

УДК 323

Джгамадзе К.Б., Рогозарь А.И.

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
119192, г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 27/4, Российская Федерация*

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ВОСПРИЯТИЕ СВОЕЙ СТРАНЫ ГРАЖДАНАМИ РОССИИ

Аннотация. Изучение образа, или имиджа, России за рубежом является достаточно разработанной проблемой в современной политической науке. Гораздо меньше трудов посвящено вопросу восприятия России своими гражданами. Эта проблема и рассматривается в статье. Среди множества факторов, детерминирующих процесс восприятия, авторами были выделены три субъектных характеристики: гендер, возраст, образование. На основе исследования, проведённого в 2014–2016 гг., были сделаны следующие выводы: гендерная принадлежность влияет на осознанность образов и эмоциональное восприятие России, возраст – на восприятие власти как одного из компонентов образа страны, а наличие высшего образования не является значимым фактором восприятия.

Ключевые слова: восприятие, образ страны, образ России, гендер, возраст, образование.

K. Dzhamadze, A. Rogozar

*Lomonosov Moscow State University
27/4, Lomonosovsky boulevard, Moscow, 119192, Russian Federation*

THE INFLUENCE OF SOCIO-DEMOGRAPHIC FACTORS ON THE PERCEPTION OF RUSSIA BY ITS CITIZENS

Abstract. Studying the image of Russia abroad is a sufficiently developed problem in modern political science. Much less researches are devoted to the issue of Russia's image in the minds of its citizens. This problem is dominant in this article. Among the factors that determine perception, the authors chose three characteristics of the subject: gender, age, education. On the basis of the studies conducted in 2014–2016 it was concluded that gender identity affects the images consciousness and emotional perception of Russia. Age identity influences the perception of power, considering it as one of the components of the country image. Higher education is not reckoned to be an important factor of perception.

Key words: perception, country image, image of Russia, gender, age, education.

С 2014 г. мы являемся свидетелями фундаментальных изменений не только того места, которое Россия занимает в мире, но и представления российских граждан о самих себе, о своей стране. К российским гражданам возвращаются национальная гордость и самоуважение, утраченные в первый постсоветский период.

Современная политическая наука и особенно политическая психология, политическая география, политическая социология давно и успешно изучают процесс и механизмы восприятия гражданами других стран [4; 5; 8; 14; 15]. Между тем мы намного меньше осведомлены о том, как происходит восприятие своей собственной страны. А ведь именно от Я-образов во многом зависят политическая картина мира в целом и образы других стран в частности. Как складываются представления граждан о своей стране? Каковы механизмы и основные факторы, определяющие процесс её восприятия? Что представляет собой образ страны с содержательной точки зрения, и как он соотносится с реальностью? Ответы на эти и многие другие вопросы помогают приблизиться к пониманию характера самоидентификации того или иного общества, его представлений о своём месте в мире. В настоящей статье мы попытаемся проанализировать влияние на образ своей страны тех факторов, которые связаны с самими воспринимающими, в частности, с их социально-демографическими характеристиками.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В качестве основного подхода к исследованию проблемы нами был выбран политико-психологический [10, с. 73–80; 11, с. 11–74], в рамках которого образ понимается как результат восприятия внешних объектов, запечатлённых в сознании субъекта. То есть, с одной стороны, образ является отражением реальных характеристик объекта, а с другой – проекцией ожиданий субъекта восприятия (его знаний, опыта, потребностей, мотивов, ценностей и т. д.). Кроме того, данный подход предполагает анализ рационального и бессознательного уровней восприятия в трёх измерениях: когнитивном, эмоциональном и поведенческом.

Непосредственно **образ страны** рассматривается нами как многогранная перцептивная структура, включающая в себя образы территории, народа, власти и политических лидеров, запечатлённые в индивидуальном, групповом и массовом сознании.

Перед нами стояла задача изучить специфику образа страны с позиции воспринимающего субъекта, т. е. выявить, какие характеристики индивида непосредственно влияют на формирование того или иного образа России.

Субъектный аспект восприятия определяется социальными и психологическими характеристиками воспринимающей личности [9]. К факторам, определяющим индивида в социальном мире, относятся: гендерная принадлежность; возраст; уровень образования; социальный, семейный и материальный статус; место жительства; профессия и другие индикаторы. Среди психологических характеристик выделяют: установки и систему убеждений человека, мотивы, потребности, ценности, уровень локус-контроля, самооценку и Я-концепцию личности, а также когнитивный стиль.

Предметом нашего исследования является влияние гендерной и возрастной принадлежности индивида, а также уровня образования на восприятие России. Выбранные индикаторы представляют собой одни из базовых характеристик социальной структуры общества.

«Гендер» является довольно сложной категорией, к определению которой у исследователей нет единого подхода. Анализируя существующие зарубежные и отечественные подходы, Е.В. Музыка приходит к выводу, что в научном дискурсе это понятие служит прежде всего для объяснения психосоциальных и социокультурных характеристик мужчин и женщин, в отличие от понятия «пол», которое вбирает в себя физиологические особенности, заложенные природой [7, с. 24].

В социальных науках одним из наиболее распространённых подходов к пониманию гендера является социально-конструктивистская парадигма [6, с. 190], предполагающая следующие основные аспекты:

– Гендер – социальный конструкт, формирующийся в ходе социализации, т.е. в процессе усвоения индивидом гендерных ролей, стереотипов и норм, распространённых и закреплённых в той или иной культуре.

– Гендер – результат самоидентификации индивида, осознания своих мужских или женских качеств и ролей.

Следовательно, при рассмотрении такого критерия восприятия, как гендер, необходимо понимать, что речь идёт не о физиологических особенностях, а о механизмах социализации, социокультурных аспектах и представлениях о женском и мужском, сформировавшихся в том или ином обществе, и о том, как эти характеристики отражаются в сознании отдельной личности.

Другим важным социально-демографическим фактором, влияющим на восприятие субъектом окружающего мира, является **возраст**. Ещё П.А. Сорокин отмечал, что «возрастной признак причинно связан с рядом психосоциальных свойств индивида, оказывающих влияние на чувствования и верования, желания и стремления, идеи и интересы индивида, а через них – и на все его поведение, а через поведение – и на всю социальную жизнь» [12, с. 110].

Возраст представляет собой многогранную категорию, отражающую развитие человека на трёх уровнях: 1) индивидуальном – изменение физических, интеллектуальных, психических свойств личности; 2) социальном – процесс включения индивида в систему социальных отношений (политических, экономических, религиозных, правовых, семейно-бытовых и т. д.) и усвоения социальных ролей; 3) культурном – восприятие возрастных изменений в определённой культуре на конкретном историческом этапе (стереотипы о возрасте, эталоны и нормы развития индивида) [1, с. 7–15].

Если наличие возрастных стадий развития личности свойственно всем обществам, то их конкретное содержание и специфика определяются в ходе социализации – процесса усвоения социальных норм и приобщения к культуре. Поэтому при изучении возрастной специфики процессов прежде всего необходимо учитывать социализационный контекст.

Образование также принято считать критерием, влияющим на уровень знаний человека о мире [16]. Оно способствует усвоению определённых когнитивных навыков, позволяет достичь более высокого социального статуса. Современные исследования российского общества фиксируют связь между высоким уровнем образования и ростом мотивации к самореализации и самовыражению, повышением интереса к общественной и политической деятельности [2], более критическим восприятием власти [10, с. 199,200], более позитивным отношением к реформам [3, с. 11,12].

ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью нашего исследования были выявление и описание роли трёх социально-демографических индикаторов – гендера, возраста, уровня образования, – в формировании образа России. В качестве гипотезы, было выдвинуто предположение, что образ страны в сознании мужчин и женщин, людей разного возраста и уровня образования может различаться по некоторым параметрам.

Наше исследование носило качественно-количественный характер. Его эмпирической базой выступили 340 глубинных интервью, собранных в 2014–2016 гг. в таких городах, как Москва, Нижний Новгород, Самара, Ростов-на-Дону, Краснодар, Саратов, Сочи. Несмотря на то, что выборка не является репрезентативной для страны в целом, она, согласно правилам проведения качественных исследований, была сбалансирована по трём интересующим нас параметрам (пол, возраст, образование). Разработанный гайд интервью содержал в себе различные методики: метод незаконченных предложений, пирамиду потребностей, метод свободных ассоциаций, рисунок «Россия и я», семантический дифференциал. Обработка данных осу-

шествовалась в программе SPSS Statistic с применением частотного, факторного и корреляционного анализа.

Таким образом, в исследовании использовались как качественные, так и количественные методы обработки данных.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ. ГЕНДЕР КАК ФАКТОР ВОСПРИЯТИЯ РОССИИ

При исследовании влияния гендерной принадлежности на специфику формирования образа России использовался корреляционный анализ в SPSS Statistic. Статистические процедуры позволили установить следующие зависимости:

1. В целом у респондентов-женщин восприятие России в большей степени связано с категориями «Родина» и «дом», а у мужчин – с категориями «сильное государство» и «страна» (табл. 1). Первые две категории, характеризующие Россию, лежат в плоскости крайне эмоционального бессознательного. При этом «Родина» и «дом» связаны семантически: Родина является тем местом, где родился, вырос и живёт человек, а дом – это личное пространство индивида для жизни. В свою очередь, категории, которые чаще называли респонденты-мужчины, более рациональны, конкретны и соответствуют общепринятому пониманию России как сильной страны и государства.

Таблица 1

Гендерные особенности восприятия России

Категории / Пол (% по столбцу)	Мужской	Женский
Родина	50,0	58,3
Дом	9,5	21,7
Сильное государство, великая держава	14,7	4,3
Страна	19,0	10,4
Другое	6,9	5,2

2. Поскольку образ страны включает в нашей теоретической модели несколько составляющих (образ власти, образ лидера, образ территории и образ народа), то мы попытались выявить зависимость каждого из элементов в образе страны от гендера. Связи проявились прежде всего в эмоциональном отношении (табл. 2). Так, оказалось, что и для мужчин, и для женщин в образе страны наиболее важными компонентами являются народ и лидер, но для женщин эти параметры более выпуклы и воспринимаются

более позитивно. Мужчины в сравнении с женщинами больший акцент делают на территории. Политический объект «власть» воспринимается примерно одинаково обеими гендерными группами. Из отмеченной зависимости можно предположить, что женская аудитория эмоционально более открыта к персонифицированным образам страны, а мужская – к образам, имеющим конкретную структуру и социальное обоснование.

Таблица 2

Влияние гендерной принадлежности на эмоциональный знак в образе России

Положительный образ / Пол (% по столбцу)	%	Мужской	Женский
Образ территории	35,2	43,4	27,3
Образ народа	69,4	65,5	73,3
Образ власти	9,9	10,3	9,5
Образ лидера	55,8	54,4	63,2

Зафиксированные статистические закономерности позволяют говорить о том, что гендерная принадлежность влияет на формирование образа России. В частности, гендер смещает вектор политического восприятия по шкале осознанность/неосознанность, а также влияет на степень эмоциональности восприятия страны. Так, женщины строят в своём сознании более персонифицированные политические образы, заряженные положительными эмоциями, а мужчины склонны к формированию более рациональных, эмоционально-нейтральных социально-ориентированных политических образов.

ВОЗРАСТ КАК ФАКТОР ВОСПРИЯТИЯ РОССИИ

Среди респондентов были россияне, принадлежащие к четырём возрастным категориям: 18–24 года; 25–39 лет; 40–54 года и старше 55 лет. Чтобы определить, существует ли зависимость между характеристиками образа страны и возрастной принадлежностью респондента, был проведён корреляционный анализ в SPSS Statistic. Хотя результаты статистических процедур не выявили устойчивых зависимостей между возрастом респондентов и образом страны в целом, были замечены определённые корреляции между объектами анализа «возраст» и «образ власти» (табл. 3).

Таблица 3

Возрастная специфика восприятия политической власти в России

Образ власти / Возраст (% по столбцу)	%	18–24	25–39	40–54	55 и старше
Политические лидеры советского и досоветского периодов	2,6	1,1	0	0	8,2
В.В. Путин	51,7	60,9	50,0	45,7	38,8
Олигархи	5,2	5,7	3,8	4,3	6,1
Другие политики	6,5	2,3	11,5	4,3	10,2
Властные структуры, силовые госорганы	45,7	40,2	10,4	45,7	57,1

Так, во-первых, у молодого и среднего поколений россиян в возрасте от 18 до 39 лет происходит слияние образа власти и образа политического лидера, так как российская власть в их сознании отождествляется с действующим президентом В.В. Путиным (60,9% и 50%).

Во-вторых, у зрелых респондентов в возрасте от 40 до 54 лет российская власть ассоциируется с В.В. Путиным (45,7%) и с властными структурами страны (45,7%). Из чего можно заключить, что у данной группы россиян существует менее персонифицированное представление о характере политического устройства современной России, чем у их более молодых сограждан.

В-третьих, респонденты старше 55 лет чаще остальных определяли власть при помощи индикатора «политические лидеры советского и досоветского периодов». У этой группы россиян власть ассоциировалась с такими лидерами прошлого, как Пётр I, Сталин, Ленин. При этом у старшего поколения в представлениях о российской власти преобладают категории, относящиеся к группе «властные структуры, силовые госорганы» – (57,1%), а именно: «государство», «Президент», «Государственная Дума», «Совет Федерации», «Правительство».

Основываясь на отмеченных закономерностях, можно полагать, что для россиян, у которых основные этапы становления личности происходили в советский период, образ власти больше всего связан с **иерархичными** категориями «властные структуры, силовые госорганы», а для жителей России, социализирующихся в период перестройки и постсоветский период, образ власти **персонифицирован** и зачастую даже сливается с образом президента В.В. Путина. Тем самым современный период демонстрирует устойчивый рост эффекта персонификации российской власти. Схожие тенденции были отмечены и в других крупных социологических исследованиях [13, с. 75–99].

Проведённый статистический анализ показал, что возрастная принадлежность оказывает влияние на восприятие страны через образ власти, как один из ключевых компонентов образа страны.

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР ВОСПРИЯТИЯ РОССИИ

Статистическая процедура исследования предполагала поиск корреляций между индикатором «образование» и другими переменными. В результате анализа было установлено, что между особенностями образа страны и характеристикой индивида по критерию «без высшего образования / с высшим образованием» отсутствуют прямые статистические зависимости.

Тем не менее, анализ ответов респондентов на открытые вопросы интервью показал, что суждения граждан с высшим образованием обладают большей когнитивной сложностью, в них присутствуют более объёмные обоснования своей точки зрения. Поэтому можно сказать, что образование всё-таки предполагает определённый уровень знаний и влияет на развитие когнитивных навыков.

ВЫВОДЫ

Итак, поиск зависимостей между социально-демографическими факторами, такими как пол, возраст и образование, дал функциональные результаты: гендерная и возрастная принадлежность индивида влияют на специфику восприятия страны, а наличие или отсутствие высшего образования у воспринимающего субъекта напрямую не оказывает воздействия на формирование у него того или иного образа России.

Гендерная принадлежность смещает вектор политического восприятия по шкале «рациональный / эмоциональный». У женщин образ страны чаще всего формируется в плоскости эмоционального (бессознательного) – политические образы основаны на существующих в сознании идеальных прототипах; в свою очередь, у мужчин восприятие происходит с позиции рациональности путём формирования реальных политических образов страны, территории, народа, власти и лидера.

Возрастная принадлежность оказывает наиболее сильное воздействие на формирование образа власти как одного из компонентов образа страны. В сознании людей старшего поколения содержатся **иерархические** представления о власти. Для россиян среднего и младшего возраста характерным является больший акцент на **персонификации** власти за счёт положительных представлений о действующем Президенте Российской Федерации В.В. Путине.

Социально-демографический фактор «**образование**» хотя и отражается на когнитивных способностях и знаниях человека, напрямую не воздействует на процесс восприятия гражданами своей страны. Можно предположить, что вне зависимости от уровня образования, россияне впитывают культурные нормы и представления о своей стране в первую очередь через семью, окружение, СМИ и т. д. Однако данный вопрос требует дальнейшего глубокого анализа.

Таким образом, проведённое исследование помогло выявить роль трёх социально-демографических факторов в формировании образа России в сознании её граждан. Восприятие страны детерминируют в первую очередь гендерная и возрастная принадлежность. В целом, существенных гендерных разрывов или поколенческих расколов выявлено не было, однако можно говорить о том, что усвоенные гражданами социальные роли и опыт социализации в определённый исторический период накладывают отпечаток на восприятие своей страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глуханюк Н.С., Гершкович Т.Б. Поздний возраст и стратегии его освоения. М.: Московский психолого-социальный институт, 2003. 112 с.
2. Горшков М.К., Трофимова И.Н. Образование как фактор и ресурс гражданского участия и демократического развития общества // Социологическая наука и социальная практика. 2016. № 1 (13). С. 5–19.
3. Двадцать лет реформ глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров / М.К. Горшков, и др. М.: Весь мир, 2011. 328 с.
4. ЕС глазами российского общества сегодня / Е.Б. Шестопап, В.А. Губченко, С.В. Давыдов С.В., Ш.З. Джамалудинов, К.Б. Джгмадзе, А.А. Левашкина, Ю.А. Марудина, А.И. Рогозарь, И.А. Тумысов // Международные отношения. 2016. № 1. С. 18–36.
5. Замятин Д.Н. Образ страны: структура и динамика // Общественные науки и современность. 2000. № 1. С. 107–115.
6. Клецина И.С. Развитие гендерных исследований в психологии // Общественные науки и современность. 2002. № 3. С. 181–192.
7. Музыка Е.В. Гендерные особенности восприятия власти в современной России: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2017. 32 с.
8. Образ России в мире: становление, восприятие, трансформация / Вайнштейн Г.И. и др.; отв. ред. И.С. Семененко. М.: Институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова РАН, 2008. 152 с.
9. Преснякова Л.А. Структура личностного восприятия политической власти // Полис. Политические исследования. 2000. № 4. С. 135–139.
10. Психология политического восприятия в современной России / под ред. Е.Б. Шестопап. М.: РОССПЭН, 2012. 423 с.
11. Путин 3.0: общество и власть в новейшей истории России: монография / под ред. Е.Б. Шестопап. М.: АРГАМАК-МЕДИА, 2015. 420 с.

12. Сорокин П.А. Система социологии: в 2 т. Т. 2. Социальная аналитика. Ч. 2. Учение о строении сложных социальных агрегатов. Петроград, 1920. 464 с.
13. Социология и экономика современной социальной реальности. Социальная и социально-политическая ситуация в России в 2013 г. / Г.В. Осипов и др.; отв. ред. Г.В. Осипов, Г.И. Осадчая. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2014. 305 с.
14. Buhmann A. Measuring Country Image: Theory, Method, and Effects. Wiesbaden: Springer VS, 2016. 163 p.
15. Noll J. van der, Dekker H. Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese Urban Citizens, and Their Origins [Electronic Source]. URL: <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf> (request date: 30.03.2017).
16. Tichenor P.J., Donohue G.A., Olien C.N. Mass media flow and differential growth in knowledge // *Public Opinion Quarterly*. 1970. Vol. 34. Iss. 2. P. 159–170.

REFERENCES

1. Glukhanyuk N.S., Gershkovich T.B. *Pozdnii vozrast i strategii ego osvoeniya* [Late Age and Strategy of its Development]. Moscow, Moscow Psychological and Social Institute Publ., 2003. 112 p.
2. Gorshkov M.K., Trofimova I.N. Education as a factor and a resource of civic engagement and democratic development of society. In: *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika* [Sociological Science and Social Practice], 2016, no. 1 (13), pp. 5–19.
3. Gorshkov M.K., Krumm R., Petukhov V.V. et al. *Dvadsat' let reform glazami rossiyan: opyt mnogoletnikh sotsiologicheskikh zamerov* [Twenty Years of Reforms the Way Russians See them: Experience of Sociological Measurements]. Moscow, Ves' mir Publ., 2011. 328 p.
4. Shestopal E.B., Gubchenko V.A., Davydov S.V., Dzhamaludinov Sh.Z., Dzhgama-dze K.B., Levashkina A.A., Marudina Yu.A., Rogozar' A.I., Tumysov I.A. EU through the Eyes of Russian Society Today. In: *Mezhdunarodnye otnosheniya* [International Relationships], 2016, no. 1, pp. 18–36.
5. Zamyatin D.N. The Image of the Country: Structure and Dynamics. In: *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Modernity], 2000, no. 1, pp. 107–115.
6. Kletsina I.S. The Development of Gender Studies in Psychology. In: *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Modernity], 2002, no. 3, pp. 181–192.
7. Muzyka E.V. *Gendernye osobennosti vospriyatiya vlasti v sovremennoi Rossii: avtoref. dis. ... kand. polit. nauk* [Gender Peculiarities of Perception of Power in Modern Russia: Abstract of PhD Thesis in Political Sciences]. Moscow, 2017. 32 p.
8. Weinstein G.I. et al., Semenenko I.S., ed. *Obraz Rossii v mire: stanovlenie, vospriyatie, transformatsiya* [The Image of Russia in the World: Formation, Perception, Transformation]. Moscow, IMEMO RAN Publ., 2008. 152 p.
9. Presnyakova L.A. The Structure of Personal Perception of Political Power. In: *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Policy. Political Studies], 2000, no. 4, pp. 135–139.
10. Shestopal E.B., ed. *Psikhologiya politicheskogo vospriyatiya v sovremennoi Rossii* [Psychology of Political Perception in Contemporary Russia]. Moscow, ROSSPEN Publ., 2012. 423 p.

11. Shestopal E.B., ed. *Putin 3.0: obshchestvo i vlast' v noveishei istorii Rossii* [Putin 3.0: Society and Power in the Modern History of Russia]. Moscow, ARGAMAK-MEDIA Publ., 2015. 420 p.

12. Sorokin P.A. *Sistema sotsiologii T. 2. Sotsial'naya analitika. Ch. 2. Uchenie o stroenii slozhnykh sotsial'nykh agregatov* [System of Sociology. Vol. 2. Social Analytics. Part 2. Study of the Structure of Complex Social Agregates]. Petrograd, 1920. 464 p.

13. Osipov G.V. et al., Osipov G.V., Osadchaya G.I., eds. *Sotsiologiya i ekonomika sovremennoi sotsial'noi real'nosti. Sotsial'naya i sotsial'no-politicheskaya situatsiya v Rossii v 2013 g.* [Sociology and Economics of Contemporary Social Reality. Social and Socio-Political Situation in Russia in 2013]. Moscow, RRC ISPR RAS Publ., 2014. 305 p.

14. Buhmann A. *Measuring Country Image: Theory, Method, and Effects*. Wiesbaden, Springer VS, 2016. 163 p.

15. Noll J. van der, Dekker H. Attitudes towards the EU, the USA, Russia and Japan among Chinese Urban Citizens, and Their Origins. Available at: <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/74a4d927-9e8a-45a0-b39e-08134cea1851.pdf> (accessed: 30.03.2017).

16. Tichenor P.J., Donohue G.A., Olien C.N. Mass media flow and differential growth in knowledge. In: *Public Opinion Quarterly*, 1970, vol. 34, iss. 2, pp. 159–170.



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Джгмадзе Кристина Бадровна – аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: di-an-a@yandex.ru

Рогозарь Анна Ивановна – аспирант кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: anna_rogozar@mail.ru

Kristina B. Dzhgamadze – Postgraduate Student at the Department of Sociology and Psychology of Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: di-an-a@yandex.ru

Anna I. Rogozar – Postgraduate Student at the Department of Sociology and Psychology of Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: anna_rogozar@mail.ru



ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Джгмадзе К.Б., Рогозарь А.И. Влияние социально-демографических факторов на восприятие своей страны гражданами России // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru

Dzhgamadze K.B., Rogozar A.I. The influence of socio-demographic factors on the perception of Russia by its citizens. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2017, no. 2. URL: www.evestnik-mgou.ru