

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

**ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ
РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН (ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ
ГОРОДА БЕЛГОРОДА)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 39.03.01 Социология
заочной формы обучения, группы 05001352
Мошонкиной Антонины Дмитриевны

Научный руководитель
д-р социол. наук,
доцент
Шаповалова И. С.

БЕЛГОРОД 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ		3
ГЛАВА I.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН	10
1.1	Теоретико-методологические основы изучения образа страны в общественном мнении населения	10
1.2	Анализ опыта исследований образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан	19
1.3	Анализ статистических показателей проблемы изучения образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан	25
ГЛАВА II.	ПРОГРАММНО-ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ИССЛЕДОВАНИЯ «ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БЕЛГОРОДА»	31
2.1	Методологические основы исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода»	31
2.2	Методические основы исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода»	36
2.3	Апробация инструментария и менеджмент исследования	40
ГЛАВА III.	АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ «ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БЕЛГОРОДА»	44
3.1	Анализ линейного распределения по результатам исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода»	44
3.2	Корреляционный анализ данных исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода»	57
3.3	Выводы и рекомендации по результатам проведенного исследования	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ		66
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ		70
ПРИЛОЖЕНИЯ		75

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы дипломного исследования. Современная Россия как динамично развивающееся государство ставит перед собой достаточно амбициозные цели: добиваться эффективного влияния и авторитета в мировом пространстве, иметь позитивные результаты в осуществлении своей внешней политики и экономики. В данном контексте достаточно актуальной является проблема имиджа ведущих мировых держав в сознании граждан России – как, на фоне внешнеполитических процессов россияне относятся к державным лидерам, каким образом воспринимают их политику по отношению к России, считают ли свою страну достаточно конкурентно способной на мировой арене.

Современная ситуация на внешнеполитической арене значительно усложнилась и продолжает усложняться. В условиях глобализации, развивающейся высокими темпами, диверсификации спектра общемировых экологических, социально-гуманитарных, экономических проблем, а также новых вызовов и угроз отдельное государство в отрыве от мирового сообщества уже не в состоянии обеспечить свои интересы и, по большому счету, свою жизнеспособность. В связи с этим возрастают многоплановость, насыщенность и динамизм международных отношений. Значение имиджа как эффективного и необходимого инструмента реализации государственных интересов очень велико и продолжает неуклонно возрастать. Имидж государства все больше определяет его вес на международной арене, степень влияния в самых разнообразных вопросах, в том числе возможности отстаивания собственных интересов.

Сегодня становится очевидно, что имидж государства, создаваемый внутренними и внешними СМИ, серьезно влияет на оценку мировым сообществом действий, политики и даже легитимности. Вся совокупность самобытной истории, культур, традиций и современных реалий влияет на то, как один народ воспринимает другой, влияет на форму отношений между отдельными странами, в результате которых за одними закрепляется статус надежных союзников, верных друзей, а другие относятся к категории

потенциальных врагов. В каждом государстве рождается неповторимый образ той или иной страны, нации, народности. В связи с этим для общества является исключительно важным то, каким является изучение имиджа собственной страны в сознании граждан другого государства с одной стороны, и восприятие акторов внешнеполитического взаимодействия – с другой. Такое понимание позволит также определить основной контекст воздействия источников информации на население российского региона и определить перспективные направления международного сотрудничества, что на фоне прогрессивной инвестиционной политики России становится особенно актуальным.

Таким образом, в глобальном смысле, актуальность исследования образа мировых держав в сознании российских граждан обусловлена необходимостью понимания и укрепления отношений России с иностранными государствами.

Степень научной разработанности темы дипломной работы. Интерес к теме исследования имиджа других стран в общественном мнении населения достаточно широко представлен в научных работах российских ученых. Примеры данного рода исследований можно увидеть в работах Л. Ф. Адиловой, Ю. В. Быба, О. С. Драгачевой, П. И. Жуковой, М. А. Коломенского, И. В. Лябухова, И. Р. Феоктистовой¹. Интерес для нашего исследования представляют также работы К. С. Гаджиева, Л. А. Соколовой-Сербской². Отдельно следует отметить монографии и

¹Адилова Л. Ф. Механизм трансформации имиджа России. М., 2007; Быба Ю. В. Управление общественными отношениями. Ростов-на-Дону, 2003; Драгачева О. С. Внешнеполитический имидж государства и его лидера: технологии формирования и позиционирования. М., 2002; Жукова П. И. Имидж Российской Федерации как фактор ее национальной безопасности. М., 2010; Коломенский М. А. Формирование внешнеполитического имиджа современной России. М., 2008; Лябухов И. В. Государственная политика по формированию имиджа Российской Федерации на международной арене. Барнаул, 2002; Феоктистова И. Р. Проблема имиджа постсоветской России: историко-политические подходы. Казань, 2005.

²Гаджиев К. С. Имидж России в глазах Запада. М., 2009; Соколова-Сербская Л. А. Формирование политического имиджа Российской Федерации на международной арене. М., 2007.

докторские диссертации, посвященные проблеме исследования (Э. А. Галумова, Д. Н. Замятина)¹.

Теоретическим аспектам формирования имиджа в целом посвящены работы некоторых членов Академии имиджеологии Е. А. Петровой, А. Ю. Панасюка².

Теоретические подходы к формированию образа страны рассматриваются в статьях М. В. Буланова, В. А. Колосова³.

Внешнеполитический аспект формирования образа рассматривается Н. К. Арбатовой, А. И. Сизоненко⁴.

Большое значение для целей данного исследования имеют выводы, сделанные О. Д. Абрамовой. Ее работы посвящены механизмам конструирования образа России. Также нельзя не отметить труды, И. Ю. Глинской, Н. И. Медведевой, Ю. Г. Чернышова, в которых выявляются и анализируются технологии и механизмы создания внешнеполитического имиджа Российской Федерации⁵.

Исследования образа страны в социологическом ракурсе представлены диссертациями Н. В. Илюхина, Н. Ю. Кайзер, Р. К. Кулаковского, В. А. Кононенко, Е. Е. Рябцевой, статьей Н. В. Лайдинен⁶.

¹Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования. М., 2003; Замятин Д. Н. Власть пространства и пространство власти: географические образы в политике и международных отношениях. М., 2004.

²Петрова Е. А. Имидж и судьба человека. СПб., 2001; Панасюк А. Ю. Имидж. М., 2012.

³Буланов М. В. «Soft power» как подход к формированию образа государства в американской политической науке. Барнаул, 2010; Колосов В. А. Политическая география: проблемы и методы. СПб., 1988.

⁴Н. К. Арбатова Н. К. Роль образа России в формировании общеевропейского политического пространства. М., 2003; Сизоненко А. И. Образ России в Латинской Америке. М., 2008.

⁵Абрамова О. Д. Конкурентоспособность России в контексте международной безопасности. М., 2007; Глинская И. Ю. Актуальные вопросы укрепления международного имиджа России. М., 2010; Медведева Н. И. Внешнеполитический имидж России в контексте развития отношений с Европейским союзом. М., 2008; Чернышов Ю. Г. Современная Россия и мир: альтернативы развития. Барнаул, 2007.

⁶Илюхин Н. В. Формирование имиджа России в постсоветский период. М., 2006; Кайзер Н. Ю. Трансформация образов России в общественном мнении населения провинциального региона РФ. Барнаул, 2010; Кулаковский Р. К. Имидж политической власти как ресурс регионального управления в России. М., 20019; Кононенко В. А.

Важную роль в проведении данного исследования играют работы Н. П. Попова, который изучал общественное мнение россиян об Америке. Подобного рода исследование, проводили Л. Н. Гарусова, Л. Л. Ларина. А. П. Пакрухин и А. Ю. Игнатъев в своей совместной работе изучали имидж страны на примере Канады, России, Великобритании и Латвии. Образ Франции в сознании российского населения исследовал Я. В. Тюпа; образ Англии – А. С. Гаврикова¹.

Проблема исследования представляется противоречием между необходимостью оценки и контроля общественной позиции по отношению к образу и политике ведущих держав мировой политической арены и отсутствием эффективного инструмента оценки данных общественных диспозиций.

Объектом исследования является общественное мнение населения России.

Предметом исследования имидж ведущих мировых держав в сознании российского населения.

Целью исследования является создание эффективного инструмента диагностики общественной позиции по отношению к образу и политике ведущих мировых держав.

Задачи исследования:

1. Изучить теоретико-методологические основы исследования проблемы формирования образа страны в общественном мнении населения.

Формирование национального образа Финляндии как аспект внешней политики современного государства. М., 2005; Рябцева Е. Е. Американское общественное мнение по проблемам внешней политики и его место в политической системе США. Волгоград, 2002; Лайдинен Н. В. Образ России в зеркале российского общественного мнения. М., 2001.

¹Гарусова Л. Н., Ларина Л. Л. Соединенные Штаты Америки и Россия в современном мире: взгляды россиян и американцев. М., 2015; Пакрухин А. П., Игнатъев А. Ю. Имидж страны: смена парадигмы. Взгляды из Канады, России, Великобритании и Латвии. М., 2003; Попов Н. П. Общественное мнение в России и США о российско-американских отношениях. М., 2015; Тюпа Я. В. Общественное мнение России начала XIX века о Франции. М., 2008.

2. Разработать программно-инструментальный комплекс социологического исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода».

3. Апробировать и проанализировать результаты апробации инструментария исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода».

Теоретические и методологические основы дипломной работы.

1. Междисциплинарный подход социологического исследования – подход, позволяющий методы из одной научной дисциплины переносить в другую.

2. Системный подход социологического исследования – подход, главной целью которого является рассмотрение объекта как системы: целостного комплекса взаимосвязанных элементов; совокупности взаимодействующих объектов).

3. При написании выпускной квалификационной работы были использованы теоретические подходы и концепции следующих ученых: Э. А. Галаумова, В. Г. Кисмерешкина, А. Ю. Панасюка, Г. Г. Почепцова, И. Я. Рожкова, Л. А. Соколовой-Сербской, Л. А. Фадеевой и других¹.

В данном исследовании использовались следующие методы сбора социологической информации:

1. Массовый опрос – метод социологического исследования, который дает массовую представительную картину об изучаемом предмете; не оказывает влияния на респондента, его собственные установки и взгляды.

¹ Галаумов Э. А. Международный имидж современной России: политологический анализ. М., 2004; Кисмерешкин В. Г., Рожков И. Имидж России. Ресурсы, опыт, приоритеты. М., 2008; Панасюк А. Ю. Имидж. М., 2012; Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. М., 1995; Соколова-Сербская Л. А. Роль средств массовой информации в формировании политического имиджа России на международной арене (1999-2004 гг.). М., 2006; Фадеева Л. А. Формирование образа России в современном мире: социокультурные механизмы. М., 2008.

Благодаря массовому опросу можно собрать информацию за более короткий срок. Выборка по данному исследованию составила 400 человек.

2. Интервью – это метод опроса, предполагающий личное общение интервьюера с респондентом, при котором исследователь (или его полномочный представитель) сам задает вопросы и фиксирует ответы. Надежность собираемых данных повышается за счет уменьшения числа не ответивших и ошибок при заполнении вопросников. Интервью дает возможность исследовать глубинные мотивы и мнения респондентов. В интервью задействовано 20 человек.

3. Экспертное интервью – метод качественного исследования, одна из разновидностей глубинного интервью, беседа с компетентным специалистом отрасли (экспертом) по определенной теме и интервьюером (модератором). Экспертами выступают специалисты, которым известны специфические стороны изучаемого предмета, маркетингового явления, события.

Эмпирическую базу дипломной работы составили результаты социологических исследований, проведенные в разное время различными научными коллективами. В том числе:

1. Авторское исследование «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода». Число участников опроса – 400 респондентов. Анкетный опрос населения города Белгорода, март – апрель 2018 года.

2. Опрос экспертов на тему «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода». Число участников – 10 экспертов в области общественного мнения, апрель 2018 года.

3. Опрос населения методом интервью на тему «Образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода». В опросе приняло участие 20 респондентов, май 2018 года.

4. Результаты, полученные методом вторичного анализа данных опроса «Россияне о стране и мире», проведенного экспертами ВЦИОМ в 2006 году. Выборка составила 1500 человек из различных регионов России.

5. Результаты, полученные методом вторичного анализа данных опроса «Мнение россиян о Великобритании и британцах», проведенного Фондом Общественное мнение в 2003 году. В исследовании приняли участие 800 человек.

Научно-практическая значимость исследования заключается в следующих положениях:

1. В ходе написания выпускной квалификационной работы разработана качественная программа социологического исследования образа ведущих мировых держав в сознании населения города Белгорода, которая в дальнейшем может быть использована для более масштабного изучения проблематики работы.

2. Полученные выводы и результаты исследования представляют собой полноценный социологический анализ образа ведущих мировых держав в сознании населения города Белгорода.

3. Рекомендации по данному исследованию разработаны с целью практического применения. Материалы работы могут быть включены в курс лекций по различным направлениям подготовки.

Структура выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка источников и литературы и приложений.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН

1.1. Теоретико-методологические основы изучения образа страны в общественном мнении населения

В настоящее время популярность исследований имиджа страны в общественном мнении населения весьма велика, а мода на подобные исследования пришла из сферы политического маркетинга. Если в западных исследованиях принято использование общего термина «имидж», то в российской науке прижилось использование двух терминов: «имидж» и «образ», однако общего понимания этих терминов так и не было выработано. В связи с этим понятия «имидж» и «образ» являются взаимозаменяемыми в большинстве исследований. Многие отечественные специалисты и политологи считают эти понятия эквивалентными. Например, согласно высказыванию министра иностранных дел С. В. Лаврова, «образ – это то же самое, что имидж, но по-русски»¹.

Представления о стране в мире были важнейшим ресурсом формирования национальной внешней политики задолго до того, как понятие «образа страны» появилось в политическом и научном дискурсах. Интерпретация таких представлений целенаправленно использовалась правящей элитой и как важный источник идеологического обеспечения внутривнутриполитического курса. Но в качестве вполне осязаемого инструмента продвижения национальных и групповых интересов образ страны стал рассматриваться в условиях информационного общества, когда утвердилось понимание роли владения информацией и обмена ею как ключевых ресурсов развития.

Категорию «образ» можно использовать для обозначения устойчивой совокупности представлений, которые координируют и регулируют взаимодействие индивида с явлениями внешнего мира. Образ включён в систему жизненных отношений между человеком и миром. В соответствии с

¹ Лавров С. В. Между прошлым и будущим. М., 2011. С. 26.

ним усматриваются, отбираются, группируются и комментируются факты. В этом случае образ играет роль структурного принципа, который гарантирует целостность всей системы восприятия. Образ размещается в тех глубинах индивидуального, группового и корпоративного сознания, которые обозначаются понятиями «менталитет» и «архетипы».

Менталитет и архетип являются центральными понятиями в аналитической психологии, они соединяют образы и эмоции. Согласно швейцарскому психологу К. Юнгу, они представляют собой структурные элементы человеческой психики, которые скрыты в «коллективном бессознательном». В этой категории содержится что-то наподобие генетического кода человечества, некая врождённая психическая константа его развития, источник психической энергии¹.

Ключевое значение в создании образов играет стереотип – схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенный и обладающий большой устойчивостью; выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта. Стереотипы позволяют воспользоваться готовым клише восприятия того или иного явления, освобождают от необходимости дополнительных мыслительных усилий для формирования собственного мнения. В условиях современного информационного взрыва человек не имеет физической возможности самостоятельно изучить все значимые для него явления. Поэтому легче полагаться на существующие стереотипы. Однако это открывает большие возможности для манипуляции сознанием, особенно со стороны тех, кто владеет СМИ. В работах, посвященных изучению рациональных элементов политического сознания, утверждается, что нельзя

¹ Кожемяков Ю. Я., Сергеев В. М. Прогнозирование политического развития: особенности разработки динамических моделей. СПб., 1981. С. 56.

понять политическое сознание без обращения к глубинным психологическим основаниям, без изучения природы бессознательного¹.

Под имиджем/образом страны понимается совокупность представлений о стране у различных групп лиц (как вне страны, так и внутри нее). Имидж (образ) страны – это комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов. В основе имиджа страны лежат национальные образы-символы, связанные с географическими, цивилизационными, историко-культурными, этнорелигиозными особенностями.

Образ государства – это база, определяющая, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате тех или иных акций ее субъектов, взаимодействующих с внешним миром. В свою очередь, направления, характер, практические формы организации международного взаимодействия зависят от того, что несет в себе образ государства.

Несмотря на то, что государства во все времена стремились как можно лучше представить себя миру, за последние десятилетия имидж государства приобрел еще большее значение. Для этого наибольшее влияние имели экономические и культурные аспекты глобализации. Имидж государства, как и любой другой, имеет несколько пластов и различных аспектов. Для того чтобы осуществить комплексное исследование образа страны, необходимо проанализировать восприятие имиджа гражданами как внутри государства, так и извне, поскольку именно от международного имиджа во многом зависят

¹ Вишнякова С. М. Профессиональное образование. М., 1999. С. 12.

инвестиционная привлекательность страны, расширение возможностей для туризма, сотрудничество деловых кругов и т.д.

Общая структура имиджа страны следующая:

- внешний имидж – представление о стране, которое складывается у населения других государств;
- внутренний имидж – представление страны о себе, которые включают: национальную идентичность, статус государства в международной среде, ситуативные образы, приносимые правящей элитой, которые транслируются широкой общественности.

Основное различие внешнего и внутреннего имиджа – аудитория, с которой осуществляются коммуникации. Внешний имидж страны формируется в общественном мнении жителей других государств, внутренний – ее собственных граждан.

В 1994 г. в свет выходит первая книга В. М. Шепеля «Имиджелогия: секреты личного обаяния», которая обозначила зарождение новой области научного исследования. Большой вклад в развитие отечественной имиджелогии внес Г. Г. Почепцов, написавший такие работы как «Паблик рилейшнз для профессионалов»; «Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз»; «Имиджелогия» и другие¹.

Интересным представляется исследование Ю. Я. Кожемякова «Прогнозирование политического развития: особенности разработки динамических моделей», которое носит, однако, скорее социологическую направленность².

¹ Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. М., 1995; Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М., 1997; Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. Киев, 1997; Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М., 2000; Шепель В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. М., 1994.

² Кожемяков Ю. Я., Сергеев В.М. Прогнозирование политического развития: особенности разработки динамических моделей. М., 1981.

В последующие годы наступило относительное затишье. Из-за этого в отечественной науке так и не сформировалась единая теория или противоборствующие школы в сфере имиджмейкинга. Большой интерес для нас представляют работы российского психолога А. Ю. Панасюка такие как «Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники», «Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа», а также его доклад на тему «Имидж: определение центрального понятия имиджелогии». В своих работах он подробно изучает что такое имидж и имиджелогия, какого средства и механизмы формирования политического имиджа¹.

Однако, перечисленные работы носят в большей степени прикладной характер. Нас же, помимо теории, интересует и практика: как формировался имидж России? Здесь мы можем заметить резко возросший в последние годы интерес к этому вопросу. Так, полезными представляются нам диссертация Э. А. Галумова «Международный имидж современной России: политологический анализ», а так же работа Л. А. Соколовой-Сербской «Формирование имиджа Российской Федерации на международной арене (1992-1999 гг.)», С. А. Зубкова «Формирование международного имиджа Н. С. Хрущева 1955-1964гг.»².

Большое значение для целей данного исследования имеют выводы, сделанные О. Ю. Малиновой о взаимовосприятии России и Запада, трансформации идентичности на протяжении XX в. Работы Л. А. Фадеевой посвящены механизмам конструирования образа России. Также нельзя не отметить труды О. Д. Абрамовой, И. Ю. Глинской, М. А. Коломенского, Н. И.

¹Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М., 2007; Панасюк А. Ю. Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа. М., 2007; Панасюк А. Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии. М., 2003.

² Галаумов Э. А. Международный имидж современной России: политологический анализ. М., 2004; Соколова-Сербская Л. А. Роль средств массовой информации в формировании политического имиджа России на международной арене (1999-2004 гг.). М., 2006; Зубков С. А. Формирование международного имиджа Н. С. Хрущева 1955-1964 гг. М., 2007.

Медведевой, Ю. Г. Чернышова, в которых выявляются и анализируются технологии и механизмы создания внешнеполитического имиджа Российской Федерации¹.

Восприятие людьми друг друга является одним из ключевых условий понимания и взаимодействия представителей различных стран. Международный имидж государства являются важной составляющей восприятия страны.

Одной из ключевых задач любого современного государства является формирование и использование позитивного имиджа страны и ее лидера. Создание подобного внешнеполитического имиджа, подкрепленного реальными успехами государства на международной арене, гарантирует ему признание и влияние в мире, что обуславливается тем, что XXI в. является веком информации, информационных технологий, а также информационных войн.

Необходимость формирования международного имиджа любого государства неоспорима. Правильная направленность формирования международного имиджа сегодня выполняет несколько значимых функций.

Престиж государства повышает воспитательно-патриотическую роль имиджа страны для ее граждан, в частности молодого поколения. Высокий или низкий международный имидж государства помогает сформировать совершенно различные восприятия собственной страны.

Высокий имидж страны позволяет надежнее фиксировать политические и экономические успехи государства на международной арене.

¹Абрамова О. Д. Конкурентоспособность России в современном мире: политологический анализ. М., 2004; Глинская И. Ю. Политические механизмы формирования позитивного имиджа России. М., 2010; Коломенский М. А. Формирование внешнеполитического имиджа современной России (2000-2007 гг.). М., 2008; Медведева Н. И. Внешнеполитический имидж России в контексте развития отношений с Европейским союзом. М., 2008; Чернышов Ю. Г. Государственная символика и международный имидж России (пространственные и временные аспекты). М., 2006; Фадеева Л. А. Формирование образа России в современном мире: социокультурные механизмы. М., 2008.

Международный имидж государства отличается сильной эмоциональной составляющей. Имидж должен выступать неким посредником между государством и целевой аудиторией. То есть, можно говорить о том, что международный имидж государства осуществляет связь общественного мира и реального государства.

Имидж страны включает в себя ряд основных элементов:

- имидж власти;
- имидж экономики;
- имидж Вооруженных Сил;
- внешнеполитический имидж;
- восприятие гражданами образа своей страны;
- имидж информационной политики государства.

Таким образом, имидж страны – это образ, формируемый в общественном сознании средствами рекламы, пропаганды и т.д. В его основе лежат национальные образы. Имидж является совокупным показателем авторитета государства и успешности действий на международной арене, оценкой мнения зарубежной общественности о стране.

Имидж страны – это своего рода результат взаимодействия большого числа факторов, часть из которых она может контролировать, большинство же факторов контролю не поддается, но на них можно попытаться каким-то образом влиять.

К факторам, оказывающим первостепенное влияние на формирование имиджа страны, исследователи относят имиджевые коммуникации и такие концепты, как государственная политика, национальное самосознание, международные отношения, средства массовой информации и технологии публичных рилейшнз.

Также на формирование образа страны оказывают воздействие три группы факторов:

1. «Условно статичные» факторы формирования образа страны:

- природно-ресурсный потенциал;
- национальное и культурное наследие;
- нерегулируемые (постоянные) геополитические факторы – географическое положение, площадь занимаемой территории, протяженность границ государства, выход к морям и т.д.;
- исторические события, повлиявшие на развитие государственности (завоевания, великие научные и географические открытия и т.п.), а также вклад выдающихся личностей, облик которых неразрывно связан с историей развития страны;
- базовая форма государственного устройства и структура управления.

2. «Корректируемые условно динамичные» социологические факторы формирования образа страны:

- социально-психологические настроения в обществе;
- формы общественно-политической интеграции, структура, характер и принципы деятельности общественно-политических объединений;
- морально-нравственные аспекты развития общества.

3. «Корректируемые условно динамичные» институциональные факторы формирования образа страны:

- устойчивость экономики, оцениваемая комплексом показателей динамики ВВП, уровнем доходов на душу населения, объемом привлекаемых инвестиций, финансовой обеспеченностью бюджетов всех уровней, гарантией прав и свобод хозяйствующих на рынке субъектов реального сектора экономики и др.;
- правовое пространство страны и соответствие правовых норм международным требованиям;
- функции, полномочия и механизмы государственного регулирования различных областей и сфер деятельности в стране (эффективность властной конструкции).

Одним из наиболее важных факторов является безопасность. Безопасность является экзистенциальной потребностью как отдельного человека, так страны в целом и при ее отсутствии значение других потребностей сводится к нулю.

Подводя итог параграфа, имидж страны (как и любой другой имидж) определяет отношение к объекту (т.е. к самому государству). Основная часть взаимодействий как внутри страны, так и на международной арене, строится не на сущностном познании, а именно на основе имиджа. Так, имидж страны, совпадающий со стереотипно требуемым, повышает конкурентоспособность. Необходимый имидж страны – убедительный аргумент для влияния на принятие множества межгосударственных решений. Получается, что одна из важнейших задач первых лиц страны – овладение технологией имиджирования, адекватной смыслам и целям государственной политики, и успешное управление имиджем страны.

1.2. Анализ опыта исследований образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан

Изучение данных, полученных при изучении образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан является важной частью нашей работы. Существует ряд научных исследований в российской науке посвященных изучению международного имиджа страны. Мы рассмотрели наиболее распространенные из них.

Как показывают исследования, восприятие России и российских граждан в разных регионах и частях мира заметно варьируется, причем огромное влияние на международный имидж страны оказывает характер освещения российской проблематики зарубежными СМИ. В целом более позитивный образ России характерен для государств СНГ и стран третьего мира, гораздо более негативный – для Запада. В Восточной Европе наблюдается наибольший разброс мнений – от резко отрицательного отношения до выражено положительного. Далеко не все причисляют современную Россию к развитым государствам. И все же многие видят в ней третью по важности мировую державу после США и Китая.

Имидж России в международном контексте, с одной стороны, определяется характером отношения к России и россиянам со стороны граждан других стран мира; с другой стороны, он в высокой степени подвержен влиянию освещения проблем России зарубежными средствами массовой информации.

Согласно данным совместных англо-американских исследований «брендоемкости» различных стран, осуществленных в 2008 году, Россия в списке привлекательных для иностранных граждан стран заняла предпоследнее (из двадцати пяти) место, обогнав лишь Турцию. При этом, однако, она уступила таким странам, как Китай, Южная Африка, Египет и Мексика. Если принять во внимание вывод о разрыве между сложившимся в мире символическим образом России и тем, что она представляет собой на самом деле, то можно утверждать, что в настоящее время этот разрыв в

восприятию особенно велик, причем вектор его изменения направлен не в лучшую для России сторону. Так, по словам посла Швейцарии в России В. Фечерин, ему не приходилось бывать в стране, «имидж которой в такой степени расходился бы с действительностью». «Репутация России, – полагает В. Фечерин, – значительно хуже, чем сама страна»¹.

Восприятие России и россиян в странах мира заметно варьируется в зависимости от региональной принадлежности государства. Согласно данным одного исследования, в рамках которого были осуществлены замеры позитивного и негативного отношения граждан к различным странам мира, достаточно позитивный образ России характерен для стран СНГ и стран третьего мира, при этом в несколько меньшей степени – для Латинской Америки и Ближнего Востока (однако в странах Ближнего Востока образ России значительно более позитивен, чем образ США) (см. Рис. 1).

	Мнение о России		Мнение о США		Мнение о Китае		Мнение об Иране	
	Негативн.	Позитивн.	Негативн.	Позитивн.	Негативн.	Позитивн.	Негативн.	Позитивн.
В России	8	89	48	41	26	60	37	40
В Украине	16	81	39	54	18	64	42	38
В Болгарии	12	78	40	51	29	44	58	13
В Индии	27	58	28	59	43	46	52	31
В Нигерии	28	58	27	70	18	75	47	44
В Китае	32	54	57	34	6	93	55	26
В Танзании	20	50	39	46	11	70	43	33
В Британии	31	47	42	51	27	49	57	24
В Чили	29	47	35	55	22	62	57	20
В Египте	50	46	78	21	31	65	50	48
В США	35	44	18	80	39	42	71	14
В Чехии	54	41	50	45	58	35	80	13
В Бразилии	49	37	51	44	40	50	78	13
Во Франции	65	35	60	39	51	47	84	14
В Германии	62	34	66	30	54	34	85	10
В Польше	58	34	31	61	42	39	68	17
В Турции	64	17	83	9	53	25	56	28

Рис 1. Мнение о России, США, Китае и Иране в разных странах мира в 2007 г. (%)

¹ Гамалеева М. Формирование образа России как аспект публичной внешней политики. М., 2006; Моисеева В., Кузнецов Е. Репутация России: В чем тут фокус? СПб., 2004. С. 76.

Заметно более негативен образ России в странах Запада (при этом, в несколько меньшей степени в США, Канаде и Великобритании). Для стран Восточной Европы характерна очень сильная вариация (скажем, в Болгарии образ России – выражено позитивен, а в Польше – выражено негативен)¹.

По данным социологических опросов, проведенных в 2007 г. в Германии, подавляющее большинство немцев (90%) ассоциируют Россию, в первую очередь, с огромными территориями, во вторую – с проблемой неравенства. Из числа качеств, приписываемых немцами россиянам, первое место заняло пьянство. Среди положительных характеристик россиян жители Германии выделили гостеприимность, отвагу, эмоциональность и щедрость. Также результаты исследования показали, что позитивными аспектами имиджа России в Германии являются экономический рост, классическое искусство и классическая литература².

Интересные научные результаты получены в ходе Интернет-опроса, проведенного в 2006 г. среди российских и западноевропейских студентов-членов Международной ассоциации студентов, обучающихся по специальности связи с общественностью (European Association of Students Studying Public Relations). Опрос показал, что среди студентов из России, Западной и Восточной Европы образ России значимо ассоциируется с коррупцией и бедностью, при этом подобная ассоциация особенно распространена среди студентов из Восточной Европы, что коррелирует с тем обстоятельством, что именно учащиеся ВУЗов из Восточной Европы причисляют нашу страну к третьему миру (см. Рис. 2)³.

¹Kohut A., Wike R., Horowitz J. M. Forsa study on Russia's image in Germany. Berlin, 2007. P. 137.

²Snakin I., Vasilieva O., Yankovich K. The Image of Russia. International Project. Berlin, 2006. P. 84.

	Россия	Восточная Европа	Западная Европа
Великая страна	☼☼☼		☼☼
Душевный народ	☼☼☼☼	☼	☼☼☼☼
Страна как страна	☼☼	☼☼	☼
Страна третьего мира		☼☼☼	
Коррупция, нищета	☼	☼☼☼☼	☼
Мировая держава	☼☼		☼☼☼
Прекрасная страна	☼☼☼☼	☼☼	☼☼☼
Загадочная страна		☼	☼☼☼
Великий народ	☼☼☼	☼	☼☼
Будет лучше не думать	☼☼	☼	

Рис. 2. Исследование имиджа России «Что Вы думаете в целом о России»

Результаты социологического исследования, реализованного Фондом Бертелсманна, в ходе которого были опрошены жители девяти крупных стран, показывают, что Россию воспринимают как третью по важности мировую державу после США и Китая: 39% опрошенных сочли Россию мировой державой, при этом с 2005 г. по 2007 г. этот процент вырос на 12%. Примечательно, что больше всего респондентов, считающих Россию супердержавой, в Германии, Великобритании и Китае (см. Рис.1)¹.

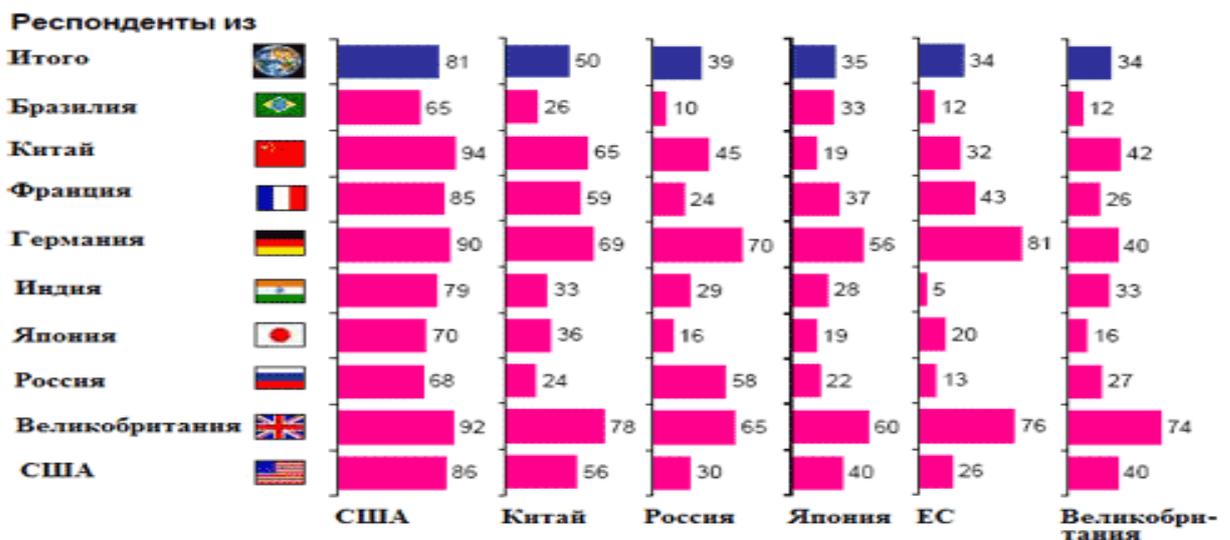


Рис. 1. Ответы жителей крупных стран на вопрос «Какую страну Вы считаете супердержавой?»

¹ Who Rules the World? Berlin, 2007. P. 94.

Еще раньше, в апреле-мае 2003 года, проводилось другое кросс-культурное исследование восприятия образа России иностранцами, в процессе которого было опрошено более трехсот граждан Германии, Франции, США, Великобритании и Китая. Исследование показало, что имидж России в сознании иностранных граждан складывается из трех основных компонентов: культура, политика, образ самого «русского человека». Рассмотрим каждый из них подробнее.

1. Культура (духовное и материальное культурное наследие) воспринимается как наиболее выигрышный компонент за рубежом. Ее неоспоримая значимость для мира зафиксирована на уровне базовых представлений респондентов. При этом они апеллировали в основном к русской культуре. Исследование выявило и то, что современная культура России не в состоянии пока оказать позитивного влияния на имидж страны в сознании иностранцев.

2. Политика (государственное устройство, взаимоотношения с другими странами, перспективы развития, правящие круги) удостоилась самой низкой оценки. По мнению западных респондентов, в России нет демократических традиций и институтов, а также эффективной системы управления обществом. Для страны, по их представлениям, характерны коррумпированность власти и беззаконие.

3. Образ «русского человека» за рубежом противоречив. Там «лицо России» – это «очень богатые люди», «плохо образованные новые русские, сорящие деньгами, нажитыми нечестным путем». Но побывавшие в России иностранные граждане упоминают также «очень бедных людей», «бабушек». Отношение же к русским людям поляризовано в зависимости от характера социальных контактов: от «русские – дружелюбные, гостеприимные и общительные» (при близких контактах) до «русские – злые, замкнутые, невоспитанные».

Существенным фактором, негативно влияющим на имидж России в мире, и, в частности, на ее позиционирование как динамично развивающейся

страны, является демографическая ситуация. Основными причинами демографических проблем России с точки зрения иностранных СМИ выступают низкая рождаемость, высокая смертность, алкоголизм, наркомания, детские болезни, здоровье женщин и мужчин, миграционная ситуация.

По мнению специалистов, негативное восприятие России во многом обусловлено неоднозначностью представлений россиян о самих себе, отсутствием внятной интерпретации «гуманистических и идеологических установок» новой России и, соответственно, непоследовательностью в их реализации, несформированностью того образа, который следовало бы конструировать в глазах мировой общественности.

Подводя итог данного параграфа, мы приходим к выводу, что общая картина восприятия России и граждан Российской Федерации в сознании жителей других стран является достаточно противоречивой. Нами было выявлено большое количество исследований, посвященных изучению международного имиджа России. Вопрос образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан продолжает оставаться недостаточно освещенным. Как мы выяснили в первом параграфе, данная тема является актуальной и требует непосредственного изучения. Своевременное исследование международного образа ведущих стран позволит скорректировать и качественно улучшить не только отношения государственного уровня, но и личностное восприятие граждан различных стран. Анализ образа ведущих мировых держав у населения России позволяет делать практические выводы, разрабатывать социальные технологии, направленные на решение проблем международного характера.

1.3. Анализ статистических показателей проблемы изучения образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан

Аналитика статистических показателей, которые были получены в ходе социологических исследований, выступает важной проводимого исследования. В данном параграфе нами будут рассмотрены данные, полученные посредством нескольких социологических исследований. На сегодняшний день существует масса различных рейтингов стран мира. Они базируются на различных показателях (политические, и экономические аспекты, уровни преступности, образования, и т. д.). Наиболее важным показателем является уровень жизни населения, который выступает в качестве совокупности всех параметров.

Уровень жизни населения, в широком смысле, представляет собой определенную степень удовлетворения финансовых и духовных нужд населения страны той массой товаров и услуг, которые используются в конкретный период времени. Обычно за базовые показатели принимают объем реальных доходов на человека, и его соотношение к потребительской корзине товаров и услуг.

Качество жизни также рассматривается исходя из нематериальных показателей, таких как, к примеру, анализ состояния здоровья населения и состояния экологии страны, психологический комфорт и т.д.

Этот показатель иллюстрирует то, насколько люди, живущие в той или иной стране, либо отдельно взятые ее регионы, удовлетворены с точки зрения духовных и материальных потребностей в определённый промежуток времени. Как правило, за временную единицу берётся год.

Уровень жизни рассчитывается на основании доходов на душу населения, реально имевших место, и объёме потреблённых товаров и услуг. При этом уровень жизни не всегда тождествен уровню благосостояния: последний есть единица более широкая, и при расчёте этого показателя учитываются ещё и духовные и материальные блага.

Что касается индикаторов для уровня жизни, то их перечень выведен и утвержден Организацией Объединенных Наций:

1. рождаемость, смертность и продолжительность жизни;
2. санитарно-гигиеническая обстановка;
3. количество потребляемого продовольствия;
4. жилищные условия;
5. качество образования и культуры;
6. уровень занятости, условия труда;
7. баланс доходов и расходов;
8. цены для потребителей;
9. состояние транспортной инфраструктуры;
10. рекреационная система;
11. уровень социального обеспечения;
12. права и свободы людей.

Пожалуй, самыми весомыми показателями являются доход на душу населения и продолжительность жизни. По этому параметру эксперты проводят анализ уровней жизни разных слоёв населения. В России в этот критерий входят бюджет прожиточного минимума и минимальный бюджет потребителей.

Мы рассмотрели рейтинг, составленный агентством Legatum Prosperity Index. При подсчёте данных оно ориентируется не только на общегосударственные показатели, но и на качество жизни самого населения, принимая во внимание уровни зарплат, образовательную систему, соотношение цен в государстве и реального материального положения среднестатистического гражданина.

В 2017-2018 году, по данным агентства, Россия в мировом списке занимает 61 место при общем количестве в 142 пункта, расположившись между Шри-Ланкой и Вьетнамом.

Из своих ближайших географических и экономических партнёров Россия уступила Белоруссии, которая заняла 58 место, Греции (54 место) и

Китаю (51 место). С другой стороны, эти показатели выше показателей Узбекистана, который находится на 63 месте, Украины (64 место) и Азербайджана (81).

Рассмотрим отдельно показатели рождаемости среди стран мира. Уровень рождаемости в России сейчас (в годовом выражении) составляет 12,9 родившихся на 1000 жителей против 12,0 в прошлом году. Коэффициент рождаемости в России сейчас выше, чем в некоторых развитых странах мира (например, в Германии коэффициент рождаемости был равен 8,3 родившихся на 1000 жителей, а в Японии 8,4) и примерно соответствует показателям таких стран, как Франция (12,7), Австралия (12,3), Великобритания (12,2), Бельгия, Норвегия, Швеция, Эстония (около 12).

Естественная убыль населения в России за первые 7 месяцев 2017 года в сравнении с аналогичным периодом прошлого года снизилась и составила 43,6 тыс. человек (против 139,6 тыс. человек в прошлом году).

Исходя из результатов исследования, лучше всего дела в России состоят с образованием. Образование – важный критерий для развития и личностного роста молодежи. Рейтинг стран по уровню образования населения составлен Организацией Объединённых Наций, который используется для расчёта «Индекса человеческого развития» (Human Development Index). Индекс измеряется по 2 основаниям: уровню грамотности взрослого населения и совокупности доли учащихся и получающих начальное, среднее и высшее образование. Обновляется Индекс уровня образования раз в два-три года. Лидером по уровню образования является Австралия с индексом 0,932. В десятку лидеров также вошли Дания (0,924), Новая Зеландия (0,917), Ирландия и Норвегия (0,907), Нидерланды (0,894), Германия (0,893), США (0,889), Великобритания (0,885) и Канада (0,874). Россия, с индексом 0,806, занимает 32 место в рейтинге, обойдя таких представителей развитых стран, как Гонконг, Испания, Италия, Болгария, Саудовская Аравия, ОАЭ, Бразилия, Турция, Китай и др.

Важным показателем уровня страны выступает ВВП. ВВП – один из ключевых количественных показателей экономического развития, применяемый во всём мире для наиболее общей характеристики результатов экономической деятельности страны за тот или иной период времени (обычно за год), темпов и уровня развития экономики. В сочетании с другими показателями ВВП используется для характеристики различных аспектов экономического процесса, а также для анализа колебаний в экономической конъюнктуре. Часто ВВП рассматривается в качестве показателя уровня жизни населения, так как в некоторых случаях он используется для этой цели ввиду отсутствия более подходящих показателей. Применение ВВП в качестве показателя благосостояния населения представляет в известном смысле компромиссное решение, связанное с отсутствием на практике других сравнимых в международном плане показателей дохода и благосостояния.

Чаще всего используются два метода расчёта ВВП:

1. Путём суммирования всех доходов в экономике – заработной платы, процентов на капитал, прибыли и ренты.
2. Путём суммирования всех произведённых расходов – потребления, инвестиций, государственных закупок товаров и услуг, а также чистого экспорта (экспорт минус импорт).

Теоретически результат вычислений в обоих случаях должен быть одним и тем же, так как расходы одного участника экономических отношений всегда являются доходами для другого, поэтому сумма всех расходов должна быть равной сумме всех доходов.

Существует несколько подходов для определения места страны в мировой экономике. Наиболее часто применяемый подход заключается в разделении всей мировой экономики по группам стран с учетом уровня дохода на душу населения. Такой подход на протяжении длительного времени используется международными экономическими организациями, также при этом ежегодно исчисляются абсолютные показатели дохода на душу

населения по странам. Еще один наиболее распространенный подход основан на использовании социально-экономических показателей.

К группе показателей уровня социально-экономического развития относятся: относительный и абсолютный ВВП (ВНП); инвестиций в основной капитал; национального дохода; потребительских цен; отраслевых структур национальной экономики; структур экспорта и импорта страны; доли занятых в отдельных секторах хозяйства; уровня грамотности населения; качества и продолжительности жизни населения; структур внешней торговли; золотовалютных резерв страны и т.д.

Среди промышленно развитых стран ведущая роль принадлежит странам «G7», которые обеспечивают 31,5 % мирового ВВП, а также 34,3 % мирового экспорта. Доминирующее место среди группы развитых стран, стран семерки, принадлежит в настоящее время, а также на протяжении длительного периода, США, доля ВНП которого составляет 37,2 %. Лидирующее место США занимает и на мировом олимпе с долей 15,8 % от мирового ВВП. ЕС обладает вторым по значимости после США экономическим потенциалом, на долю Европы приходится 25,6 % мирового экспорта и 4,7% населения.

В данном параграфе нами были рассмотрены основные характеристики мировых держав на международной арене, а также проанализированы данные, полученные в ходе различных социологических исследований.

Выводы по первой главе.

1. Имидж/образ страны – совокупность представлений о стране у различных групп лиц (как вне страны, так и внутри нее); это комплекс объективных взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности как сложной многофакторной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических, общественно-политических, национально-конфессиональных и иных процессов.

2. Изучение и анализ образа ведущих держав в сознании российских граждан позволит понять и улучшить взаимодействие между государствами, а также укрепить положение России на международной арене.

3. Проблема образа/имиджа страны является весьма популярной среди ученых всего мира. В России этим вопросом начали заниматься в конце XX века. Данной тематикой занимались: Г. Г. Почепцов, Ю. Я. Кожемяков, А. Ю. Панасюка, Э. А. Галумов, Л. А. Фадеева и другие.

4. Как показывает анализ ранее проведенных исследований, образ России в сознании иностранных граждан представляется довольно противоречиво. Это вызвано несколькими аспектами, главными из которых являются: политика, культура и демографическая ситуация в Российской Федерации.

ГЛАВА II. ПРОГРАММНО-ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ИССЛЕДОВАНИЯ «ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН (ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БЕЛГОРОДА)»

2.1. Методологические основы исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)»

Описание проблемной ситуации. Современная Россия как динамично развивающееся государство ставит перед собой достаточно амбициозные цели: добиваться эффективного влияния и авторитета в мировом пространстве, иметь позитивные результаты в осуществлении своей внешней политики и экономики. В данном контексте достаточно актуальной является проблема имиджа ведущих мировых держав в сознании граждан России – как, на фоне внешнеполитических процессов россияне относятся к державным лидерам, каким образом воспринимают их политику по отношению к России, считают ли свою страну достаточно конкурентно способной на мировой арене.

Сегодня становится очевидно, что имидж государства, создаваемый внутренними и внешними СМИ, серьезно влияет на оценку мировым сообществом действий, политики и даже легитимности. Вся совокупность самобытной истории, культур, традиций и современных реалий влияет на то, как один народ воспринимает другой, влияет на форму отношений между отдельными странами, в результате которых за одними закрепляется статус надежных союзников, верных друзей, а другие относятся к категории потенциальных врагов. В каждом государстве рождается неповторимый образ той или иной страны, нации, народности. В связи с этим для общества является исключительно важным то, каким является изучение имиджа собственной страны в сознании граждан другого государства с одной стороны, и восприятие акторов внешнеполитического взаимодействия – с другой. Такое понимание позволит также определить основной контекст воздействия источников информации на население российского региона и определить перспективные направления международного сотрудничества, что на фоне

прогрессивной инвестиционной политики России становится особенно актуальным.

Таким образом, в глобальном смысле, актуальность исследования образа мировых держав в сознании российских граждан обусловлена необходимостью понимания и укрепления отношений России с иностранными государствами.

Проблема исследования представляется противоречием между необходимостью оценки и контроля общественной позиции жителей города Белгорода по отношению к образу и политике ведущих держав мировой политической арены и отсутствием эффективного инструмента оценки данных общественных диспозиций.

Объект исследования – жители города Белгорода.

Предмет исследования – имидж ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода.

Целью исследования является определение имиджа ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода.

Задачи исследования:

- Выявить рейтинг ведущих мировых держав по степени их влияния на международную ситуацию.
- Определить отношение жителей Белгорода к уровню экономического развития ведущих мировых держав.
- Проанализировать отношение белгородского населения к национальному и культурному наследию ведущих мировых держав.
- Рассмотреть мнение жителей города Белгорода об отношении ведущих мировых держав к России.

Гипотезы исследования:

1. По мнению жителей России, США занимает первое место в рейтинге стран влияния на международную ситуацию.
2. Китай по оценке населения города Белгорода лидирует среди стран мира по экономическому аспекту.

3. Дональд Трамп обладает наибольшим авторитетом среди политических лидеров ведущих мировых держав.

4. Отношение Японии к России является более благоприятным, чем у других мировых держав.

Теоретическая интерпретация основных понятий:

1. Авторитет страны – значимость, которой обладают страна, не нуждающаяся в постоянном ее подтверждении, в ее доказательстве на деле.

2. Авторитет политического лидера – необходимое важнейшее качество субъекта политики и прежде всего политического деятеля, лидера, а также органа власти, учреждения, организации, которое эффективно содействует достижению поставленных социально-экономических и политических целей, а также решению конкретных задач.

3. Имидж страны – совокупность представлений о стране у различных групп лиц (как вне страны, так и внутри нее).

4. Культура страны – это образ жизни, одежда, жилище, кухня, фольклор, духовные представления, верования, язык и много другое, что отличает одну страну от другой.

5. Международные санкции – структурный элемент нормы международного права, указывающий на неблагоприятные последствия для государства-нарушителя.

6. Международные отношения – это совокупность политических, экономических, идеологических, правовых, дипломатических, военных, культурных и иных связей и взаимоотношений между субъектами, которые действуют на международной арене.

7. Мировая арена – область деятельности международных отношений.

8. Мировые державы – сильнейшие в геополитическом отношении страны, которые в состоянии оказывать существенное влияние на экономические и политические процессы в мире.

9. Политика страны – деятельность государственной власти, партии или общественной группы в области внутригосударственных или внешних отношений, определяемая интересами этой власти, партии, группы.

10. Политический режим – это совокупность средств и способов осуществления политической (прежде всего государственной) власти.

11. Рейтинг мировых держав – мера популярности мировых держав на основании зрительских симпатий, опросов общественного мнения или заключения экспертов. Рейтинг зачастую выражается в процентах.

12. Экономика страны – совокупность процессов в различных сферах деятельности, направленных на рост уровня благосостояния государства в целом и ее граждан в частности.

13. Экономический кризис – резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы, и в итоге – в снижении жизненного уровня, благосостояния населения.

Так как вопросы для проведения трех методов исследования схожие (в каких-то случаях абсолютно идентичны), то в данном исследовании операционализация понятий будет единой для всех методов.

Операционализация основных понятий.

Таблица 1

Операционализация основных понятий для массового опроса

Основное понятие	Понятие-индикатор	Вопрос-индикатор
Авторитет ведущих мировых держав	Степень влияния на международную ситуацию	Расположите страны в порядке убывания их влияния на международную ситуацию.
Экономическое положение ведущих держав на мировой арене	Отношение к экономике ведущих мировых держав	Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав.

Продолжение табл. 1

Статус страны	1) Характеристика страны 2) Уровень привлекательности страны	1) Выберите основные характеристики, которыми, на Ваш взгляд, можно описать страны (не более 3-х) 2) Есть ли у Вас желание переехать из России? Если есть, то в какую страну?
Идентификация политического лидера	Авторитет лидеров ведущих мировых держав	Расположите лидеров ведущих мировых держав в порядке убывания авторитета.
Отношение к России		Оцените по 5-ти бальной шкале отношение ведущих мировых держав к России.
Отношение к национальному и культурному наследию	1) Почитание исторического прошлого страны 2) Традиции 3) Литература 4) Кинематограф 5) Художественное искусство	Оцените по 5-ти бальной шкале различные аспекты культуры стран.
Перспектива будущих взаимоотношений России с мировыми державами	Оценка вероятности перехода на другие уровни взаимоотношений	Оцените по 3 балльной шкале (очень вероятно, вероятно в средней степени, мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий (при этом отметьте ту стадию, в которой страны находятся сейчас): - Затяжной открытый конфликт; - затяжной скрытый конфликт; - невмешательство в политику; - нейтралитет; - доброжелательное отношение; - открытая поддержка; - сотрудничество.

2.2. Методическая часть программы комплексного социологического исследования

Определение выборочной совокупности.

Определение выборочной совокупности исследования. При проведении массового опроса в нашем исследовании применялась квотная выборка. Квотами служили пол и возраст населения.

Генеральную совокупность образует население города Белгорода. Для того, чтобы сформировать выборочную совокупность, необходимо получить статистические данные о количестве жителей г. Белгорода.

Объем выборочной совокупности составляет 400 человек. Ошибка выборки рассчитана на калькуляторе ошибки выборки и составляет 3,7% при доверительной вероятности равной 95%. Численность населения взята из Демографического ежегодника Белгородской области¹(см. Таблицу 1).

На первом этапе необходимо рассчитать количество респондентов в городе по квотному признаку – пол, которое необходимо опросить.

В Белгороде проживает 387090 человек. Рассчитаем долю, которую составляют женщины, проживающие в городе Белгород.
 $298204 \div 387090 \times 100\% = 77\%$.

Далее формируем выборочную совокупность: переносим в пятый столбец данные, рассчитываем количество женщин г. Белгорода, которых необходимо опросить в ходе исследования. Таким образом, получены следующие результаты: $400 \times 77\% \div 100\% = 308$ женщин. Полученные данные занесем в таблицу 2. Аналогичным способом рассчитаем необходимое количество мужчин: $88886 \div 387090 \times 100\% = 23\%$. Формируем выборочную совокупность: $400 \times 23\% \div 100\% = 92$ мужчин (см. Таблицу 2).

¹ Демографический ежегодник Белгородской области. Белгород, 2016. С. 51.

Таблица 2

Описание генеральной и выборочной совокупности по квотному признаку – пол

	Генеральная совокупность		Выборочная совокупность	
	человек	%	человек	%
Женщины	298204	77	308	77
Мужчины	88886	23	92	23
Итого	387090	100	400	100

Далее рассчитаем тем же способом количество респондентов по квотному признаку – возраст¹ (см. Таблица 3)

Таблица 3

Описание выборочной совокупности по квотным признакам – пол и возраст

	Генеральная совокупность				Выборочная совокупность			
	Муж, чел	Муж, %	Жен, чел	Жен, %	Муж, чел	Муж, %	Жен, чел	Жен, %
20-29	13232	15	63438	16	14	15	49	16
30-39	15434	17	68321	23	16	17	71	23
40-49	17867	21	70009	23	19	21	71	23
50-59	19788	22	61678	21	20	22	65	21
60+	22565	25	34758	17	23	25	52	17

Выборочная совокупность для проведения интервью населения составила 20 человек. Обязательным критерием являлось проживание в городе Белгород. Участники интервью отбирались по следующим квотным признакам: пол и возраст.

В экспертном интервью приняли участие 10 человек. Все респонденты являлись специалистами в исследуемой тематике. Выборка формировалась посредством метода «снежный ком».

Основные методы сбора социологической информации.

В ходе нашего исследования использовались следующие методы сбора информации: анкетный опрос, интервью студентов и экспертное интервью.

1. Массовый опрос (один из методов количественных исследований, особенностью которых является получение точной, статистически выверенной численной информации; количество респондентов составляет 400 человек).

¹ Демографический ежегодник Белгородской области. Белгород, 2016. С. 71.

2. Интервью – это метод опроса, предполагающий личное общение интервьюера с респондентом, при котором исследователь (или его полномочный представитель) сам задает вопросы и фиксирует ответы. Надежность собираемых данных повышается за счет уменьшения числа не ответивших и ошибок при заполнении вопросников. Интервью дает возможность исследовать глубинные мотивы и мнения респондентов. Участниками интервью будут выступать жители города Белгорода.

3. Экспертное интервью – метод качественного исследования, одна из разновидностей глубинного интервью, беседа с компетентным специалистом отрасли (экспертом) по определенной теме и интервьюером (модератором). Экспертами выступают специалисты, которым известны специфические стороны изучаемого предмета, маркетингового явления, события.

Методы обработки информации.

1. Подготовка данных для обработки:
 - выявление и отбор бракованных анкет;
 - создание макета для ввода данных в программе Vortex 10;
 - кодирование данных для машинной обработки;
 - подготовка к расшифровке информации, полученной в ходе глубинного интервью.
2. Обработка данных:
 - ввод данных в компьютер посредством программы Vortex 10;
 - перенос информации, полученной в ходе глубинного интервью, с аудионосителя в электронный вид;
 - создание таблиц и графиков для последующего анализа данных.
3. Анализ данных:
 - описание полученных данных;
 - интерпретация результатов;

- разработка рекомендаций.

Организационный план исследования.

Таблица 4

Организационный план исследования

№ п/п	Вид работы	Исполнитель	Сроки выполнения
1.	Разработка программы исследования	Руководитель опросной группы	До 1 декабря, 2017 г.
2.	Разработка инструментария	Руководитель опросной группы	Декабрь, 2017 г.
3.	Пилотаж и корректировка инструментария	Опросная группа	Февраль, 2018 г.
4.	Тиражирование инструментария	Опросная группа	Март, 2018 г.
5.	Организация и проведение массового опроса населения города Белгорода	Опросная группа	Март – апрель, 2018 г.
6.	Организация и проведение интервью жителей города Белгорода	Опросная группа	Апрель, 2018 г.
7.	Организация и проведение интервью экспертов	Руководитель опросной группы	Апрель, 2018 г.
8.	Анализ результатов массового опроса населения города Белгорода	Руководитель опросной группы	Апрель, 2018г.
9.	Составление транскриптов; анализ полученных в ходе интервью жителей города Белгорода ответов	Руководитель опросной группы	Май, 2018 г.
10.	Составление транскриптов; анализ полученных в ходе экспертного интервью ответов	Руководитель опросной группы	Май, 2018 г.
11.	Подведение итогов проведенного исследования, составление выводов и разработка рекомендаций	Руководитель опросной группы	Май, 2018 г.

2.3. Апробация инструментария и менеджмент исследования

До начала проведения основного исследования по образу ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода нами было проведено пилотажное исследование, которое является упрощенной формой основного. Целью пилотажного исследования является уточнение формулировок вопросов и ответов опросника, а также для проверки понимания формулировок опросника у целевой группы и нормирования опроса. Мы провели полевой опрос населения города Белгорода в количестве 30 человек, различающихся друг от друга по следующим социально-демографическим характеристикам: пол, возраст и семейное положение. Вся группа респондентов была приглашена в отдельную аудиторию, где предварительно на столах были разложены анкеты. Респонденты были осведомлены о ситуации пилотажа, для чего он проводится, ознакомились с его целями, задачами и инструкцией по технике заполнения анкеты. После того, как участники исследования ответили на вопросы анкеты, ими были высказаны критические замечания, обнаружилось неясности и вопросы, которые затруднили работу с анкетой. Время заполнения анкет составило 25 минут; обсуждение составило 40 минут. По окончании опроса все полученные данные были проанализированы.

В результате пилотажного исследования нами были выявлено, что постановка некоторых вопросов требует уточнения, корректировок, формулирования иным образом. Также были найдены повторяющиеся вопросы. Как итог пилотажного исследования, были внесены изменения в инструментарий.

Во-первых, был удален вопрос № 2, который был направлен на выяснение отношения к внешней политике ведущих мировых держав. Причина этому наличие схожего вопроса

Во-вторых, были совмещены вопросы № 5 и №6, которые направлены на выяснение отношения к культурным аспектам стран. Таким образом получен более полный и содержательный вопрос.

В-третьих, вопрос № 9 вызвал затруднение в понимании респондентов, поэтому его формулировка была изменена.

В-четвертых, вопрос № 11 был разбит на 2 более узких вопроса в связи с невозможностью дать однозначный ответ по столь обширному понятию, как статус страны.

Все ошибки, которые были выявлены в ходе апробации, были исправлены.

Менеджмент исследования.

Обеспечение организационных условий для проведения полевого исследования.

Затраты времени. Затраты времени на опрос одного человека – приблизительно 20 минут (1 минута на один вопрос). Учитывая возможную занятость респондента (плюс возможные отказы) увеличиваем время в 1,2 раза: $20 \times 1,2 = 24$ минуты. Поиск респондента увеличивает временной показатель в 1,1 раза: $24 \times 1,1 \approx 25$ минут. Поиск респондента, который соответствует квотам, согласно выборочной совокупности увеличивает показатель еще в 1,2 раза: $25 \times 1,2 \approx 30$ минут.

Таким образом, приблизительно 30 минут понадобится на опрос одного человека.

Количество респондентов – 400 человек.

Затраты времени на проведение интервью составят приблизительно 20-40 минут на одного респондента. Необходимо опросить 20 человек. Таким образом, необходимо 13-14 часов для проведения интервью жителей города Белгорода.

В проведении исследования предположительно будут участвовать 10 экспертов общественного мнения из города Белгорода.

Рассчитаем время работы опросной группы из 5-ти человек при проведении массового анкетирования.

Необходимо опросить 400 жителей города Белгорода, т. е. по 80 респондентов на каждого интервьюера. Учитывая то, что на одного респондента приходится около 30 минут, время работы интервьюеров составит приблизительно 40 часов. Таким образом, затраты времени для проведения опроса в городе Белгороде составят приблизительно 9 рабочих дней, с расчетом, что интервьюеры будут работать по 5 часа в день.

Затраты времени на проведение экспертного интервью составят приблизительно 2-3 часа, если исходить из того, что будет участвовать 10 экспертов и время беседы с ним составит от 40 минут до 1 часа.

Затраты времени на обработку полученных материалов составит приблизительно от 30 до 40 минут на одно интервью.

Тиражирование материала. Распечатка анкет: для одной анкеты необходимо затратить 2 печатные страницы. Печать одной страницы составляет 2,5 рубля, для одной анкеты необходимо затратить 5 рублей.

$400 \times 5 = 2000$ – сумма для распечатки анкет для массового опроса.

Выдвинутые в работе гипотезы будут проверены в ходе социологического исследования, которое будет проведено по разработанной программе. Выборочную совокупность составят 400 жителей города Белгорода. Основными методами сбора социологической информации будут являться анкетный опрос, интервью студентов, экспертное интервью. Благодаря сопоставлению и анализу полученных результатов, мы сможем выявить образ ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода.

Управление рисками исследования.

В любом социологическом исследовании возможны риски. Для их предотвращения необходимо предложить решения.

1. Риск недобора респондентов согласно выборочной совокупности. Имеется ввиду возможность отказа жителей города Белгорода участвовать в

исследовании. Также сюда относятся трудности поиска респондентов, соответствующих всем необходимым критериям выборки. Для устранения этого риска целесообразно устранить погрешности выборки.

2. Риски, связанные с пониманием респондентов вопросов анкеты и интервью. В целях предотвращения этого необходимо корректно формулировать вопросы, а при сомнении или неуверенности респондента разъяснять более доступным языком.

3. Риск срыва запланированных сроков проведения исследования. Методом предотвращения выступает грамотное планирование и контроль запланированных действий.

К рискам организационного типа относятся технические проблемы. Так, интервью населения и экспертное интервью планируется записывать на диктофон. В связи с этим может возникнуть проблема работы диктофона (аппарат может не сработать; могут возникнуть неполадки в ходе записи интервью; могут возникнуть помехи, которые не позволят расшифровать, полученную информацию). В этом случае следует подготовить материал на бумажном носителе и кратко фиксировать информацию от эксперта в ходе проведения интервью.

ГЛАВА III. АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ «ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН (ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БЕЛГОРОДА)»

3.1. Анализ линейного распределения по результатам исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)»

Анализ массового опроса населения города Белгорода.

Массовое анкетирование населения являлось первым этапом проведения нашего исследования по теме «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан». Респондентами исследования являлись жители города Белгорода. Выборка являлась квотной, квотами выступали такие признаки как пол и возраст. Анкета состояла из 15 вопросов, включая 3 вопроса паспортники.

Для выяснения образа ведущих мировых держав в сознании жителей города Белгорода, необходимо было просмотреть несколько критериев общественного мнения населения. Первым исследуемым критерием выступил авторитет на международной арене. Респондентам необходимо было расположить страны в порядке убывания их влияния на международную ситуацию. Исходя из полученных данных рейтинг по показателю влияния является следующим: Америка – 46,2%; Германия – 40,1%; Россия – 33,7%; Великобритания – 25,2%; Франция – 24,8%; Китай – 21,6%; Япония – 15,8%.

Следующим вопросом в анкете был «Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав». Он был направлен на выяснения общественного мнения жителей города о экономическом положении стран лидеров. Как можно заметить в таблице 5, самой эффективной экономической структурой, по мнению респондентов, обладают: Китай (76,8%), Германия (62,2%), Америка (48,4%). Экономическая ситуация России, Великобритании, Японии, и, как считают жители города Белгорода, находятся на более низком уровне (32,7%, 34,5%, 31,7%, и 25,8%, соответственно) (см. таблицу 5).

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос: «Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав» (%)

	Очень эффективная	Эффективная	Неэффективная	Затрудняюсь ответить
Великобритания	34,5	50,1	10,3	5,1
Америка	48,4	42,4	8,5	0,7
Россия	32,7	54,2	12,4	0,7
Япония	31,7	56,3	7,9	4,1
Франция	25,8	53,6	14,4	6,2
Германия	62,2	28,2	6,2	3,4
Китай	76,8	16,7	6,0	0,5

Аргументировать это можно опираясь на финансовое положение стран, историю, менталитет и положение страны на международной арене. Сочетание двух или более этих факторов в выгодных пропорциях предоставляют выгодные условия для функционирования и развития экономики страны.

Далее мы предложили респондентам описать каждую из исследуемых мировых держав, используя три из предложенных характеристик. Результаты ответов на данный вопрос можно проследить в таблице 6. Великобританию считают гордой 48,7% респондентов, уникальной 42,8% и равнодушной 39,1% респондентов. Америка, глазами жителей города Белгорода, выступает как грозная, жестокая, великая (51,4%, 45,2%, 43,7% респондентов соответственно). Респонденты отметили Японию как уникальную (52,8% респондентов), бедную (49,1% респондентов), гордую (38,6% респондентов). Франция в сознании белгородцев выступает гордой, бедной и равнодушной страной (55,2%, 50,7%, 44,9% респондентов соответственно). При описании Германии, результаты следующие: жестокая – 61,0%, великая – 53,4%, равнодушная – 46,5%. Китай – великий – 58,7%, непобедимый – 52,9%, гордый – 46,3%. Для сравнения общественного мнения респондентам было предложено охарактеризовать и Россию. Полученные данные следующие: великая – 67,8%, непобедимая – 54,3%, уникальная – 43,9%. Анализируя результаты ответов на данный вопрос приходим к выводу, что мнение жителей

Белгорода о мировых державах во многом зависит от особенностей отношений в истории. Также мы можем заметить большой патриотизм и веру в свою страну. На сегодняшний день, в условиях неустойчивой международной ситуации, дух патриотизма является особенно важным для поддержания гармонии внутри страны.

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос: «Выберете основные характеристики, которыми, на Ваш взгляд, можно описать страны (не более 3-х)» (%)

	Великобритания	Америка	Россия	Япония	Франция	Германия	Китай
Уникальная	48,7	20,9	43,9	52,8	21,7	11,4	25,6
Непобедимая	11,3	17,4	54,3	13,2	2,4	23,1	52,9
Гордая	42,8	8,5	24,6	38,6	55,2	19,2	46,3
Грозная	8,1	51,4	13,1	15,5	2,9	6,9	13,5
Жестокая	3,4	45,2	4,2	1,8	4,6	61,0	9,4
Бедная	6,7	4,6	7,6	49,1	50,7	2,1	5,3
Равнодушная	39,1	14,3	4,3	7,9	44,9	46,5	24,8
Великая	15,9	43,7	67,8	10,7	17,3	53,4	58,7

Одним из важных критериев оценки общественного мнения в сфере качества жизни является желание проживать в стране. Респондентам был задан вопрос: «Есть ли у Вас желание переехать из России?». 38,7% опрошенных ответили «нет», 23,4% – «да». У 37,9% респондентов ответ на данный вопрос вызвал затруднения. Переехать жители планируют в Европейские страны (Германия – 24,2%, Франция – 19,3%,) и Америку (21,9%). Распределение ответов на этот вопрос можно увидеть в таблице 7 и таблице 8.

Таблица 7

Распределение ответов на вопрос: «Есть ли у Вас желание переехать из России?»

	% ответивших
«Да»	23,4
«Нет»	38,7
«Затрудняюсь ответить»	37,9

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос: «Если «Да», то в какую страну?»

	% ответивших
Великобритания	10,8
Америка	21,9
Япония	5,4
Франция	19,3

Продолжение табл. 8

Германия	24,2
Китай	10,3
Другая страна	8,1

При оценке ведущих мировых держав важным является отношение к лидерам исследуемых стран. С целью выяснения авторитета лидеров стран, мы попросили жителей города Белгорода распределить их в порядке убывания авторитета на мировой арене. При определении самого сильного авторитета результаты распределились следующим образом: Владимир Путин – 64,3%, Дональд Трамп – 64,3%, Ангела Меркель – 47,8%, Королева Елизавета – 42,6%, Эмманюэль Макрон – 31,2% Си Цзиньпин – 24,7% и Синдзо Абэ – 19,7% респондентов. Наименьшим авторитетом среди лидеров мировых держав, по оценке жителей города Белгорода, обладает: Синдзо Абэ – 37,1 %, Эмманюэль Макрон – 21,2%, Ангела Меркель – 14,3%, Королева Елизавета – 10,9%, Си Цзиньпин – 10,0%, Владимир Путин – 6,2% и Дональд Трамп – 5,8%. Анализируя и сопоставляя рейтинги можно заметить незначительные различия при оценки наибольшего и наименьшего авторитета лидеров мировых держав. Приходим к выводу, что Владимир Путин, по мнению респондентов, обладает самым большим авторитетом, при этом Синдзо Абэ наименьшим. Распределение ответов на этот вопрос приведены в таблицах 9 и 10.

Таблица 9

Распределение максимально сильного авторитета среди лидеров мировых держав (%)

Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	42,6
Дональд Трамп (Америка)	50,1
Владимир Путин (Россия)	58,3
Синдзо Абэ (Япония)	19,7
Эмманюэль Макрон (Франция)	31,2
Ангела Меркель (Германия)	47,8
Си Цзиньпин (Китай)	24,7

Таблица 10

Распределение максимально низкого авторитета среди лидеров мировых держав (%)

Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	10,9
Дональд Трамп (Америка)	5,8
Владимир Путин (Россия)	6,2
Синдзо Абэ (Япония)	37,1
Эмманюэль Макрон (Франция)	21,2
Ангела Меркель (Германия)	14,3
Си Цзиньпин (Китай)	10,0

Следующим аспектом общественного мнения населения Белгорода о мировых державах является понимание отношений стран к нашей стране, России. С этой целью респондентов попросили оценить страны по 5-ти бальной шкале, где 1 – очень плохое отношение к России, 5 – очень хорошее. Полученные данные говорят о том, что лучше всех, по мнению жителей Белгорода, относятся к России Китай и Япония (63,1% и 48,8% респондентов соответственно). Менее хорошие отношения у России с Францией и Германией (14,8% и 17,5% респондентов соответственно). Респонденты считают отношения с Америкой и Великобританией наименее доброжелательными (6,6% и 3,3% респондентов соответственно). Результаты опроса можно посмотреть в таблице 11. Распределение голосов таким образом вызвано в первую очередь внешней политикой каждой мировой державы по отношению к России.

Таблица 11

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 5-ти бальной шкале отношение ведущих мировых держав к России».

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
«5»	6,6	3,3	48,8	14,8	17,5	63,1
«4»	23,0	16,2	31,5	25,6	19,6	29,8
«3»	8,9	17,9	9,7	34,3	38,3	2,1
«2»	12,8	21,6	7,2	12,2	12,4	1,9
«1»	48,6	40,8	2,8	13,1	12,2	3,0

Еще одним немаловажным фактором в формировании общественного мнения населения выступает уровень развития культуры страны. В анкету исследования был включен отдельный вопрос, посвященный этому. Респондентов попросили оценить по 5-ти бальной шкале степень развития

различных сторон (видов) культуры, а именно: литература, музыка, живопись, архитектура. Результаты ответов на данный вопрос приведены в таблице 14. Отметим самые высокие показатели. Литература, по мнению респондентов, более всего развита в России и Великобритании (35,8% и 32,4% респондентов соответственно); музыка – в Америке и Германии (39,1% и 24,7% респондентов соответственно); живопись – в России и Америке (42,5% и 34,2% респондентов соответственно); архитектура – во Франции, Германии, России (27,1% и 26,9% респондентов соответственно).

В заключении анкетирования респондентов спросили о будущем развитии отношений России с ведущими мировыми державами. Результаты ответов на данный вопрос представлены в таблице 12. Стоит отметить, что наибольшие проценты в графе «нейтралитет». Это обусловлено верой населения в спокойное будущее. Анализируя процентное распределение по такому развитию отношений, как «затяжной открытый конфликт», Америка набрала наибольшее количество процентов из всех представленных стран (16,4%). Сотрудничество можно ожидать с Китаем (49,7% респондентов). Результаты ответов на данный вопрос подтверждают мнение жителей Белгорода об отношении ведущих мировых держав к России.

Таблица 12

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 3 балльной шкале (3-очень вероятно, 2-вероятно в средней степени, 1-мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий» (вариант ответа «3»)

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
Затяжной открытый конфликт	9,7	16,4	9,7	12,0	19,1	7,2
Затяжной скрытый конфликт	7,8	18,4	16,8	20,9	31,7	10,1
Невмешательство в политику	17,6	14,7	29,7	27,1	26,6	24,9
Нейтралитет	26,7	27,4	35,4	23,4	15,7	20,8
Доброжелательное отношение	12,7	14,2	23,6	19,7	9,4	51,2
Открытая поддержка	2,9	10,9	37,5	24,2	12,6	36,5
Сотрудничество	3,4	5,3	14,6	12,8	4,1	49,7

Анализ результатов интервью населения города Белгорода.

Одним из этапов нашего исследования выступило интервью населения. Данный метод сбора информации дает возможность более глубинного анализа проблематики исследования, а также позволяет проверить и сравнить данные, полученные в ходе массового опроса. Таким образом в интервью приняло участие 20 жителей города Белгорода. Респонденты являлись представителями различных возрастных, половых и профессиональных групп, благодаря чему исследование является объективным.

Для начала мы решили выяснить что влияет на авторитет страны. Так, при ответе на вопрос «От каких факторов, как Вы считаете, зависит авторитет той или иной страны?» были названы различные ответы. Авторитет страны, по мнению многих респондентов (10 человек), зависит от внешней и внутренней политики государства. 8 опрошенных утверждают, что важной составляющей авторитета страны выступает экономика и социальное положение населения. Также некоторые респонденты подчеркивали важность личности политического лидера, размеров территории, безопасность проживания в стране, экологические показатели. Ниже приведены цитаты принявших в интервью граждан.

- «...внешняя и внутренняя экономика, политика, общее качество жизни человека той или иной страны»;
- «Факторы которые я считаю решающими для авторитета страны это прежде всего хорошее отношение к своему народу, умение отстаивать свой народ и прислушивайся к их пожеланиям, грамотное распределение всех политических деятелей и умение руководить всей страной»;
- «Для меня авторитет страны состоит в уровне жизни и заботе об окружающей среде»;
- «Я думаю, авторитетной является та страна, которая дружелюбно настроена к своим союзникам или близко находящимся странам, и одновременно её независима от других стран»;

- «На мой взгляд, авторитет государства зависит от того, насколько в данной стране уважаются и, самое главное, соблюдаются права и свободы человека, насколько данное государство создает соответствующие условия для развития человеческого потенциала. От внутреннего положения дел в стране, настроений граждан, финансовых ситуаций».

Судя по ответам, авторитет страны для каждого складывается из определенных составляющих. Можно выделить основные: грамотность внешней и внутренней политики государства, уровень экономики, социальная политика и качество жизни населения страны – вот что является основой для формирования авторитета страны в сознании населения.

Основной задачей исследования является выяснение рейтинга авторитета мировых держав на мировой арене. С этой целью респондентам был задан вопрос: «Какие страны, на Ваш взгляд, являются ведущими самыми авторитетными на мировой арене на сегодняшний день? Назовите 5 таковых. Почему именно они?». Лидерами среди ответов являются следующие страны: США, Китай, Германия, Франция. Каждый респондент в своем ответе указывал и Россию. Основой для авторитета на международной арене опрошенные считают высокий уровень развития страны во всех сферах жизнедеятельности государства. «Эти страны наиболее развиты практически во всех аспектах, начиная от инфраструктуры и заканчивая уровнем жизни и менталитетом», – высказывание одного из участников интервью. При ответе на этот вопрос были также названы ОАЭ, Япония, Великобритания, Северная Корея и Норвегия.

С целью выяснения рейтинга мировых держав в сознании населения города Белгорода по различным аспектам, респондентам был задан вопрос: «Назовите страны, которые являются ведущими в следующих аспектах: экономическом, политическом, культурном, социальном?». Экономически развитыми странами в современном мире большинство опрошенных (17 человек) считают США и Китай, Россию указал только один респондент. В культурном и социальном аспекте по количеству ответов лидирует Дания и

Норвегия (по 14 человек соответственно). Политическими лидерами среди стран мира, по мнению большинства принявших в интервью участие респондентов, выступают Германия, США (16 и 14 опрошенных соответственно). Россию считают политически ведущей страной 9 человек. Вот одно из высказываний респондента: «Наша страна является одной из главных политически авторитетных стран мира. Владимир Владимирович знает и умело строит политическую деятельность России как внутри, так и за пределами нашей страны». Из этого ответа, мы видим гордость граждан России за свою страну и уважение к политическому лидеру.

Данный вопрос плавно приводит нас к следующему, который мы задали респондентам: «Кто из политических лидеров мировых держав обладает, по Вашему мнению, наивысшим авторитетом среди граждан России? С чем это связано?». При ответе почти все интервьюеры сошлись в мнении, что наибольшим авторитетом обладает Владимир Путин (14 опрошенных). Люди объясняли это долгой политической службой, умением грамотно распределять силы страны, правильно и корректно выстраивать отношения с другими странами. Цитата респондента: «Владимир Владимирович Путин, так как к нему привыкли люди, он завоевал авторитет не только в своей стране, но и во всем мире благодаря своему умению править такой большой страной». Помимо Владимира Путина респонденты выделяли Ангелу Меркель (Германия) и Си Цзиньпин (Китай), обоснование такому выбору являлось поддержание отношений указанных стран с Россией. Американского президента Дональда Трампа считают политическим лидером только трое участвовавших в интервью человека. Еще двое респондентов затруднились с ответом на данный вопрос.

Следующим вопросом нашего интервью был вопрос об отношении мировых держав к России. При ответе на него респонденты в большинстве своем (14 человек) отмечали Китай. Причину тому опрашиваемые видят во взаимной выгоде обеих стран от сотрудничества. Так из ответа одного из респондентов: «Китай относится к России лучше всего, потому что он связан

с РФ торговыми отношениями. При том, РФ является одним из основных рынков сбыта для Китая, а Китай в свою очередь имеет свои собственные интересы по отношению к России (территория)». Некоторые респонденты считают, что к России лучшим образом относятся, Киргизия, Мозамбика, Узбекистан, Монголия. Связано это, исходя из ответов респондентов с фактом прощения больших долгов (около 80 миллиардов рублей) Россией этим странам в 2016 году.

В заключение нашего интервью мы решили выяснить каким видят будущие отношения России с мировыми державами жители Белгорода. Для этого в интервью был включен вопрос: «Каким Вы видите дальнейшее развитие отношений России с мировыми державами?». У респондентов заключительный вопрос вызвал определенные сложности. Из ответов респондентов: «Тут сказать сложно, смотря кто будет настроен к России хорошо, наша страна идёт против всех и отрицает очень много вещей, поэтому я не могу точно ответить на этот вопрос...»; «Сложный вопрос. Думаю, если система правления в России не изменится, то и отношение, скорее всего, не изменится. Либо будет только ухудшаться». 4 человека не высказали никаких предположений по этому поводу. Затруднения с ответом на данный вопрос связаны в первую очередь с нестабильной политической обстановкой на мировой арене. Населению трудно прогнозировать что-либо, поэтому некоторые предпочли просто воздержаться от ответа. Среди опрошенных были те, кто верит в позитивное развитие отношений России с мировыми державами. «Улучшение внешней экономики, отмена санкций по отношению к России...»; «В данный момент отношение между Россией и мировыми державами достаточно напряженное, но я считаю, что благодаря различным переговорам между лидерами стран, они смогут возобновить международные экономические отношения между друг другом» – цитаты ответов респондентов. Отрицательные перспективы будущего подчеркнули 4 человека. Вот некоторые ответы опрошенных: «Сейчас всё чаще и чаще происходят события, которые капля за каплей ухудшают настроение в

международных отношениях. Например, сейчас российских дипломатов высылают пачками, а наша страна отвечает тем же»; «...напряженное, нестабильное...»; «Россия будет вести «независимую политику», а лидерам других держав это будет не всегда нравиться». Анализируя мнения населения по поводу дальнейших перспектив развития отношений России с мировыми державами, можно сделать вывод, что нестабильная ситуация на мировой арене в современном мире не дает уверенности людям в спокойном будущем.

Анализ результатов экспертного интервью.

Заключительным этапом исследования по теме «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)» выступило экспертное интервью. Экспертами являлись специалисты в изучаемой сфере. Методом выборки был метод снежного кома, так как экспертную оценку ситуации по исследуемой проблеме могут дать малое количество специалистов.

Основной задачей интервью экспертов было получение более глубокой оценки образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан. Вопросы интервью экспертов были схожи по смыслу с вопросами интервью населения, различия составляли только формулировки и масштаб охвата.

В начале интервью мы попросили экспертов назвать страны, которые являются ведущими в нескольких аспектах. Лидерами в экономических показателях, по мнению опрошенных специалистов, являются Германия, Великобритания, Китай. Политически ведущими державами выступают Россия, Франция, США. Эксперты считают, что скандинавские страны (Швеция, Норвегия, Швейцария) являются наиболее социально благоприятными странами. Франция, Австрия и Италия, как подчеркивает большинство принявших в интервью экспертов, обладают самым богатым культурным наследием. Некоторые эксперты выделяли несколько стран, которые, по их мнению, преуспевают во всех аспектах. Это – США, Германия, Великобритания.

Выяснив рейтинг стран по определенным аспектам в отдельности, следующим шагом стало выяснение пятерки самых авторитетных стран на мировой арене. При ответе на данный вопрос, эксперты в большинстве своем (7 экспертов) сошлись во мнении, что это такие страны как: США, Россия, Германия, Великобритания, Китай. В своих ответах некоторые упоминали страны Европейского союза, а также Индию и Японию. Для понимания аспектов, влияющих на степень авторитета на международной арене, интервьюером был задан вопрос о предпосылках к нему. В результате проведенного интервью, было высказано несколько основных факторов, влияющих на степень авторитетности среди стран мира. Вот некоторые из них: «В силу экономического развития, инвестиционной привлекательности, военного потенциала, геополитической активности»; «Соединение факторов: количество населения + культурное влияние + внешнеполитическое влияние + формирование образа будущего для человечества в целом». Можем сделать вывод, что авторитет на мировой арене среди ведущих держав зависит от сочетания многих как внешних, так и внутренних факторов.

Следующим вопросом интервью экспертов послужил вопрос «От каких факторов, как Вы считаете, зависит авторитет той или иной страны?». С помощью этого вопроса мы постарались выяснить аспекты, оказывающие влияние на формирование авторитета страны в общем, не только на мировой арене. По итогам интервью, экспертное мнение разделилось. Специалисты давали довольно разные ответы. Приведем несколько цитат: «...привлекательность образа жизни граждан, устойчивость институтов, эффективность судебной системы»; «Сила и справедливость...». Некоторые эксперты считают, что глава государства играет важнейшую роль в авторитете всей страны. Один из экспертов подчеркнул, что и для внутреннего авторитета страны, и для авторитета страны на мировой арене необходимы практически одинаковые составляющие.

Авторитет политического лидера выступает как одна из основных составляющих авторитета страны. Мы попытались выяснить у экспертов, кто

из политических лидеров мировых держав сегодня обладает наивысшим авторитетом среди граждан России. Более половины полученных ответов (6 опрошенных эксперта) – В. В. Путин. Эксперты обосновывали это «силой голоса» и мудростью решений при ведении внешней политики. Некоторые специалисты, при ответе на этот вопрос, подчеркивали грамотность и умение управлять страной Си Цзиньпина. Так из цитаты: «Си Цзиньпин – в силу общего авторитета китайского руководства последних двадцати лет, выведшего Китай на передовые позиции и его способности без явной конфронтации с другими странами достигать своих целей. Со всеми остальными отношения слишком испорчены».

Следующим шагом стало выяснение мнения экспертов по поводу отношений мировых держав непосредственно к России. Вопрос был поставлен: «Если рассмотреть отношение мировых держав к России, какая из стран относится к ней наилучшим образом?». Эксперты выделили несколько стран благоприятно настроенных в отношении к России. Это – Китай, Италия, Индия. Анализируя полученные данные, мы видим, что указанные страны выступают как союзники на международной арене. Экономические связи с вышеперечисленными державами достаточно крепкие, в то же время, Китай и Италия имеют довольно веский авторитет на международной арене, исходя из предыдущих ответов.

Заключением экспертного интервью послужил вопрос: «Каким Вы видите дальнейшее развитие отношений России с мировыми державами?». Задавая данный вопрос, мы хотели проследить и рассмотреть перспективы развития отношений на мировой арене. Ответы были получены следующие: «В кратко- и среднесрочной перспективе – конфронтация, хотя со стороны России периодически будут предприниматься попытки к примирению»; «Паритет, взаимное уважение и договорные отношения; более или менее активный диалог и обмен ценностями – экономическими, научно-техническими, культурными». Прогнозы эксперты строят различные. Связано это с неустойчивой политической ситуацией на сегодняшний день.

3.2. Корреляционный анализ данных исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)»

Следующим этапом исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)» выступает корреляционный анализ данных результатов. Задачей данного этапа является рассмотрение связи между двумя и более переменными. Существование такой связи определяется степенью выраженности этой связи.

Построение матрицы корреляций для выявления корреляционных связей и степени их выраженности.

При рассмотрении матрицы корреляций по данным массового опроса населения города Белгорода нами была выявлена сильная корреляция между вопросом о эффективности экономики ведущих мировых держав и вопросом «Распределение максимально сильного авторитета среди лидеров мировых держав» (0,57 - 0,65). Данный показатель указывает на важное место уровня экономического развития и эффективности экономики в формировании авторитета политического лидера страны. Еще одной переменной-основанием является вопрос «Ели у Вас есть желание переехать в другую страну, то в какую?». Корреляционная связь была обнаружена с вопросами «Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав» (0,59). По матрице корреляций, построенной по данным опроса населения города Белгорода, более значимых корреляционных связей выявлено не было. Согласно представленным сводным данным, были прослежены корреляционные связи лишь между вопросом о экономической эффективности стран и вопросом авторитета политического лидера и привлекательности стран для жизни.

Дальнейшим шагом было построение таблиц сопряженности ответов населения города Белгорода, позволяющих получить наглядную картину о распределении двух переменных, включающие социально-демографические

вопросы и вопросы из основного блока. Суть данного этапа состояла в проверке выдвинутых в ходе исследования гипотез.

Основанием построения таблиц сопряженности служила половая принадлежность респондентов. Таким образом при выборе самой эффективной экономики среди ведущих мировых держав распределение ответов выглядит таким образом: «Великобритания» мужчины – 57,1 %, женщины – 42,9 %; «Америка», мужчины – 45,5 %, женщины – 54,5 %; «Россия» мужчины – 40,7 %, женщины – 59,3 %; «Япония» мужчины – 52,8 %, женщины – 47,2 %; «Франция» мужчины – 54,1%, женщины – 45,9%; «Германия» мужчины – 49,3 %, женщины – 50,7 %; «Китай» мужчины – 50,2%, женщины – 49,8% (см. табл. 13). Анализируя полученные данные, ясно, что соотношение ответивших мужчин и женщин различаются не сильно.

Таблица 13

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	57,1	42,9
Америка	45,5	54,5
Россия	40,7	59,3
Япония	52,8	47,2
Франция	54,1	45,9
Германия	49,3	50,7
Китай	50,2	49,8

Результаты сопряжения на вопрос «Есть ли у Вас желание переехать из России?» представлены в таблице. Исходя из полученных данных, больше мужчин хочет переехать из России, чем женщин (57,8% мужчин, 42,2% женщин). Данный факт можно объяснить различиями в психологии мужчин и женщин. Мужчины более легко реагируют на изменения, всегда находятся в поиске лучших условий для развития.

Таблица 14

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

«Есть ли у Вас желание переехать из России?»	Пол	
	Мужской	Женский
Да	57,8	42,2
Нет	48,8	51,2
Затрудняюсь ответить	51,7	48,3

Также нами была рассмотрена и проанализирована таблица сопряжения по вопросу о стране, куда хотели бы респонденты переехать. Наиболее заметные отличия в ответах наблюдаются при выборе такой страны как Германия. Данную страну предпочли для переезда 65% опрошенных женщин города Белгорода и 35% опрошенных мужчин. Сопряжение по остальным перечисленным странам не является столько контрастным.

Таблица 15

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Если «Да», то в какую страну?»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	44,1	55,9
Америка	55,4	44,6
Япония	42,9	57,1
Франция	54,9	45,1
Германия	35,0	65,0
Китай	57,8	42,2
Другая страна	51,0	49,0

При рассмотрении сопряжения по полу на вопрос о сильном авторитете среди лидеров мировых держав данные были получены довольно близкие значения, процентное соотношение мужчин и женщин практически 50/50. Данные представлены в таблице 16.

Таблица 16

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Распределение максимально сильного авторитета среди лидеров мировых держав (%)	Пол	
	Мужской	Женский
Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	44,3	55,7
Дональд Трамп (Америка)	48,2	51,8
Владимир Путин (Россия)	50,4	49,6
Синдзо Абэ (Япония)	52,6	47,4
Эмманюэль Макрон (Франция)	56,5	43,5
Ангела Меркель (Германия)	39,2	60,8
Си Цзиньпин (Китай)	57,4	42,6

Проанализировав таблицу сопряжения по вопросу о том, какая страна относится к России наилучшим образом, стоит обратить внимание, что Великобританию отметили 62,5% женщин и 37,5% мужчин, Америку выбрали 67,9% мужчин и 32,1% женщин, Китай отметили 60,9% мужчин и 39,1% женщин. Процентное соотношение мужчин и женщин при выборе других вариантов ответов различается незначительно (см. табл. 17).

Таблица 17

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Держава, относящаяся лучшим образом к России	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	37,5	62,5
Америка	67,9	32,1
Япония	48,3	51,7
Франция	51,3	48,7
Германия	51,5	48,5
Китай	60,9	39,1

Данные в таблицах 18 и 19 иллюстрируют процентное соотношение ответов мужчин и женщин на вопрос о том, как они видят дальнейшее развитие международных отношений России с другими странами. В таблице 18 представлены результаты по такому варианту развития, как «Затяжной открытый конфликт», а в таблице 19 «Сотрудничество». В таблицах наглядно видно отсутствие больших различий в процентном соотношении мужчин и женщин.

Таблица 18

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Высокая вероятность наступления «Затяжной открытый конфликт»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	48,2	51,8
Америка	57,3	42,7
Япония	56,4	43,6
Франция	47,7	52,3
Германия	45,5	54,5
Китай	41,0	59,0

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Высокая вероятность наступления «Сотрудничество»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	48,8	51,2
Америка	54,1	45,9
Япония	49,3	50,7
Франция	57,1	42,9
Германия	54,4	45,6
Китай	48,3	51,7

Корреляционный анализ привнес в исследование «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)» необходимые детали наличия взаимной связи между определенными вопросами, а также посредством таблиц сопряжений были рассмотрены распределения вариантов ответов среди мужчин и женщин. Две указанные процедуры являются необходимым элементом качественного социального исследования.

3.3. Выводы и рекомендации по результатам проведенного исследования

Важность исследования образа мировых держав в сознании российских граждан обусловлена необходимостью понимания и укрепления отношений России с иностранными государствами. В каждом государстве рождается неповторимый образ той или иной страны, нации, народности. В связи с этим для общества является исключительно важным то, каким является изучение имиджа собственной страны в сознании граждан другого государства с одной стороны, и восприятие акторов внешнеполитического взаимодействия – с другой. Такое понимание позволит также определить основной контекст воздействия источников информации на население российского региона и определить перспективные направления международного сотрудничества, что на фоне прогрессивной инвестиционной политики России становится особенно актуальным.

В ходе проведенного исследования было проанализировано мнение жителей города Белгорода о ведущих мировых державах, а именно о: Великобритании, Америке, Японии, Китае, Франции, Германии. Исходя из полученных результатов, мнение населения зависит от нескольких факторов.

Исходя из проведенного массового анкетирования было выявлено, что самой эффективной экономической системой обладает Китай. Гипотеза о экономическом превосходстве среди мировых держав подтвердилась.

Выдвинутая гипотеза о том, что Дональд Трамп является носителем наивысшего авторитета на международной арене не подтвердилась. По мнению респондентов, Владимир Путин обладает самым большим авторитетом, при этом Синдзо Абэ наименьшим.

Полученные данные говорят о том, что лучше всех относятся к России Китай и Япония. Распределение голосов таким образом вызвано в первую очередь внешней политикой каждой мировой державы по отношению к России. Жители Белгорода предполагают в ближайшем будущем нейтралитет и сотрудничество России с мировыми державами.

Корреляционный анализ и анализ таблиц сопряжения являются необходимым элементом качественного социального исследования. Корреляционный анализ дополнил исследование «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)» необходимыми деталями наличия взаимной связи между определенными вопросами, а также посредством таблиц сопряжений были рассмотрены распределения вариантов ответов среди мужчин и женщин.

Современная ситуация на внешнеполитической арене значительно усложнилась и продолжает усложняться. В условиях глобализации, развивающейся высокими темпами, диверсификации спектра общемировых экологических, социально-гуманитарных, экономических проблем, а также новых вызовов и угроз отдельное государство в отрыве от мирового сообщества уже не в состоянии обеспечить свои интересы и, по большому счету, свою жизнеспособность. В связи с этим возрастают многоплановость, насыщенность и динамизм международных отношений. значение имиджа как эффективного и необходимого инструмента реализации государственных интересов очень велико и продолжает неуклонно возрастать. Имидж государства все больше определяет его вес на международной арене, степень влияния в самых разнообразных вопросах, в том числе возможности отстаивания собственных интересов.

Значение этой деятельности по поддержке, популяризации и распространению русского языка с точки зрения создания позитивного имиджа государства трудно переоценить. Ведь именно язык является одним из главных «проводников» в культуру любого народа, он формирует ту уникальную среду, которая способствует повышению интереса к России, формированию более позитивного к ней отношения. Другая взаимосвязанная сфера имиджевой деятельности – это популяризация русской культуры в самом широком смысле, науки, образования и спорта. В этой области проводится обширная работа в рамках сотрудничества с другими государственными и общественными структурами. При непосредственном

участии министерства систематически организуются фестивали российской культуры в разных странах мира. Продолжает реализовываться хорошо зарекомендовавшая себя практика проведения перекрестных тематических Годов России в зарубежных странах и зарубежных стран в России. Проводится постоянная работа по продвижению российского образования и привлечению иностранных граждан в российские вузы, предпринимаются шаги по налаживанию и укреплению связей в области науки. В целом российская культура, наука и образование представляют собой огромный, практически неисчерпаемый ресурс по формированию и продвижению позитивного имиджа государства за рубежом. Использование достаточно большой привлекательности российского культурного наследия в мире, а также потенциала отечественной науки способно обеспечить существенное улучшение восприятия России за рубежом.

Для того что бы сформировать, улучшить образ страны нужно отказаться от пропагандистских приемов. Нужно осознавать, что положительный образ стран в сознании населения – один из важнейших инструментов защиты и реализации ее национальных интересов, привлечения инвестиций, развития туризма, формирования национальной гордости и самосознания.

Несмотря на то, что в последнее время российскими властями, а также обществом проделано достаточно много работ по формированию позитивного имиджа мировых держав в сознании населения России, но нужно обратить внимание на то, что цель еще не полностью достигнута. Основная проблема заключается в отсутствии целостной имиджевой концепции на государственном уровне. Подобная концепция определяла бы четко основополагающие принципы создания позитивного имиджа мировых держав в сознании россиян.

С целью реализации вышесказанного, мы предлагаем:

1) Проведение постоянного мониторинга общественного мнения, в который необходимо включить оценку информированности населения о текущей международной ситуации.

2) Странам следует проводить максимально сбалансированную, миролюбивую внешнюю политику. Необходимо, в целом, повышать уровень жизни населения, борясь с основными социальными и экономическими проблемами.

3) Увеличить количество мероприятий, предоставляющих объективную информацию о мировых державах с вовлечением экспертов из исследуемых стран.

4) Организация и проведение тематических научных и научно-практических конференций, семинаров, круглых столов, симпозиумов, посвященных вопросам имиджа мировых держав в сознании российских граждан, что позволит более глубоко изучить факторы и составляющие его.

5) Взаимодействие с организациями, институтами, изучающими мнение иностранных граждан о России, для более объективного понимания и грамотного построения дальнейшей политики по отношению к другим странам.

Таким образом, имиджевая концепция должна четко отвечать на такие вопросы как: какой имидж ведущих держав должен быть сформулирован у российского населения, каковы его характеристики, на ком будет лежать ответственность за реализацией этой программы, способы ее реализации, сроки ее реализации и оценка результата.

Только так, деятельность по формированию положительного имиджа мировых держав может быть действительно выведена на новый уровень. При следовании вышеуказанным рекомендациям, станет возможным улучшение мнения граждан России о ведущих мировых державах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Актуальность исследования образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан очевидна. Современная Россия как динамично развивающееся государство ставит перед собой достаточно амбициозные цели: добиваться эффективного влияния и авторитета в мировом пространстве, иметь позитивные результаты в осуществлении своей внешней политики и экономики. В данном контексте достаточно актуальной является проблема имиджа ведущих мировых держав в сознании граждан России – как, на фоне внешнеполитических процессов россияне относятся к державным лидерам, каким образом воспринимают их политику по отношению к России, считают ли свою страну достаточно конкурентно способной на мировой арене.

На сегодняшний день популярность исследований имиджа страны в общественном мнении населения весьма велика, а мода на подобные исследования пришла из сферы политического маркетинга. Имидж государства, создаваемый внутренними и внешними СМИ, серьезно влияет на оценку мировым сообществом действий, политики и даже легитимности. Многочисленные аспекты истории, культур, традиций и современных реалий в совокупности оказывают влияние на то, как один народ воспринимает другой, влияет на форму отношений между отдельными странами, в результате которых за одними закрепляется статус надежных союзников, верных друзей, а другие относятся к категории потенциальных врагов. В каждом государстве существует образ страны, нации, народности. Именно поэтому для общества является исключительно важным то, каким является изучение имиджа собственной страны в сознании граждан другого государства с одной стороны, и восприятие акторов внешнеполитического взаимодействия – с другой. Такое понимание позволит также определить основной контекст воздействия источников информации на население российского региона и определить перспективные направления международного сотрудничества, что на фоне прогрессивной инвестиционной

политики России становится особенно актуальным. Необходимость исследования образа мировых держав в сознании российских граждан обусловлена необходимостью понимания и укрепления отношений России с иностранными государствами.

Главными задачами исследования являлись:

- Выявить рейтинг ведущих мировых держав по степени их влияния на международную ситуацию.
- Определить отношение жителей Белгорода к уровню экономического развития ведущих мировых держав.
- Проанализировать отношение белгородского населения к национальному и культурному наследию ведущих мировых держав.
- Рассмотреть мнение жителей города Белгорода об отношении ведущих мировых держав к России.

Для сбора информации были использованы три социологических метода, такие как:

- Массовый опрос студентов посредством анкетирования;
- Интервью населения;
- Экспертное интервью.

Массовый опрос населения города Белгорода проводился в исследовании с целью получения количественных данных, для дальнейшего анализа. Итоги массового опроса в целом подтверждают гипотезы, сформулированные в программно-инструментальный комплекс исследования. Полученные данные говорят о том, что лучше всех относятся к России Китай и Япония. Распределение голосов таким образом вызвано в первую очередь внешней политикой каждой мировой державы по отношению к России. Что касается мнения жители города Белгорода о ближайшем будущем, то большинство опрошенных предполагают нейтралитет и сотрудничество России с мировыми державами.

Посредством опроса экспертов методом интервью была получена важная информация о мнении специалистов по изучаемой проблематике. Именно благодаря экспертному мнению удалось получить обоснованную информацию по всем изучаемым критериям. Экспертное интервью позволяет получить качественный объективный анализ исследуемой проблематики.

По итогам интервью населения важным результатом стало доказательство выдвинутых в исследовании гипотез. Проведение интервью было важной частью нашего исследования, так как с помощью него был получен качественный анализ мнения жителей города Белгорода о ведущих мировых державах.

В ходе корреляционного анализа подтвердилась взаимная связь уровня экономического развития страны и авторитета политического лидера этой страны. По итогам анализа таблиц сопряжения выявлено, что население женского и мужского пола имеют довольно схожее мнение о ведущих мировых державах.

Результатом проведенного исследования стали практические рекомендации по улучшению мнения российских граждан о ведущих мировых державах. Мы предлагаем увеличить количество мероприятий, предоставляющих объективную информацию о мировых державах с вовлечением экспертов из исследуемых стран.

Для более детального рассмотрения составляющих имиджа стран будут полезны организация и проведение тематических научных и научно-практических конференций, семинаров, круглых столов, симпозиумов, посвященных вопросам имиджа мировых держав в сознании российских граждан, что позволит более глубоко изучить факторы и составляющие его.

Взаимодействие с организациями, институтами, изучающими мнение иностранных граждан о России, также помогут более объективно понять и грамотно строить в дальнейшем политику по отношению к другим странам.

И как основа, странам следует проводить максимально сбалансированную, миролюбивую внешнюю политику. Необходимо, в целом,

повышать уровень жизни населения, борясь с основными социальными и экономическими проблемами.

Подводя итог проделанной работы можно сказать следующее: нами была теоретически обоснована проблематика проведенного исследования разработан программно-инструментальный комплекс исследования. По полученным результатам были проведены необходимые расчеты и сделаны обоснованные выводы, раскрывающие мнение российского населения о ведущих мировых державах.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамова, О. Д. Конкурентоспособность России в контексте международной безопасности / О. Д. Абрамова. – М. : Полис, 2007. – 142 с.
2. Адилова, Л. Ф. Механизм трансформации имиджа России / Л. Ф. Адилова. – М. : ПОЛИТЭКС, 2007. – 84 с.
3. Арбатова, Н. К. Роль образа России в формировании общеевропейского политического пространства / Н. К. Арбатова. – М. : Ваклер, 2003. – 142 с.
4. Буланов, М. В. «Soft power» как подход к формированию образа государства в американской политической науке / М. В. Буланов. – Барнаул : Алтапресс, 2010. – 79 с.
5. Быба, Ю. В. Управление общественными отношениями / Ю. В. Быба. – Ростов-на-Дону : РАГС, 2003. – 352 с.
6. Гаджиев, К. С. Имидж России в глазах Запада / К. С. Гаджиев. – М. : Коммерсантъ, 2009. – 158 с.
7. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. – М. : РАГС, 2003. – 433 с.
8. Галумов, Э. А. Имидж против имиджа / Э. А. Галумов. – М. : Полис, 2005. – 124 с.
9. Гамалеева, М. Формирование образа России как аспект публичной внешней политики / М. Гамалаева. – М. : Литкон, 2006. – 82 с.
10. Гарусова, Л. Н. Соединенные Штаты Америки и Россия в современном мире: взгляды россиян и американцев / Л. Н. Гарусова, Л. Л. Ларина. – М. : Полис, 2015. – 176 с.
11. Глинская, И. Ю. Политические механизмы формирования позитивного имиджа России / И. Ю. Глинская. – М. : Известия, 2010. – 134 с.
12. Глинская, И. Ю. Актуальные вопросы укрепления международного имиджа России / И. Ю. Глинская. – М.: ЭКСМО, 2010. – 97 с.

13. Драгачева, О. С. Внешнеполитический имидж государства и его лидера: технологии формирования и позиционирования / О. С. Драгачева. – М. : Литкон, 2002. – 190 с.
14. Жукова, П. И. Имидж Российской Федерации как фактор ее национальной безопасности / П. И. Жукова. – М. : РГБОД, 2010. – 125 с.
15. Зак, Л. А. Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы / Л. А. Зак. – М. : Полис, 1976. – 218 с.
16. Замятин, Д. Н. Власть пространства и пространство власти: географические образы в политике и международных отношениях / Д. Н. Замятин. – М. : Полис, 2004. – 102 с.
17. Зубков, С. А. Формирование международного имиджа Н. С. Хрущева 1955-1964 гг. / С. А. Зубков. – М. : Ваклер, 2007. – 224 с.
18. Игнатъев, А. Ю. Имидж страны / А. Ю. Игнатъев. – М. : АИМ, 2003. – 157 с.
19. Илюхин, Н. В. Формирование имиджа России в постсоветский период / Н. В. Илюхин. – М. : Новый Формат, 2006. – 137 с.
20. Кайзер, Н. Ю. Трансформация образов России в общественном мнении населения провинциального региона РФ / Н. Ю. Кайзер. – Барнаул : АРНЦ СО РАО, 2010. – 178 с.
21. Кожемяков, Ю. Я. Прогнозирование политического развития: особенности разработки динамических моделей / Ю. Я. Кожемяков, В. М. Сергеев. – М. : Известия, 1981. – 231 с.
22. Коломенский, М. А. Формирование внешнеполитического имиджа современной России / М. А. Коломенский. – М. : Наука, 2008. – 128 с.
23. Колосов, В. А. Политическая география: проблемы и методы / В. А. Колосов. – СПб. : ПРИНТ, 1988. – 160 с.
24. Кононенко, В. А. Формирование национального образа Финляндии как аспект внешней политики современного государства / В. А. Кононенко. – М. : АИМ, 2005. – 194 с.

25. Кулаковский, Р. К. Имидж политической власти как ресурс регионального управления в России / Р. К. Кулаковский. – М. : Литкон, 2010. – 104 с.
26. Лавров, С. В. Между прошлым и будущим / С. В. Лавров. – М. : МГУ, 2011. – 58 с.
27. Лайдинен, Н. В. Образ России в зеркале российского общественного мнения / Н. В. Лайдинен. – М. : РГБОД, 2001. – 215 с.
28. Лябухов, И. В. Государственная политика по формированию имиджа Российской Федерации на международной арене / И. В. Лябухов. – Барнаул: Новый Формат, 2002. – 210 с.
29. Матвеева, Л. В. Образ России в информационном пространстве / Л. В. Матвеева. – М.: МГУ, 2008. – 55 с.
30. Медведева, Н. И. Внешнеполитический имидж России в контексте развития отношений с Европейским союзом / Н. И. Медведева. – М. : Ваклер, 2008. – 193 с.
31. Моисеева, В. Репутация России: в чем тут фокус? / В. И. Моисеева, Е. М. Кузнецов. – СПб. : Проект, 2004. – 140 с.
32. Панасюк, А. Ю. Имидж / А. Ю. Панасюк. – М. : АИМ, 2012. – 240 с.
33. Панасюк, А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А. Ю. Панасюк. – М. : АИМ, 2007. – 93 с.
34. Панасюк, А. Ю. Аттракция – конечная цель формирования положительного имиджа / А. Ю. Панасюк. – М. : АИМ, 2007. – 174 с.
35. Панкрухин, А. П. Имидж страны: смена парадигмы. Взгляды из Канады, России, Великобритании и Латвии / А. П. Панкрухин, А. Ю. Игнатъев. – М. : АИМ, 2003. – 157 с.
36. Петрова, Е. А. Имидж и судьба человека / Е. А. Петрова. – СПб.: Проект, 2001. – 94 с.

37. Петровская, Л. А. Теоретические и методологические проблемы социально-психологического тренинга / Л. А. Петровская. – М.: МГУ, 1982. – 168 с.
38. Попов, Н. П. Общественное мнение в России и США о российско-американских отношениях / Н. П. Попов. – М : Омега-Л, 2015. – 247 с.
39. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Ваклер, 2006. – 574 с.
40. Почепцов, Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз / Г. Г. Почепцов. – М. : Омега-Л, 1995. – 183 с.
41. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – М. : Омега-Л, 1997. – 142 с.
42. Почепцов, Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов: строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз / Г. Г. Почепцов. – Киев : Пресса Украины, 1997. – 126 с.
43. Рябцева, Е. Е. Американское общественное мнение по проблемам внешней политики и его место в политической системе США / Е. Е. Рябцев. – Волгоград : Перемена, 2002. – 214 с.
44. Рожков, И. Имидж России. Ресурсы, опыт, приоритеты / И. Рожков, В. Г, Кисмерешкин. – М. : АИМ, 2008. – 193 с.
45. Сизоненко, А. И. Образ России в Латинской Америке / А. И. Сизоненко. – М. : КОЛОС, 2008. – 137 с.
46. Соколова-Сербская, Л. А. Формирование политического имиджа Российской Федерации на международной арене / Л. А. Соколова-Сербская. – М. : МПГУ, 2007. – 37 с.
47. Соколова-Сербская, Л. А. Роль средств массовой информации в формировании политического имиджа России на международной арене (1999-2004 гг.) / Л. А. Соколова-Сербская. – М.: МПГУ, 2006. –140 с.

48. Тюпа, Я. В. Общественное мнение России начала XIX века о Франции / Я. В. Тюпа. – М. : Омега-Л, 2008. – 183 с.
49. Фадеева, Л. А. Формирование образа России в современном мире: социокультурные механизмы / Л. А. Фадеева. – М. : Известия, 2008. – 97 с.
50. Феоктисова, И. Р. Проблема имиджа постсоветской России: историко-политические подходы / И. Р. Феоктисова. – Казань : Идел-Пресс, 2005. – 195 с.
51. Хачатуров, К. А. Роль международной информации в формировании репутации государства / К. А. Хачатуров. – М. : Известия, 2002. – 207 с.
52. Цыганков, П. А. Теория международных отношений / П. А. Цыганков. – М. : Гардарики, 2002. – 590 с.
53. Чернышов, Ю. Г. Современная Россия и мир: альтернативы развития / Ю. Г. Чернышов. – Барнаул : Си-Пресс, 2007. – 182 с.
54. Чернышов, Ю. Г. Государственная символика и международный имидж России (пространственные и временные аспекты). – Барнаул : Принт22, 2006. – 84 с.
55. Шепель, В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М. : С-Инфо, 1994. – 261 с.
56. Ядов, В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы / В. А. Ядов. – Самара: издательство «Самарский университет», 2007. – 253 с.
57. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – М: Омега-Л, 2007. – 567 с.
58. Boulding, K. The Image / K. Boulding. – Michigan, 1956. – 306 p.
59. Buchanan, W. How nations see each other. A study in public opinion / W. Buchanan, H. Cantril. – Urbana, 1953. – 167 p.
60. White, R. K. Fearful warriors / R. K. White. – New York, 1984. – 219 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Анкета для массового опроса населения города Белгорода

Уважаемый респондент!

Вашему вниманию представлена анкета, которая является частью исследования «Образ ведущих мировых держав в сознании российских граждан (общественное мнение жителей города Белгорода)», проводимого кафедрой социологии и организации работы с молодежью Института управления НИУ «БелГУ». В опросе будет задействовано 400 человек.

Опрос является полностью анонимным, все полученные данные будут использованы исключительно в научных целях. Просим Вас выразить Вашу собственную точку зрения. Ваше мнение очень важно для целей нашего исследования.

1) Расположите страны в порядке убывания их влияния на международную ситуацию.

1. Великобритания
2. Америка
3. Россия
4. Франция
5. Германия
6. Китай
7. Япония

2) Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав.

	Очень эффективна	Эффективная	Неэффективная	Затрудняюсь ответить
Великобритания				
Америка				
Россия				
Франция				
Германия				
Китай				
Япония				

3) Выберите основные характеристики, которыми, на Ваш взгляд, можно описать страны (не более 3-х)

	Великобритания	Америка	Россия	Франция	Германия	Китай	Япония
Уникальная							
Непобедимая							
Гордая							
Грозная							
Жестокая							
Бедная							
Равнодушная							
Великая							

4) Есть ли у Вас желание переехать из России? Если есть, то в какую страну?

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить
- 5) Если «Да», то в какую страну?

1. Великобритания
 2. Америка
 3. Франция
 4. Германия
 5. Китай
 6. Япония
 7. Другая страна.
- 6) Расположите лидеров ведущих мировых держав в порядке убывания авторитета.

Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	
Дональд Трамп (Америка)	
Владимир Путин (Россия)	
Синдзо Абэ (Япония)	
Эмманюэль Макрон (Франция)	
Ангела Меркель (Германия)	
Си Цзиньпин (Китай)	

- 7) Оцените по 5-ти бальной шкале отношение ведущих мировых держав к России.

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
5						
4						
3						
2						
1						

- 8) Оцените по 5-ти бальной шкале различные аспекты культуры стран.

	Великобритания	Америка	Россия	Япония	Франция	Германия	Китай
Литература							
Музыка							
Живопись							
Архитектура							

- 9) Оцените по 3 балльной шкале (очень вероятно, вероятно в средней степени, мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
Затяжной открытый конфликт						
Затяжной скрытый конфликт						
Невмешательств о в политику						
Нейтралитет						
Доброжелательн ое отношение						
Открытая поддержка						

Сотрудничеств о						
--------------------	--	--	--	--	--	--

1.

10) Пол

1. Мужской
2. Женский

11) Возраст (укажите количество полных лет) _____

Благодарим Вас за участие в исследовании!

Гайд для проведения интервью населения

Добрый день, меня зовут Антонина.

Я представляю Центр социологических исследований НИУ «БелГУ». Мы проводим социологическое исследование образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан. Наше исследование ставит целью выявление показателей и определяющих факторов, влияющих на формирование образа мировых держав в сознании граждан России. Ваше мнение очень важно для нашего исследования.

- 1) Как Вас зовут? Какая у Вас должность? Чем Вы занимаетесь?
- 2) Назовите страны, которые являются ведущими в следующих аспектах: экономическом, политическом, культурном, социальном?
- 3) Какие страны на Ваш взгляд являются самыми авторитетными на мировой арене на сегодняшний день? Назовите 5 таковых. Почему именно они?
- 4) От каких факторов, как Вы считаете, зависит авторитет той или иной страны?
- 5) Кто из политических лидеров мировых держав обладает, по Вашему мнению, наивысшим авторитетом среди граждан России? С чем это связано?
- 6) Если рассмотреть отношение мировых держав к России, какая из стран относится к ней наилучшим образом?
- 7) Каким Вы видите дальнейшее развитие отношений России с мировыми державами?

Благодарим за Ваше участие в интервью!

Гайд для проведения экспертного интервью

Добрый день, меня зовут Антонина.

Я представляю Центр социологических исследований НИУ «БелГУ».

Мы проводим социологическое исследование образа ведущих мировых держав в сознании российских граждан. Наше исследование ставит целью выявление показателей и определяющих факторов, влияющих на формирование образа мировых держав в сознании граждан России. Ваше мнение очень важно для нашего исследования.

- 1) Представьтесь, пожалуйста. (только имя, возраст и род занятия)
- 2) Назовите страны, которые являются ведущими в следующих аспектах: экономическом, политическом, культурном, социальном?
- 3) Какие страны на Ваш взгляд являются самыми авторитетными на мировой арене на сегодняшний день? Назовите 5 таковых. Почему именно они?
- 4) От каких факторов, как Вы считаете, зависит авторитет той или иной страны?
- 5) Кто из политических лидеров мировых держав обладает, по Вашему мнению, наивысшим авторитетом среди граждан России? С чем это связано?
- 6) Если рассмотреть отношение мировых держав к России, какая из стран относится к ней наилучшим образом?
- 7) Каким Вы видите дальнейшее развитие отношений России с мировыми державами?

Благодарим за Ваше участие в интервью!

**ПРОТОКОЛ ПИЛОТАЖНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ПО ТЕМЕ «ОБРАЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ДЕРЖАВ В СОЗНАНИИ
РОССИЙСКИХ ГРАЖДАН (ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ
ГОРОДА БЕЛГОРОДА)»
20.03.2018**

Цель проведения пилотажного исследования:

1. Уточнение формулировок вопросов и ответов опросника.
2. Проверка понимания формулировок опросника у целевой группы.
3. Нормирование опроса (количество респондентов, время одного интервью, количество отказов и т.д.).

Способ проведения пилотажного исследования:

Полевой опрос 30 респондентов, подобранным по квотным признакам: пол и возраст, с участием 2 анкетеров, анализ результатов опроса.

Основные проблемы, выявленные в ходе пилотажного исследования:

1. Наличие повторяющихся вопросов
2. Некорректная постановка вопроса

Изменение в инструментарии по итогам пилотажного исследования:

1. Во-первых, был удален вопрос № 2, который был направлен на выяснение отношения к внешней политике ведущих мировых держав. Причина этому наличие схожего вопроса
2. Во-вторых, были совмещены вопросы № 5 и №6, которые направлены на выяснение отношения к культурным аспектам стран. Таким образом получен более полный и содержательный вопрос.
3. В-третьих, вопрос № 9 вызвал затруднение в понимании респондентов, поэтому его формулировка была изменена.

4. В-четвертых, вопрос № 11 был разбит на 2 более узких вопроса в связи с невозможностью дать однозначный ответ по столь обширному понятию, как статус страны.

Результаты массового опроса населения города Белгорода

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Расположите страны в порядке убывания их влияния на международную ситуацию»

Значение	Великобритания	Америка	Россия	Япония	Франция	Германия	Китай
1	25,2	46,2	33,7	15,8	24,8	40,1	21,6
2	11,3	21,4	24,9	13,2	2,4	13,1	22,9
3	32,4	8,3	14,6	25,6	35,2	19,2	6,3
4	8,1	9,4	13,1	15,5	12,9	6,9	13,5
5	3,4	7,2	4,2	1,8	14,3	11,0	19,4
6	0,5	4,6	7,6	20,2	8,7	2,1	5,3
7	19,1	2,9	1,9	7,9	1,7	7,6	11,0

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос: «Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав»

Страна	Очень эффективная	Эффективная	Неэффективная	Затрудняюсь ответить
Великобритания	34,5	50,1	10,3	5,1
Америка	48,4	42,4	8,5	0,7
Россия	32,7	54,2	12,4	0,7
Япония	31,7	56,3	7,9	4,1
Франция	25,8	53,6	14,4	6,2
Германия	62,2	28,2	6,2	3,4
Китай	76,8	16,7	6,0	0,5

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос: «Выберете основные характеристики, которыми, на Ваш взгляд, можно описать страны (не более 3-х)»

Значение	Великобритания	Америка	Россия	Япония	Франция	Германия	Китай
Уникальная	48,7	20,9	43,9	52,8	21,7	11,4	25,6
Непобедимая	11,3	17,4	54,3	13,2	2,4	23,1	52,9
Гордая	42,8	8,5	24,6	38,6	55,2	19,2	46,3
Грозная	8,1	51,4	13,1	15,5	2,9	6,9	13,5
Жестокая	3,4	45,2	4,2	1,8	4,6	61,0	9,4
Бедная	6,7	4,6	7,6	49,1	50,7	2,1	5,3
Равнодушная	39,1	14,3	4,3	7,9	44,9	46,5	24,8
Великая	15,9	43,7	67,8	10,7	17,3	53,4	58,7

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос: «Есть ли у Вас желание переехать из России?»

Значение	% ответивших
«Да»	23,4
«Нет»	38,7
«Затрудняюсь ответить»	37,9

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос: «Если «Да», то в какую страну?»

	% ответивших
Великобритания	10,8

Америка	21,9
Япония	5,4
Франция	19,3
Германия	24,2
Китай	10,3
Другая страна	8,1

Таблица 6

Распределение максимально сильного авторитета среди лидеров мировых держав (%)

Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	42,6
Дональд Трамп (Америка)	50,1
Владимир Путин (Россия)	58,3
Синдзо Абэ (Япония)	19,7
Эмманюэль Макрон (Франция)	31,2
Ангела Меркель (Германия)	47,8
Си Цзиньпин (Китай)	24,7

Таблица 7

Распределение максимально низкого авторитета среди лидеров мировых держав (%)

Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	10,9
Дональд Трамп (Америка)	5,8
Владимир Путин (Россия)	6,2
Синдзо Абэ (Япония)	37,1
Эмманюэль Макрон (Франция)	21,2
Ангела Меркель (Германия)	14,3
Си Цзиньпин (Китай)	10,0

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 5-ти бальной шкале отношение ведущих мировых держав к России».

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
«5»	6,6	3,3	48,8	14,8	17,5	63,1
«4»	23,0	16,2	31,5	25,6	19,6	29,8
«3»	8,9	17,9	9,7	34,3	38,3	2,1
«2»	12,8	21,6	7,2	12,2	12,4	1,9
«1»	48,6	40,8	2,8	13,1	12,2	3,0

Таблица 9

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 3 балльной шкале (3-очень вероятно, 2-вероятно в средней степени, 1-мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий» (вариант ответа «3»)

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
Затяжной открытый конфликт	9,7	16,4	9,7	12,0	19,1	7,2
Затяжной скрытый конфликт	7,8	18,4	16,8	20,9	31,7	10,1
Невмешательство в политику	17,6	14,7	29,7	27,1	26,6	24,9

Нейтралитет	26,7	27,4	35,4	23,4	15,7	20,8
Доброжелательное отношение	12,7	14,2	23,6	19,7	9,4	51,2
Открытая поддержка	2,9	10,9	37,5	24,2	12,6	36,5
Сотрудничество	3,4	5,3	14,6	12,8	4,1	49,7

Таблица 10

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 3 балльной шкале (3-очень вероятно, 2-вероятно в средней степени, 1-мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий» (вариант ответа «3»)

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
Затяжной открытый конфликт	19,7	23,4	9,7	18,4	9,2	17,3
Затяжной скрытый конфликт	17,8	25,4	16,8	12,9	26,1	10,1
Невмешательство в политику	11,8	14,7	21,9	7,6	16,6	14,9
Нейтралитет	15,7	17,4	15,4	20,1	15,7	21,0
Доброжелательное отношение	12,7	13,5	23,5	17,7	19,4	31,2
Открытая поддержка	12,9	10,9	11,1	24,2	12,6	31,4
Сотрудничество	13,2	4,7	24,6	22,8	5,6	9,4

Таблица 11

Распределение ответов на вопрос: «Оцените по 3 балльной шкале (3-очень вероятно, 2-вероятно в средней степени, 1-мало вероятно) вероятность наступления во взаимоотношениях России и других стран следующих стадий» (вариант ответа «3»)

	Великобритания	Америка	Япония	Франция	Германия	Китай
Затяжной открытый конфликт	29,6	13,7	16,1	17,0	24,1	37,2
Затяжной скрытый конфликт	7,6	14,5	15,4	10,5	14,3	17,0
Невмешательство в политику	17,3	14,2	27,7	27,1	16,6	24,9
Нейтралитет	6,7	13,4	5,4	23,4	15,8	20,8
Доброжелательное отношение	16,4	14,2	21,6	16,8	19,4	36,2
Открытая поддержка	3,9	12,9	25,5	24,2	14,7	16,7
Сотрудничество	23,4	25,3	24,6	22,8	4,1	19,7

Таблицы сопряжения данных по переменной-основанию «пол»

Таблица 12

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Оцените эффективность экономики ведущих мировых держав	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	57,1	42,9
Америка	45,5	54,5
Россия	40,7	59,3
Япония	52,8	47,2
Франция	54,1	45,9
Германия	49,3	50,7
Китай	50,2	49,8

Таблица 13

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

«Есть ли у Вас желание переехать из России?»	Пол	
	Мужской	Женский
Да	57,8	42,2
Нет	48,8	51,2
Затрудняюсь ответить	51,7	48,3

Таблица 14

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Если «Да», то в какую страну?»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	44,1	55,9
Америка	55,4	44,6
Япония	42,9	57,1
Франция	54,9	45,1
Германия	35,0	65,0
Китай	57,8	42,2
Другая страна	51,0	49,0

Таблица 15

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Распределение максимально сильного авторитета среди лидеров мировых держав (%)	Пол	
	Мужской	Женский
Королева Елизавета/Тереза Мэй (Великобритания)	44,3	55,7
Дональд Трамп (Америка)	48,2	51,8
Владимир Путин (Россия)	50,4	49,6

Синдзо Абэ (Япония)	52,6	47,4
Эмманюэль Макрон (Франция)	56,5	43,5

Продолжение табл. 15

Ангела Меркель (Германия)	39,2	60,8
Си Цзиньпин (Китай)	57,4	42,6

Таблица 16

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Держава, относящаяся лучшим образом к России	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	37,5	62,5
Америка	67,9	32,1
Япония	48,3	51,7
Франция	51,3	48,7
Германия	51,5	48,5
Китай	60,9	39,1

Таблица 17

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Высокая вероятность наступления «Затяжной открытый конфликт»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	48,2	51,8
Америка	57,3	42,7
Япония	56,4	43,6
Франция	47,7	52,3
Германия	45,5	54,5
Китай	41,0	59,0

Таблица 18

Переменная-основание «пол» (данные по опросу населения города Белгорода)

Высокая вероятность наступления «Сотрудничество»	Пол	
	Мужской	Женский
Великобритания	48,8	51,2
Америка	54,1	45,9
Япония	49,3	50,7
Франция	57,1	42,9
Германия	54,4	45,6
Китай	48,3	51,7