

УДК 323.2

«ОБРАЗ БУДУЩЕГО» В ФОРМИРОВАНИИ ГОРОДСКОЙ И ОБЩЕГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ НОВЫХ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ*

Наталья Владимировна Евсева

ООО «Институт социального маркетинга», ИНИОН РАН,
г. Москва, Российская Федерация

Кирилл Михайлович Макаренко

Волгоградский государственный университет,
г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Введение. В статье представлены результаты исследования концепта «образа будущего» и его влияние на внешнее позиционирование городской и национальной (общегосударственной) идентичности молодежи новых субъектов РФ. Идентичность, особенно ее групповая форма, является сложным социально-психологическим феноменом, создающим ощущение сопричастности определенной общности. Государства в современном мире стремятся оказывать комплексное влияние на создание национальной (общегосударственной) идентичности, результатом образования и поддержания которой становится снижение конфликтности и поляризации общества.

Методология и методы. В качестве ключевого подхода выступает социальный конструктивизм, позволяющий исследовать городскую и общегосударственную идентичность как определенный конструкт, меняющихся в соответствии с влиянием внутренних и внешних факторов. Данные основываются на проведении 12 глубинных интервью с представителями молодежи, проживающими в Мариуполе и Луганске. В качестве подтверждения тех или иных выводов используются цитаты информантов.

Анализ. Важным фактором самоидентификации с определенной группой становится образ будущего, т.е. предположение о трендах развития, определение своего места в рамках формирующейся картины мира. Будущее оказывает существенное влияние на городскую и национальную идентичность, определяя разнонаправленные сценарии и модели поведения людей, включенных в те или иные общности. Городская идентичность укрепляется, внешне позиционируется в позитивном ключе, если жители того или иного города предполагают для

* Статья подготовлена и опубликована в рамках проекта № 124101700567-2 «Формирование общероссийской идентичности молодежи новых субъектов РФ: риски и перспективы». Проект реализован в Институте научной информации по общественным наукам РАН по итогам отбора научных проектов, поддержанных Министерством науки и высшего образования РФ и Экспертным институтом социальных исследований.

него оптимистическое будущее. В обратном случае – городская идентичность становится менее выраженной, проявляется выраженное желание покинуть город, переехать в более перспективный.

Результаты. Был сделан вывод об амбивалентном характере публичного позиционирования идентичности: городского уровня в отечественной среде, национального – в международной. На основе опроса об ассоциациях со словом «Родина» было выявлено доминирование локальной идентичности для молодежи Луганска и Мариуполя.

Ключевые слова: идентичность, самоидентификация, образ будущего, гражданская идентичность, национальная идентичность, современная Россия.

UDC 323.2

«IMAGE OF THE FUTURE» IN THE FORMATION OF URBAN AND CIVIC IDENTITY OF YOUTH IN NEW SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION*

Natalia V. Evseeva

ООО «Institute of Social Marketing», INION RAS,
Moscow, Russian Federation

Kirill M. Makarenko

Volgograd State University,
Volgograd, Russian Federation

Abstract. Introduction. The article presents the results of the study of the concept of "image of the future" and its influence on the external positioning of the urban and national (national) identity of young people in the new subjects of the Russian Federation. Identity, especially its group form, is a complex socio-psychological phenomenon that creates a sense of belonging to a certain community. States in the modern world strive to exert a comprehensive influence on the creation of a national (civil) identity, the result of the formation and maintenance of which is a decrease in conflict potential and polarization of society.

Methodology and methods. The key approach is social constructivism, which allows us to study urban and civil identity as a certain construct that changes in accordance with the influence of

* The article was prepared and published within the framework of the project No. 124101700567-2 «Formation of the All-Russian Identity of Youth in New Subjects of the Russian Federation: Risks and Prospects». Implemented at the Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences based on the results of the selection of scientific projects supported by the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation and the Expert Institute for Social Research.

internal and external factors. The data are based on 12 in-depth interviews with young people living in Mariupol and Lugansk. Quotes from informants are used to confirm certain conclusions.

Analysis. An important factor in self-identification with a certain group is the image of the future, i.e. an assumption about development trends, determining one's place within the emerging picture of the world. The future has a significant impact on urban and national identity, determining multidirectional scenarios and behavior patterns of people included in certain communities. Urban identity is strengthened, externally positioned in a positive way, if residents of a particular city assume an optimistic future for it. In the opposite case, urban identity becomes less pronounced, a pronounced desire to leave the city and move to a more promising one is manifested.

Results. A conclusion was made about the ambivalent nature of public positioning of identity: the urban level in the domestic environment, the national level in the international one. Based on a survey on associations with the word "Motherland", the dominance of local identity was revealed for the youth of Lugansk and Mariupol.

Keywords: identity, self-identification, image of the future, civic identity, national identity, modern Russia.

Введение

Современное государство помимо реализации своих традиционных функций: обеспечения безопасности граждан, справедливого распределения ресурсов между гражданами, содействия развитию общества – приобретает и новые задачи, такие как обеспечение формирования общегражданской идентичности, определение перспектив развития государства, общества и т.д. Развитие общества должно соответствовать какому-либо плану, который в современном научном и общественном дискурсе называется «образом будущего». Формирование и поддержание общегражданской идентичности важно для создания комфортной среды общественного взаимодействия, снижения конфликтного, поляризационного потенциала общества. Наличие «образа будущего», разделяемого той или иной частью социума, является одним из слагаемых идентичности. В рамках данной статьи перед нами стоит задача соотнесения роли «будущего» во внешнем позиционировании идентичности молодежи новых субъектов РФ (исследование проводилось в Луганске и Мариуполе).

В рамках статьи мы будем, прежде всего, говорить о разных уровнях социальной групповой идентичности, которая представляет собой «результат самоотождествления группы, выделения себя в качестве самостоятельного целостного субъекта, осознания своей индивидуальности и, соответственно, отличия от других, прежде всего равностатусных групп в составе основной организации» [4, с. 150].

Т. П. Емельянова, Е. Н. Викентьева, С. В. Тарасов отмечали, что концептуально образ будущего и городская идентичность выделяются в качестве показателей «социального самочувствия представителей разных поколений, их ожиданий и опасений» [6, с. 57]. Т.е. ожида-

ния будущего, определение личных перспектив в том или ином территориальном и/или государственном образовании, осознание единства целей и ценностей с другими жителями тех или иных локальных сред, определяют социальное самочувствие.

Соотношение тем идентичности и образа будущего уже находило свое отражение в работах отечественных и зарубежных исследователей [3, 9, 12]. Отношение к будущему, во многом, определяет готовность остаться в городе (регионе) ради его развития или же покинуть его, если будущего представляет бесперспективным.

Идентичность как социально-психологический феномен представлена на многих уровнях групповой солидаризации, в том числе и на уровне муниципалитета, города. В отечественных исследованиях уже не раз отмечалось, что идентичность жителей различных городов отличается. Так, в исследовании О. И. Вендиной отмечалось, что столичная идентичность (Москва) существенно отличается от региональной, что обуславливается «убежденностью жителей в значимости для себя мегаполиса и ощущением принадлежности к избранному закрытому, элитарному сообществу» [2]. В этом ракурсе интересен опыт Сургута – северного моногорода. Ответы на анкетный опрос показали, что жители этого города чувствуют к нему привязанность, как к родному месту, но колеблются относительно выбора его для дальнейшего проживания [10].

Существует ряд полярных сценариев, связанных с городской идентичностью молодежи и «образом будущего» для жителей тех или иных городов: 1. Прочная ассоциация себя с городом, желание жить в нем в будущем (большие города, особенно столичного типа); 2. Идентичность не сформирована, доминирующие настроения связаны с желанием уехать; 3. Жители города испытывают к нему приятные, ностальгические чувства, но не могут определить относительно укоренения в нем или переезда в другой город.

Коллектив исследователей Алтайского государственного университета отмечал, что согласно результатам опроса, гражданская идентичность не является для респондентов доминирующей, находясь на статистически близком уровне с идентичность региона (края, области) и непосредственного места проживания (город, село). Данные по ощущению близости к государству, региону, городу статистически очень близкие: 82 %, 82,3 %, 84,5 % [7, с. 81]. При этом авторы отмечают, что уровень гражданской идентичности ранее (до 2021 г.) превышал значения местных идентичностей. Возможной причиной подобной трансформации называется неопределенность и нестабильность, вызванные коронавирусной пандемией. «При всех тревогах и изменениях в целом в кризисных ситуациях люди ищут солидарности с теми, кто их чаще понимает и находится рядом» [7, с. 81].

Методология и методы исследования

Существует целый ряд как классических, так и современных подходов к исследованию идентичности, каждый из которых обладает значимым научным потенциалом. В рамках

статьи мы будем использовать методологию социального конструктивизма П. Бергера и Т. Лукмана [1], что позволит нам исследовать идентичность как социальный конструкт, обретающий те или иные параметры в соответствии с интенцией субъекта и в ответ на изменения внешней среды. Идентичность не обладает свойством монолитности, а представляет собой нечто «конструируемое, неоднозначное, подвижное» [11, с. 284].

Выводы данной статьи основаны на материалах 12 глубинных интервью, проведенных с представителями молодежи, проживающими в Мариуполе и Луганске. В качестве подтверждения тех или иных выводов будут использоваться цитаты информантов.

Результаты

Одна из самых интересных методик исследования городской идентичности разработана М. Лалли, которая включает в себя анализ идентичности через пять шкал – блоков: внешняя ценность, общая привязанность, связь с прошлым, восприятие близости, целеполагание [13]. Используя эту методику, коллектив авторов (О. И. Муравьева, С. А. Литвина, О. В. Кружкова, С. А. Богомаз) провел опрос в 6 городах России. Для Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Владивостока было характерно доминирование показателей значимости внешней ценности города и общей привязанности. Томск представлял собой близкий к названным ранее городам пример с одним исключением: общая привязанность была выражена несколько больше, чем внешняя ценность. В свою очередь, для идентичности Барнаула и Петропавловска-Камчатского – важнейшим стал блок – общая привязанность, тогда как внешняя ценность была на периферии, значительно уступая иным показателям [8]. Тем самым, ключевой характеристикой городской идентичности является общая привязанность к городу. Остальные переменные сильно варьируются в зависимости от статуса города, количества жителей, исторической ценности и т.д.

В ходе анализа транскриптов интервью представителей молодежи новых субъектов РФ мы пришли к выводу, что для информантов из Луганска и Мариуполя характерна практика выделения двух доминирующих блоков идентичности со своим городом: общая привязанность к городу и внешняя ценность города. При этом внешняя ценность обуславливается не только значимостью этих городов в ходе проведения специальной военной операции, но и историческим значением городов как промышленных центров. *«Я люблю свой родной город, он мне нравится. Я учусь [тут] и могу в любую точку России поехать и попробовать там устроиться. Ну, я здесь уже более-менее осел. Пока что, в ближайшее время, я планирую здесь быть». «Ну, как-то, не знаю, уезжать никуда не хочется, потому что там надо будет начинать все с нуля. То есть тут как бы много знакомых, много друзей, как бы, тем более у меня родители здесь. Ну, я если куда-то уеду, то я сюда не смогу приехать к ним» (Мариуполь, мужчина, 22 года).*

При этом нельзя сказать, что все респонденты высказываются о стремлении остаться в своих городах. Миграционные настроения присутствуют, но связаны они, прежде всего, с перспективами профессионального трудоустройства и самореализации. *«Ну, где-то северная часть России, Новосибирск, Владивосток. Там много элементов логистики, транспортные хабы и так далее. Там это очень хорошо востребовано. Профессии логистов, транспортников там хорошо ценятся».* (Мариуполь, мужчина, 20 лет).

В контексте нашего исследования мы связываем стремления остаться в городе проживания или уехать в более перспективный регион с образом будущего. Отсутствие четких перспектив, осознание невозможности или серьезных сложностей в собственной реализации приводит к высказанному стремлению к смене города проживания. Так, одна из девушек отмечала, что ее планами на ближайшее будущее является покупка машина, а из более глобального – это стремление *«развиваться как личность, но тут пока нигде».* Желаемым местом переезда стали Москва и Санкт-Петербург: *«В Москве много возможностей, где можно развиваться. В Питере также»* (Мариуполь, женщина, 27 лет).

Наличие четких перспектив и определение своего места в прогнозируемом будущем того или иного города, наоборот, приводит к закреплению за местностью. В этом контексте интерес вызывает высказывание одного респондента, который связывает свое персональное будущее с городом, обосновывая это определенной миссией: *«Есть у меня там идеи как восстановить водное поло Мариуполя, потому что после войны команды не осталось. Остался только я один из этой команды и еще один человек. Ну, это он будет как уже ветеран этого спорта. В планах восстановить былую славу Мариуполя, Мариупольского водного поло»* (Мариуполь, мужчина, 26 лет).

Городская идентичность является ярко выраженной формой групповой идентичности, но далеко не единственной. Во многом, о сформированности той или иной групповой идентичности может свидетельствовать ответ на вопрос об ассоциациях со словом «Родина».

Основываясь на ответах респондентов на данный вопрос, мы составили облако слов («word cloud»), отфильтровав слова, не содержащие смысловой нагрузки, и встречающиеся в тексте менее 2 раз. Чем ближе к центру расположено слово и чем оно больше в размере, тем чаще оно встречалось в ответах информантов.

Как мы можем убедиться доминирующей в контексте ассоциаций с Родиной является локальная идентичность, т.е. город, дом. Интересно то, что также представлен целый спектр ассоциаций, связанных с детством и семьей.

Вместе с тем идентичность познается по отношению к чему-либо иному в рамках дихотомии «свой» / «чужой», либо ее более утрированной и резко антагонистической версии «друг» / «враг». В этом плане интерес вызывает ответ на прямой вопрос «Как бы вы представились, если бы приехали в другой город России или в другую страну?». В России информанты представлялись бы как жители города (Мариуполя, Луганска): *«Прямым текстом бы*

сказал, что я мариупольчанин» (Мариуполь, мужчина, 20 лет); «Город нашумевший. Хорошо нашумевший по России» (Мариуполь, мужчина, 22 года, строительная компания); «Что я с Луганска. А Луганск уже известен на всю Российскую Федерацию» (Луганск, мужчина).

При попадании в иностранную среду фиксировалось практика внешнего позиционирования идентичности национального (общегосударственного) уровня, которая самими информантами объяснялась через призму неизвестности отдельных городов для иностранцев: «они не знают, где это [Донецк]. Россия тогда» (Мариуполь, женщина, 24 года); «Я бы гордо сказала, что я из России» (Луганск, женщина, 20 лет).

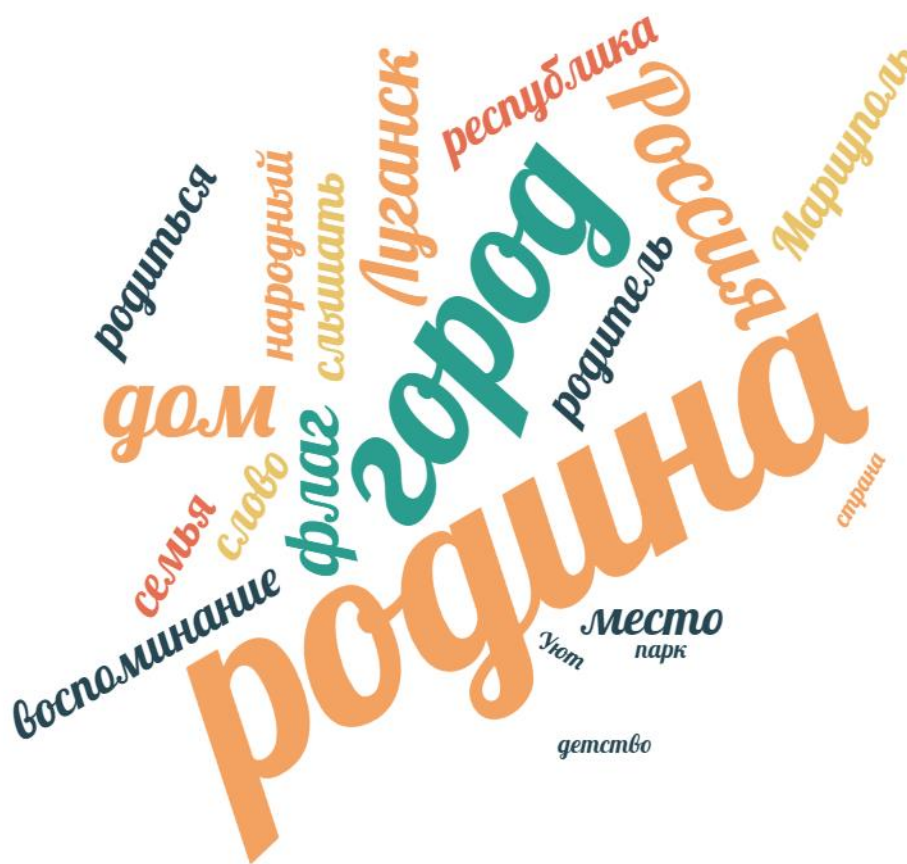


Рис. 1. Облако слов – ассоциаций с Родиной

Выводы

Тем самым, мы получаем амбивалентную для молодежи Луганска и Мариуполя картину: с одной стороны, они представляются жителями своих городов (иногда Народных республик) как форму идентичности внутри страны, а с другой – гражданами России при самоидентификации в рамках разговора с иностранцами. Подобная модель поведения является отражением феномена, описанного И. Гофманом в книге «Представление себя другим в по-

вседневной жизни», когда образ конкретного Я считается окружающими как коллективный образ группы или организации, которую представляет этот индивид [5].

Для молодежи новых субъектов РФ характерно доминирование локального над глобальным, что проявляется в ответах на вопрос об ассоциациях со словом «Родина». В этом контексте заметным становится выделение таких концептов как семья, детство, уют, воспоминание. Помимо этого, значимым является и выраженное некоторыми респондентами стремление профессиональной реализации, развития (и даже жертвенности) именно в рамках локального сообщества, того города, в котором они родились и выросли.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бергер, П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. Пер. Е. Д. Руткевич. М. : Медиум, 1995. 323 с.
2. Вендина, О. И. Московская идентичность и идентичность москвичей // Известия РАН. Серия географическая. 2012. № 5. С. 27-39.
3. Вилков, А. А. Социальный запрос на будущее России в политических проектах и массовом сознании граждан / А. А. Вилков, Н. И. Шестов, А. В. Абрамов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4, История. Регионоведение. Международные отношения. 2021. Т. 26. № 3. С. 108-122. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2021.3.10>
4. Гайдар, К. М. Феномен идентичности группового субъекта // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2009. № 11. С. 148-154.
5. Гофман, И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. Пер. с англ, и вступ. статья А. Д. Ковалева. М. : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2000. 304 с.
6. Емельянова, Т. П. Городская идентичность и образ будущего в двух городах: фактор поколения / Т. П. Емельянова, Е. Н. Викентьева, С. В. Тарасов // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2000. № 4. С. 57-78.
7. Максимова, С. Г. Образ будущего России как основа для позитивной идентификации граждан / С. Г. Максимова, Н. Ю. Атясова, О. В. Суртаева, Е.В. Шахова, А. С. Спирина // Society and Security Insights. 2021. № 4 (4). С. 77-94. [https://doi.org/10.14258/ssi\(2021\)4-05](https://doi.org/10.14258/ssi(2021)4-05)
8. Муравьева, О. И. Особенности структуры идентичности с городом молодежи российских городов / О. И. Муравьева, С. А. Литвина, О. В. Кружкова, С. А. Богомаз // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2017. № 1. С. 63-80.
9. Нестик, Т. А. Социальная идентичность и временная перспектива личности как предпосылки отношения к коллективному прошлому, настоящему и будущему / Т. А. Нестик, О. С. Шаповалова, С. А. Плужник // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 4 (16). С. 102-126.
10. Покатиловская, Е. Н. Образ города проживания в представлениях жителей с разной городской идентичностью / Е. Н. Покатиловская, Л. В. Шибяева // Институт психологии

Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2019. Т. 4. № 2 (14). С. 192-209.

11. Русакова, О. Ф. Современная политическая философия: предмет, концепт, дискурс / О. Ф. Русакова. Екатеринбург: Издательский Дом "Дискурс-Пи", 2012. 400 с.

12. Demneh, M. Destination Identity: Futures Images as Social Identity / M. Demneh, R. Morgan // *Journal of Futures Studies*. 2018. № 22 (3). pp. 51-64.

13. Lalli, M. Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings / M. Lalli // *Journal of Environmental Psychology*. 1992. Vol. 12 (4). Pp. 285-303. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80078-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80078-7)

REFERENCES

1. Berger, P., Luckmann, T. *Social'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sociologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge]. Transl. by E. D. Rutkevich. Moscow: Medium, 1995, pp. 323.

2. Vendina, O. I. *Moskovskaya identichnost' i identichnost' moskvichej* [Moscow Identity and the Identity of Muscovites]. *Izvestiya RAN. Seriya geograficheskaya* [Proceedings of the Russian Academy of Sciences. Geographical Series], 2012, no. 5, pp. 27-39.

3. Vilkov, A. A., Shestov, N. I., Abramov, A. V. *Social'nyj zapros na budushchee Rossii v politicheskikh proektah i massovom soznanii grazhdan* [Social Demand for the Future of Russia in Political Projects and Mass Consciousness of Citizens]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4, Istoriya. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Bulletin of Volgograd State University. Series 4, History. Regional Studies. International Relations], 2021, vol. 26, no. 3, pp. 108-122. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2021.3.10>.

4. Gaydar, K. M. *Fenomen identichnosti gruppovogo sub"ekta* [The Phenomenon of Group Subject Identity]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of Tomsk State Pedagogical University], 2009, no. 11, pp. 148-154.

5. Goffman, I. *Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoj zhizni* [The Presentation of Self in Everyday Life]. Transl. by A. D. Kovalev. Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole, 2000, pp. 304.

6. Emelyanova, T. P., Vikent'eva, E. N., Tarasov, S. V. *Gorodskaya identichnost' i obraz budushchego v dvuh gorodah: faktor pokoleniya* [Urban Identity and the Image of the Future in Two Cities: The Generation Factor]. *Vestnik RGGU. Seriya «Psihologiya. Pedagogika. Obrazovanie»* [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series "Psychology. Pedagogy. Education"], 2000, no. 4, pp. 57-78.

7. Maksimova, S. G., Atyasova, N. Yu., Surtaeva, O. V., Shakhova, E. V., Spirina, A. S. *Obraz budushchego Rossii kak osnova dlya pozitivnoj identifikacii grazhdan* [The Image of the Fu-

ture of Russia as a Basis for Positive Identification of Citizens]. *Society and Security Insights*, 2021, no. 4 (4), pp. 77-94. [https://doi.org/10.14258/ssi\(2021\)4-05](https://doi.org/10.14258/ssi(2021)4-05).

8. Murav'eva, O. I., Litvina, S. A., Kruzhkova, O. V., Bogomaz, S. A. Osobennosti struktury identichnosti s gorodom molodezhi rossijskih gorodov [Features of the Structure of Urban Identity Among Youth in Russian Cities]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Bulletin of Novosibirsk State Pedagogical University], 2017, no. 1, pp. 63-80.

9. Nestik, T. A., Shapovalova, O. S., Pluzhnik, S. A. Social'naya identichnost' i vremennaya perspektiva lichnosti kak predposylki otnosheniya k kollektivnomu proshlomu, nastoyashchemu i budushchemu [Social Identity and Temporal Perspective of the Individual as Prerequisites for Attitudes Toward Collective Past, Present, and Future]. Institut psihologii RAN. *Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology], 2019, vol. 4, no. 4 (16), pp. 102-126.

10. Pokatilovskaya, E. N., Shibaeva, L. V. Obraz goroda prozhivaniya v predstavleniyah zhitelej s raznoj gorodskoj identichnost'yu [The Image of the City of Residence in the Perceptions of Residents with Different Urban Identities]. Institut psihologii RAN. *Social'naya i ekonomicheskaya psihologiya* [Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Social and Economic Psychology], 2019, vol. 4, no. 2 (14), pp. 192-209.

11. Rusakova, O. F. *Sovremennaya politicheskaya filosofiya: predmet, koncept, diskurs* [Modern Political Philosophy: Subject, Concept, Discourse]. Ekaterinburg: Diskurs-Pi, 2012, pp. 400.

12. Demneh, M., Morgan, R. Destination Identity: Futures Images as Social Identity. *Journal of Futures Studies*, 2018, no. 22 (3), pp. 51-64.

13. Lalli, M. Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 1992, vol. 12 (4), pp. 285-303. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0272-4944\(05\)80078-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80078-7).

Информация об авторах

Наталья Владимировна Евсева, руководитель проектов, ООО «Институт социального маркетинга», младший научный сотрудник ИНИОН РАН, Нахимовский проспект, д. 51/21, 117418, г. Москва, Российская Федерация, evseeva@insomar.ru

Кирилл Михайлович Макаренко, кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и политологии, Волгоградский государственный университет (ВолГУ), просп. Университетский, 100, 400062, г. Волгоград, Российская Федерация, Maikarenko_km@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1161-5719>, SPIN-код: 4247-5293, AuthorID: 903952.

Information about Authors

Natalia V. Evseeva, Project Manager, Institute of Social Marketing, Junior Researcher at INION RAS, Nakhimovsky Prospekt, 51/21, 117418, Moscow, Russian Federation, evseeva@insomar.ru

Kirill M. Makarenko, Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Political Science, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, Makarenko_km@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1161-5719>, SPIN-code: 4247-5293, AuthorID: 903952

Для цитирования: Евсева Н. В., Макаренко К. М. «Образ будущего» в формировании городской и общегражданской идентичности молодежи новых субъектов Российской Федерации // Парадигмы управления, экономики и права. 2025. Т. 6, № 1 (15). С. 44-54. URL: https://paradigmy34.ru/issues/Parad_2025_N1.pdf