

## Имидж региона как фактор миграционных установок молодежи

Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна

*Сорокина Ирина Дмитриевна*

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,  
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия

*E-mail: qqfinikkq@gmail.com*

В последние десятилетия миграционные процессы становятся одной из ключевых тем в социальной и экономической жизни стран. Особенно важным является вопрос миграции молодежи, которая все чаще выбирает место проживания и работы, исходя не только из объективных условий, но и из восприятия региона. Имидж региона является важным фактором, который влияет на миграционные установки. Это понятие охватывает не только экономические и социальные характеристики, но и эмоциональный отклик, который вызывает определенная территория у молодежи. Молодые люди ищут возможность для самореализации и карьерного роста, и именно имидж региона играет решающую роль в выборе места для жизни и работы.

*Целью* данной статьи является выяснение, какие конкретные аспекты имиджа оказывают наибольшее воздействие на решение о переезде у молодежи. В статье рассматриваются различные теоретические подходы к пониманию имиджа региона, а также описываются основные факторы, которые формируют положительное или отрицательное восприятие территорий.

Имидж региона формируется как комплексный образ, складывающийся из множества факторов: уровень экономического развития, качество жизни, условия для образования и самореализации, культурная и социальная привлекательность. Регион воспринимается также и как местности, в которой можно получить достойное образование, найти работу и улучшить свое социальное положение. Наибольшее внимание в исследованиях уделяется экономическому аспекту — наличию рабочих мест, возможностям карьерного роста и предпринимательской активности. Такие регионы, как Москва, Санкт-Петербург, Казань, традиционно имеют высокий рейтинг благодаря развитой инфраструктуре и большому числу вакансий, что больше всего привлекает молодежь. Не менее важным является и культурный имидж региона. Некоторые территории ассоциируются с определенными культурными событиями, высоким уровнем образования, наличием университетов и научных центров. В регионах, где высокоразвиты инновационные отрасли, таких как IT и инженерные технологии, полно молодых людей. В регионах, где уровень жизни высок, а возможности для развития карьеры и образования открыты, молодежь чаще всего остаётся, а миграция в такие регионы становится привлекательной.

На основе анализа существующих теоретических подходов было проанализировано несколько факторов, влияющих на миграционные установки молодежи. Рассмотренные данные показывают, что молодежь выбирает регионы, исходя не только из экономической ситуации, но и из восприятия качества жизни в данной местности. Для этого использовались социологические исследования, в которых молодые люди, проживающие в различных регионах, указывали на главные факторы, влияющие на их решение о переезде.

Один из важных аспектов — это наличие крупных образовательных учреждений. Молодежь часто выбирает места, где сосредоточены известные университеты, научные школы и культурные центры. Например, регионы с сильными университетами, такими как

Московская область, Казань и Санкт-Петербург, могут предложить более широкий выбор образовательных программ и научных исследований. Молодежь зачастую не готова оставаться в регионах с низким уровнем экономического развития, ведь в таких местах высокий уровень безработицы, низкие заработные платы и отсутствие перспектив для карьерного роста. Однако стоит отметить, что имидж региона не всегда совпадает с его реальностью. Молодежь, выбирая место для проживания, опирается на информацию из медиа, интернет-ресурсов и мнений сверстников, что часто приводит к переоценке реальных возможностей. Поэтому формирование положительного имиджа региона с помощью различных информационных и культурных мероприятий может оказать сильное влияние на решение о миграции.

Кроме того, социальные сети играют важную роль в создании имиджа региона, поскольку именно через эти платформы молодежь получает информацию о жизни в различных городах и странах. Постоянный поток информации через эти каналы позволяет не только увидеть конкретные достижения региона, но и почувствовать его атмосферу, что в дальнейшем влияет на решение о переезде.

В результате анализа факторов, влияющих на миграционные установки молодежи, выявлено, что имидж региона играет важную роль в процессе выбора места для проживания и работы. В особенности это связано с такими аспектами, как наличие высококачественного образования, развитая экономика, уровень социальных гарантий и культурная привлекательность территории.

Важно отметить, что имидж региона не всегда отражает реальное положение дел, поэтому молодежь нередко основывает свои решения о миграции на восприятии территории, сформированном через медиа и социальные сети. Вследствие этого местным властям необходимо активно работать над улучшением имиджа своих территорий, предоставляя молодежи реальные возможности для самореализации и развития.

### Источники и литература

- 1) Васильев, А. Л. Социально-экономические аспекты миграционных процессов в России / А. Л. Васильев. — М.: Издательство РГГУ, 2019.
- 2) Ильин, В. М. Имидж региона как фактор его развития / В. М. Ильин. — СПб.: Наука, 2018.
- 3) Никитина, Т. А. Миграция молодежи в условиях глобализации / Т. А. Никитина. — Екатеринбург: УралГУ, 2020.
- 4) Павлова, Н. В. Миграционные установки молодежи и влияние имиджа региона / Н. В. Павлова. — Казань: Казанский университет, 2021.