касаются всех граждан: эффективность работы властей, социальная справедливость, развитие образования и науки, культурные особенности, в том числе кулинарные предпочтения, особенности моды и романтических отношений, семейного и рабочего уклада жизни жителя [2; 4; 7; 10], то есть формируют в массовом сознании современной молодежи представления о стране [3; 7; 10; 11].

По результатам нашего исследования лидеры мнений в Интернете, работающие в нише онлайн-туризма, особенно ютуберы и рутуберы, создающие видеосюжеты о путешествиях и странах, способны существенно повлиять на представления молодежи о том или ином государстве, в котором смотрящий их контент человек еще не был [2; 4; 10].

В зависимости от эмоциональных оценок – позитивных или негативных – формируют представление о государстве в целом. Они могут не только транслировать информацию о величии истории нашей страны, подвигах наших предков, традициях и символах, которые объединяют нас как нацию, но и давать негативные эмоциональные оценки, влияющие на молодежь [1; 3; 10–14].

Несмотря на все позитивные аспекты, существуют и отрицательные стороны – при отсутствии истинного патриотизма среди блогеров [1; 2; 4–6; 8]. Некоторые из них используют патриотическую риторику в своих целях, не всегда чистоотносясь к общественным и национальным интересам. Блогеры могут создавать контент, который разжигает межнациональную рознь или искажает историческую правду [6; 12–15].

Поэтому необходимо осознавать, что имиджформирующая информация о стране в Интернете несет в себе силу, и медиаперсоны, лидеры мнений и блогеры должны понимать ответственность за предоставляемую ими информацию и свои эмоциональные оценки происходящих в стране событий [1; 2; 4; 5]. Их миссия – не только делиться своим видением и мнением, но и быть информированными, объективными и целеустремленными. Блогеры должны стремиться к созданию контента, который будет способствовать национальному единству и формированию позитивного имиджа страны на внутреннем и международном уровнях [1–11].

Еще одним значимым аспектом, на который автору хотелось бы обратить внимание в этой статье, – ответственность каждого человека за то, какую информацию он сам выбирает для просмотра и прослушивания в Интернете, и в каком ключе воспитывает детей.

Социально-психологический феномен «фиджитал», освещаемый в ряде других научных публикаций автора, работает как обоюдоострый меч [2; 4; 5; 7; 10]. С одной стороны, у каждого лидера мнений есть ответственность перед страной и ее жителями за последствия его действий в Интернете. С другой стороны, аудитория подписчиков – это не безликая однородная масса, а собрание личностей, наделенных разумом и ответственностью, которые способны выбирать контент, который полезно слушать и смотреть.

Выводы

1. Патриотизм у блогеров – это мощное средство для формирования общественного мнения об имидже страны, поэтому мы относим его к важным государственным интересам.

2. Блогеры, особенно создающие видеоконтент, например, на платформах Rutube и Youtube, играют важную роль в формировании общественного мнения об имидже территорий. Своими эмоциональными оценками они влияют на представления смотрящих их видеосюжеты людей о местах, в которых находятся, формируя тем самым имидж государств и стран в целом.

3. Лидеры мнений в Интернете (блогеры, ютуберы и рутуберы, медийные личности) несут большую ответственность перед своей аудиторией и обществом и должны использовать свои возможности для создания позитивного имиджа России внутри нее и на международном уровне.

4. По результатам наших исследований также выявлено, что в современную эпоху фиджитал эффективной средой для построения позитивного имиджа страны у молодежи выкристаллизовалась сфера онлайн-туризма.

5. Необходимо разработать и начать поэтапно и системно реализовывать государственные обучающие программы для будущих лидеров мнений в Интернете по созданию и продвижению позитивной имиджформирующей информации о стране в блогосфере, медиа-, digital- и киберпространстве, учитывая социально-психологический феномен фиджитал. Обязательное условие: воспитание и комплексная современная подготовка будущих медиаперсон, ютуберов и инфлюенсеров должны быть основаны на искренней любви к Родине. В том числе для трансляции духовно-нравственных ценностей России в Интернете.

6. Киберпатриотизм и кибербезопасность являются двумя взаимосвязанными и неотъемлемыми аспектами защиты национальных интересов в фиджитал-эпоху развития digital-технологий.

7. Активное участие граждан, общественных и правительственных учреждений в развитии кибербезопасности и киберпатриотизма способствует продвижению позитивного международного имиджа нашей страны.

8. Развитие личной ответственности каждого пользователя Интернета перед выбором контента для просмотра и прослушивания, предлагается начинать сразу, как только человек становится пользователем Интернета. Для этого необходимо объяснять полезность или вред того или иного контента, создавать социально-грамотные и патриотичные списки рекомендаций и т.д.

Список источников

1. Горбушина О.П. Факторы формирования и продвижения международного имиджа стран у российской молодежи, усилившиеся после пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 // Научные теории и разработки в условиях глобальных перемен: пределы и возможности: материалы XI Международной научно-практической конференции, Рязань, 28 июля 2023 г. Рязань: Концепция, 2023. С. 180–182.

2. Горбушина О.П. Динамика восприятия международного имиджа зарубежных стран российской молодежью: результаты эмпирических исследований 2002–2023 гг. // Мир науки. Педагогика и психология [электронное издание]. 2023. Т. 11, № 3. Номер ст. 56. DOI 10.15862/66PSMN323.

3. Горбушина О.П. Патриотизм у блогеров – «мягкая сила» государства // Социальная реальность виртуального пространства: материалы V Международной науч-

но-практической конференции, Иркутск, 25 сентября 2023 г. / под общ. ред. О.А. Полюшкевич. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. С. 60–64.

4. Горбушина О.П. Феномен фиджитал в туризме // Шамовские чтения: сборник статей XVI Международной научно-практической конференции. Москва, 25 января – 03 февраля 2024 г. В 2-х т. Т. 1. М.: Научная школа управления образовательными системами, 2024. С. 599–603.

5. Горбушина О.П. Формирование позитивного международного имиджа России путем создания государственных обучающих программ лидеров мнений в интернете и блогеров // Наука и образование в новых реалиях: проблемы, дискуссии, пути совершенствования: материалы XXXII Всероссийской научно-практической конференции, Рязань, 11 декабря 2023 г. Рязань: Концепция, 2023. С. 44–45.

6. Концепция патриотического воспитания граждан Российской Федерации (декабрь 2017 г.). URL: <http://gospatriotprogramma.ru>.

7. Горбушина О.П. Имидж страны у молодежи на иррациональном уровне, феномен фиджитал // Мир науки. Педагогика и психология [электронное издание]. 2023. Т. 11, № 6. Номер ст. 71. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/94PSMN623.pdf>.

8. Горбушина О.П. Имидж страны у российской молодежи: структура и факторы формирования: специальность 19.00.05 «Социальная психология»: дис. ... канд. психол. наук. М., 2006. 199 с.

9. Горбушина О.П. Имидж страны: методы исследования // Мир науки. Педагогика и психология: [электронное издание]. 2023. Т. 11, № 4. Номер ст. 61. <https://doi.org/10.15862/-70PSMN423>

10. Горбушина О.П. Имидж государства: онлайн туризм как «мягкая сила» современной политики // Мировые научные исследования и разработки: современные достижения, риски, перспективы: материалы XIV Международной научно-практической конференции, Рязань, 30 октября 2023 г. Рязань: Концепция, 2023. С. 71–73.

11. Горбушина О.П. Способы формирования позитивного имиджа страны // Современные тенденции развития экономики, политики и права: материалы XXVIII Всероссийской научно-практической конференции, Рязань, 15 ноября 2023 г. Рязань: Концепция, 2023. С. 33–35.

12. Ткачук А.В., Михайлова Т.А. Технологии патриотического воспитания современной Российской молодежи в условиях цифровизации // Социальный статус и его влияние на различные категории населения: научный семинар с международным участием, Москва, 10 января – 25 мая 2022 г. / ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет». Ульяновск: Зебра, 2022. С. 68–72.

13. Шаронов А.А. Анализ взглядов на понятия «патриотизм» и «активность» // Мир науки. Педагогика и психология: [электронное издание]. 2016. Т. 4, № 4. Номер ст. 33. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/12PDMN416.pdf>.

14. Гражданский патриотизм в западноевропейском научном дискурсе / И.П. Чернобровкин, Н.К. Бинеева, С.А. Дюжиков, В.В. Узунов // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 7. С. 144–153.

15. Юров И.А. Формирование гражданских и патриотических ценностных ориентаций у студентов-волонтеров // Социальная и экономическая психология. 2022. Т. 7, № 1 (25). С. 235–256.

References

1. Gorbushina O.P. Faktory formirovaniya i prodvizheniya mezhdunarodnogo imidzha stran u rossiiskoi molodezhi, usilivshiesya posle pandemii koronavirusnoi infektsii COVID-19 [Factors in the formation and promotion of the international image of countries among Russian youth, intensified after the COVID-19 coronavirus pandemic]. In: *Nauchnye teorii i razrabotki v usloviyakh global'nykh peremen: predely i vozmozhnosti: materialy XI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Ryazan', 28 iyulya 2023 g.* [Scientific theories and developments in the context of global changes: limits and opportunities: materials of the XI International Scientific and Practical Conference, Ryazan, July 28, 2023]. Ryazan: Kontsepsiya Publ., 2023, pp. 180–182. (In Russian).

2. Gorbushina O.P. Dinamika vospriyatiya mezhdunarodnogo imidzha zarubezhnykh stran rossiiskoi molodezh'y: rezul'taty empiricheskikh issledovaniy 2002–2023 gg. [Dynamics of perception of the international image of foreign countries by Russian youth: results of empirical research in 2002–2023]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya [elektronnoe izdanie]*, 2023, vol. 11, no. 3, art. no. 56. <https://doi.org/10.15862/66PSMN323>

3. Gorbushina O.P. Patriotizm u blogerov – «myagkaya sila» gosudarstva [Patriotism among bloggers is the "soft power" of the state]. In: Polyushkevich O.A. (ed.). *Sotsial'naya real'nost' virtual'nogo prostranstva: materialy V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Irkutsk, 25 sentyabrya 2023 g.* [Social reality of virtual space: materials of the V International Scientific and Practical Conference, Irkutsk, September 25, 2023. Irkutsk: Irkutsk State University, 2023, pp. 60–64. (In Russ.).

4. Gorbushina O.P. Fenomen fidzhitral v turizme [The phenomenon of phygital in tourism]. In: *Shamovskie chteniya: sbornik statei XVI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Moskva, 25 yanvarya – 03 fevralya 2024 g. V 2-kh t. T. 1* [Shamovskie readings: collection of articles of the XVI International Scientific and Practical Conference. Moscow, January 25 – February 3, 2024. In 2 volumes. Vol. 1]. Moscow: Scientific school of management of educational systems Publ., 2024, pp. 599–603. (In Russ.).

5. Gorbushina O.P. Formirovanie pozitivnogo mezhdunarodnogo imidzha Rossii putem sozdaniya gosudarstvennykh obuchayushchikh programm liderov mnenii v internete i blogerov [Formation of a positive international image of Russia by creating state training programs for opinion leaders on the Internet and bloggers]. In: *Nauka i obrazovanie v novykh realiyakh: problemy, diskussii, puti sovershenstvovaniya: materialy XXXII Vserossiiskoi*

nauchno-prakticheskoi konferentsii, Ryazan', 11 dekabrya 2023 g. [Science and education in new realities: problems, discussions, ways of improvement: materials of the XXXII All-Russian Scientific and Practical Conference, Ryazan, 11 December 2023]. Ryazan: Kontseptsiya Publ., 2023. pp. 44–45.

6. The concept of patriotic education of citizens of the Russian Federation (December 2017). URL: <http://gospatriotprogramma.ru>. (In Russ.).

7. Gorbushina O.P. Imidzh strany u molodezhi na irratsional'nom urovne, fenomen fidzhitall [The image of the country among young people at the irrational level, the phigital phenomenon]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya [elektronnoe izdanie]*, 2023, vol. 11, no. 6, art. no. 71. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/94PSMN623.pdf>. (In Russ.).

8. Gorbushina O.P. Imidzh strany u rossiiskoi molodezhi: struktura i faktory formirovaniya: spetsial'nost' 19.00.05 «Sotsial'naya psikhologiya» [Image of the country among Russian youth: structure and formation factors: specialty 19.00.05 "Social psychology"]. Cand. Dis. (Psychol. Sci.). Moscow, 2006. 199 p. (In Russ.).

9. Gorbushina O.P. Imidzh strany: metody issledovaniya [Image of the country: research methods]. *Mir nauki. Pedagogika i psikhologiya: [elektronnoe izdanie]*, 2023, vol. 11, no. 4, art. no. 61. <https://doi.org/10.15862/70PSMN423> (In Russ.).

10. Gorbushina O.P. Imidzh gosudarstva: onlain turizm kak «myagkaya sila» sovremennoi politik [Image of the state: online tourism as the “soft power” of modern politics]. In: *Mirovye nauchnye issledovaniya i razrabotki: sovremennye dostizheniya, riski, perspektivy: materialy XIV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Ryazan', 30 oktyabrya 2023 g.* [World scientific research and development: modern achievements, risks, prospects: materials of the XIV International Scientific and Practical Conference, Ryazan, October 30, 2023]. Ryazan: Kontseptsiya Publ., 2023, pp. 71–73.

11. Gorbushina O.P. Sposoby formirovaniya pozitivnogo imidzha stran [Methods of forming a positive image of the country]. In: *Sovremennye tendentsii razvitiya ekonomiki, politiki i prava: materialy XXVIII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Ryazan', 15 noyabrya 2023 g.* [Modern trends in the development of economics, politics and law: materials of the XXVIII All-Russian Scientific and Practical Conference, Ryazan, November 15, 2023]. Ryazan: Kontseptsiya Publ., 2023, pp. 33–35. (In Russ.).

12. Tkachuk A.V., Mikhailova T.A. Tekhnologii patrioticheskogo vospitaniya sovremennoi Rossiiskoi molodezhi v usloviyakh tsifrovizatsii [Technologies of patriotic education of modern Russian youth in the conditions of digitalization]. In: *Sotsial'nyi status i ego vliyanie na razlichnye kategorii naseleniya: nauchnyi seminar s mezhdunarodnym uchastiem, Moskva, 10 yanvarya – 25 maya 2022 g.* [Social status and its influence on various categories of the population: scientific seminar with international participation, Moscow, January 10 – May 25, 2022]. Ulyanovsk: Zebra Publ., 2022. P. 68–72. (In Russ.).

13. Sharonov A.A. Analiz vzglyadov na ponyatiya «patriotizm» i «aktivnost'» [Analysis of views on the concepts of “patriotism” and “activity”]. *Mir nauki. Pedagogika i*

psikhologiya: [elektronnoe izdanie], 2016, vol. 4, no. 4, art. no. 31. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/12PDMN416.pdf>. (In Russ.).

14. Chernobrovkin I.P., Bineeva N.K., Dyuzhikov S.A., Uzunov V.V. Grazhdanskiy patriotizm v zapadnoevropeiskom nauchnom diskurse [Civil patriotism in Western European scientific discourse]. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya*, 2018, no. 7, pp. 144–153. (In Russ.).

15. Yurov I.A. Formirovaniye grazhdanskikh i patrioticheskikh tsennostnykh orientatsii u studentov-volonterov [Formation of civil and patriotic value orientations among volunteer students]. *Sotsial'naya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 2022, vol. 7, no. 1 (25), pp. 235–256. (In Russ.).

Информация об авторах

О.П. Горбушина – кандидат психологических наук, научный консультант, ученый-исследователь, рецензент электронных научных журналов и член редколлегии издательства «Мир науки», сетевого издания научного журнала «Мир науки. Педагогика и психология» (World of Science. Pedagogy and Psychology), Москва, Сочи, Российская Федерация, olga_gorbushina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6472-2473>, SPIN-код: 4136-7981

Information about the authors

O.P. Gorbushina – Candidate of Psychology, scientific consultant, research scientist, reviewer of electronic scientific journals and member of the editorial board of the Publishing House “World of Science”, online publication of the scientific journal “World of Science. Pedagogy and Psychology” (World of Science. Pedagogy and Psychology), Moscow, Sochi, Russian Federation, olga_gorbushina@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-6472-2473>, SPIN: 4136-7981

Статья поступила в редакцию 20.10.2023; одобрена после рецензирования 19.04.2024; принята к публикации 23.04.2024.

The article received 20.10.2023; revised 19.04.2024; accepted 23.04.2024.