ОБРАЗ РОДНОЙ СТРАНЫ У РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Л.В. Матвеева, В.Ю. Литвинов,
Ю.В. Мочалова, Л.Г. Свитич

Москва
2025

УДК 070
ББК 76.0
М 33

Матвеева Л.В., Литвинов В.Ю., Мочалова Ю.В., Свитич Л.Г.
М 33 Образ родной страны у российской молодежи / Л.В. Матвеева, В.Ю. Литвинов, Ю.В. Мочалова, Л.Г. Свитич. — М.: Издательство ИКАР, 2025. — 304 с.: ил.

ISBN 978-5-7974-0819-2

«Данная книга представляет результаты комплексного исследования восприятия современной молодежью образа родной страны, как в исторической перспективе, так и в сравнении с образами других стран Западной и Восточной цивилизации. Проводится анализ ценностно-смысловых кодов культурных представлений о России, исследуется влияние современных СМИ на формирование медиаобраза страны. Результаты сравнительного анализа представлений о России и о собственном регионе проживания молодёжи из различных макрорегионов страны позволили выявить их взаимосвязь, что открывает новые перспективные направления в области изучения данных феноменов. Авторский коллектив — сотрудники факультетов психологии и журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Книга адресована специалистам в области психологии, журналистики, социологии, педагогики, философии, географии, а также всем, кто интересуется вопросами формирования мировоззрения молодого поколения и развития национальной и региональной идентичности».

УДК 070
ББК 76.0

ISBN 978-5-7974-0819-2

© Матвеева Л.В., Литвинов В.Ю., Мочалова Ю.В., Свитич Л.Г., 2025
© Оформление. АО «Издательство ИКАР», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 5

Раздел 1. Методологические основания исследования

Глава 1. Особенности менталитета российского народа.....15

1.1. Национальный характер как важный фактор формирования представлений о родной стране 15

1.2. Ценностные доминанты российского народа.....19

Глава 2. Представления о родной стране как важная составляющая картины мира человека 25

2.1. Категория «картина мира», «образ мира» и «представление» в психологических исследованиях.....25

2.2. Исследование представлений о России в картине мира человека.....32

2.3. Влияние СМИ на трансформацию представлений о России в картине мира человека.....37

2.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека 39

2.5. Образ страны как основа формирования территориальной идентичности человека.....44

2.5.1. Понятие идентичности.....44

2.5.2. Цивилизационная идентичность 51

2.5.3. Этнокультурная и национальная идентичность 71

2.5.4. Региональная идентичность.....84

Раздел 2. Результаты эмпирических исследований

Глава 3. Образ России в информационном пространстве..... 103

3.1. Базовые основания для трансляции медиаобраза России 103

3.2. Динамика характеристик и ценностей русского народа в телеконтенте..... 108

3.3. Деформации образа семьи в подростковых журналах 120

3.4. Семейные ценности в женских глянцевых изданиях..... 129

3.5. Эволюция образа культуры в публикациях издания «Культура» ... 138

3.6. Сравнительный анализ особенностей восприятия творческой молодежью Российской, Западной и Восточной цивилизации..... 145

Глава 4. Культурные представления о России у молодежи, проживающей в различных регионах страны 174
4.1. Процедура проведения исследования 174
4.2. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме праздничных ритуалов у молодежи страны 176
4.3. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме образов героев, у молодежи страны..... 186
4.4. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, у молодежи страны. 190
Глава 5. Категориальная структура образа России и образов регионов России в менталитете молодежи страны..... 199
5.1. Методология проведения эмпирического исследования 200
5.2 Факторная структура представлений о России у молодежи из различных макрорегионов страны..... 204
5.3 Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны..... 210
5.4 Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и ее регионах..... 215
Глава 6. Исследование образа различных стран в представлении молодежи из регионов России 219
6.1. Методология исследования образа различных стран в представлении российской молодежи..... 219
6.2. Психосемантическое исследование образа России, образа Западной цивилизации (США) и Восточной цивилизации (Китай) в представлении молодежи из Москвы, Перми и Тюмени 220
6.3. Соотношение образов стран в пространстве значимых факторов..... 228
Заключение 243
Литература 245
Приложения..... 281

ВВЕДЕНИЕ

В картине мира человека представления о стране, в которой он рождается и живет, являются системообразующими наряду с такими, как самосознание, смысл жизни, образ будущего, безопасность, любовь, счастье. В культуре страны как в сакральных, так и в профанных текстах наиболее часто встречаются понятия «родина», «мать сыра земля», «любить родину», «умереть за родину», «Родина-мать зовет». У каждого поэта и писателя можно найти произведение, посвященное родине, героический миф любой страны или народа содержит повествование о человеке, жизнь которого посвящена служению родине и народу. Тоска по земле, на которой родился человек, именуется ностальгией и относится к возвышенным чувствам. Как писала А. Ахматова, «мы ложимся в нее и становимся ею». Позитивное содержание данных представлений о родине лежит в основе организации всей жизнедеятельности человека, мотивируя его поведение, вплоть до героических проявлений. Негативное же содержание как деструктивное начало служит причиной такого распространенного явления как «добровольное изгнание из родины».

В нашей работе осуществляется междисциплинарный подход к исследованию культурных представлений о России с позиции психологии, культурологии, психолингвистики и филологии. В психологии понятие представлений было введено И. Гербартом (2007), И. Кантом (2006) и А. Шопенгауэром (2011) и понималось как основной элемент сознания, как образы, которые способны взаимодействовать друг с другом, переходить из сферы сознания в область бессознательного и участвовать в процессах ощущения, восприятия и мышления. В дальнейшем категория представлений использовалась А. Тверски и Д. Канеманом в теории принятия решения, а также Э. Дюркгеймом и С. Московичи в социальной психологии. В рамках деятельностной парадигмы А.Н. Леонтьевым (1979) и С.Д. Смирновым (1998) создана концепция образа мира, в которой мир отражается в сознании субъекта в форме многоуровневой системы представлений, которые амодальны и носят обобщенный характер. При этом

А.Н. Леонтьев подчеркивал, что в основе образа мира человека лежит не только чувственный опыт, но и социокультурный. На основе образа мира постоянно выдвигаются гипотезы и прогнозы развития событий, формируются представления, уточняется и развивается сам образ мира.

Основу образа мира задают категории, соотносящиеся с физическими свойствами мира, такие как понятия времени, пространства, движения, активности. Социокультурный слой содержит категории социального и экзистенциального свойства, такие как долг, нравственность, любовь, страх, ненависть, свой/чужой и другие. Л.С. Выготский (1984) в рамках культурно-исторической концепции происхождения психики выделил принципы единства интеллекта и аффекта, предполагающего двойную структуру представлений и образов сознания — когнитивную и эмоциональную.

В социально-культурном контексте С. Московичи (1996) и Э. Дюркгейм (2001) определяют социальные представления как систему ценностей, идей и практик, обеспечивающую ориентировку человека в социальном и материальном мире и коммуникативные отношения людей друг с другом. Они выделяют следующие функции социальных представлений: когнитивную, интерактивную, интерпретационную и ориентировочную.

Популярной в последнее время концепцией исследования структуры культурных представлений (КП) является концепция Г. Хофстеде (1997), который предложил рассматривать КП с позиций модели «луковицы». Верхний слой представлений строится из символов и имиджей, второй слой представляет собой уровень ритуалов, третий слой содержит образы героического начала и образы типичных представителей разных социальных слоев общества и, наконец, глубинный ядерный слой образуется из системы ценностей, которые лежат в основе нравственного выбора представителей определенной культуры.

Психологический аспект анализа культурных представлений позволяет включить в исследование как качественные методы (фокус-групп, интервью, неоконченных предложений и др.), так и коли-

чественные методы (психосемантическое шкалирование, факторный анализ, корреляционный анализ и др.).

В нашей работе мы опираемся на труды историков и культурологов, занимающихся проблемами возникновения и развития существующих цивилизаций человечества, придерживающихся как полицивилизационной концепции — Н.Я. Данилевский (1997), К.Н. Леонтьев (1996), О. Шпенглер (1993), А. Тойнби (1991), так и моноцивизационной концепции — Д. Белл (1986), Р. Арон (1993), Дж. Гелбрейт (1976), У. Ростоу (1973), Э. Тоффлер (2010), а также на работу Л.Г. Свитич по цивилизационной отнесенности России к отдельной цивилизации (Свитич, 2000, 2018) и данные наших коллег, занимающихся проблемами культурных кодов (Ярошенко и др., 2012; Герасименко, 2016).

В настоящее время в глобальном информационном пространстве доминирующими являются новые для традиционной российской культуры и ментальности ценности, такие как индивидуальный успех, «процветание», приоритет материальных ценностей как престижных, значимых, ведущих и т. д., что может приводить к усложнению идентификационных процессов прежде всего у молодого поколения россиян. Их представления о себе, о своей стране и ее истории, о родине, о государстве, о месте индивида и его референтной группы в обществе, о героическом начале, лежащем в основе выбора кем и каким быть, могут существенно отличаться от традиционно присущих отечественной культуре. Такими приоритетными ценностями для России, как указывается, в частности, в работах, посвященных межкультурной коммуникации, являются коллективизм, справедливость, совестливость и терпение (Грушевицкая и др., 2003). По данным наших исследований на основе комплексного сравнительного анализа восточной, западной и российской цивилизации, российская цивилизация отличается особым миропониманием, представлением о времени, аксиологией, характером и типом системы общественного устройства, социальным пространством, отношением человека к государству, власти, группе и личности, характером развития (Свитич, 2000, 2018).

Психологический анализ возможных трансформаций, на наш взгляд, необходимо проводить, имея в виду понятие ценностно-смысловых кодов, являющихся средством трансляции тех или иных внутрикультурных представлений, в процессе освоения и присвоения которых и формируется идентичность личности.

Наши исследования (2004, 2008, 2014) показывают, что при построении картины мира современный человек во многом опирается на символическую реальность, создаваемую в обществе при помощи СМИ (Матвеева, Аникеева, Мочалова, 2004; Матвеева, Аникеева, Мочалова, Петракова, 2008; Матвеева, Аникеева, Мочалова, Петракова, 2014). В результате происходит смешение знакового и символического уровней отражения реальности.

В нашем понимании ценностно-смысловой код — это семиотизированные в устной, письменной, визуально-образной, аудиальной (в т. ч. музыкальной), предметной и иной форме внутрикультурные идеалы, цели, ценности, смыслы, мотивы, ролевые позиции, образцы, модели и стереотипы поведения, возникающие в историческом процессе развития определенной культуры как принципиально значимые для ее воспроизводства и специально сохраняемые и оберегаемые для трансляции подрастающим поколениям на протяжении цикла развития данной культуры.

Ценностно-смысловые коды, актуальные для формирования цивилизационной и культурной идентичности современной российской молодежи, мы изучаем с опорой на культурно-деятельностный подход (Выготский, Леонтьев, Лурия), согласно которому ввиду социально-исторической природы психики человека развитие личности и освоение ею основ социального и культурного опыта, материальных и духовных ценностей происходит в активной предметной деятельности и общении и сотрудничестве с Другим (взрослым) как носителем такого социокультурного опыта, способов и средств предметной деятельности (Выготский, 2003; Леонтьев, 1977, 1982; Лурия, 1974; Асмолов, 2002, 2008). Культура, аутентичная для индивида, определенным образом влияет на процесс категоризации личностью образов восприятия, процесс формирования внутрикультурных социальных представлений.

Исходя из этого, существенным признаком культурной и цивилизационной идентичности является ее представленность в сознании и поведении членов группы, в том, насколько она способна мотивировать их мышление, деятельность, а также проявляться в чувствах, эмоциях и переживаниях, то есть ее выражение на когнитивном, эмоциональном и поведенческом уровнях. Другими словами, речь может идти об экспликации на этих уровнях в тех или иных формах, в осознаваемом и неосознаваемом виде границы «я, мы, наше, общее, свое — они, чужие, их, отдельное, постороннее».

Одной из форм существования ценностно-смысловых кодов в культуре являются также образы героев. Они, в свою очередь, выступают носителями идеалов и ценностей (т. е. актуальных для конкретной культуры принципов, целей, стандартов поведения) и могут являться образцами при формировании культурной, национальной и цивилизационной идентичности представителей народа. Автор «теории культурных вариаций» голландский культуролог Г. Хофстеде термином «герои» обозначает образы людей «как знаменитых, так и обычных, реальных или вымышленных, обладающих характеристиками, наиболее почитаемыми в данной культуре», другими словами, «культурных героев» (Hofstede, 1997). Им также выделены базовые культурные сценарии, воздействующие на стереотипы и представления о стране и формирующие культурную идентичность нации, такие как сценарии выражения чувств, сценарии мышления, сценарии игры и сценарии проявления воли, а также категория «ментальных программ» как особенностей проявления в том или ином народе дистанции власти, отношений коллективизма-индивидуализма, образов маскулинности-феминности и способов избегания неопределенности (там же).

Возвращаясь к обсуждению проблемы культурной и цивилизационной идентичности личности и ее исследования на российской выборке, необходимо отметить непосредственную связь этой идентичности с такими представлениями, как представления об образе России и других стран, а также с образом героя России. В частности, при исследовании представлений об образе России и образе героя России важно выявить основные несущие конструкции этого обра-

за в картине мира россиян. Основываясь на работах по культурной антропологии, политологии и этнопсихологии, мы выделили в структуре представлений об образе России и образе героического начала следующие составляющие:

1) представления о жизненном пространстве;
2) представления о времени;
3) образ себя через образы харизматических личностей;
4) образ другого («свой — чужой», «друг — враг»);
5) представления об информационном пространстве;
6) представления о ценностно-смысловом содержании культурных представлений;
7) представления об экономическом, правовом и политическом контексте жизни человека.

Целостный образ современной России формируется из множества составляющих — политической, экономической, социологической, психологической, культурной, духовной и др. Изучению каждой из этих составляющих посвящено немало научных исследований. Так, изучением политической составляющей занимались И.А. Панарин, Э.А. Галумов, Е.Б. Перелыгина, И.А. Ильин, З. Бжезинский; экономической — О. Платонов, С.Г. Кара-Мурза и С.Ф. Шарапов; историко-культурной — В.С. Соловьев, В.О. Ключевский, И.Г. Дубов, Б.А. Успенский, Н.Я. Данилевский; духовной — Н.А. Бердяев, Н.О. Лосский, В.Е. Хомяков. В психологии изучению образа России посвящены работы следующих авторов: К.А. Абульханова-Славская, Л.И. Анцыферова, М.И. Воловикова, С. Московичи, Л.И. Рюмшина, Т.А. Флоренская, Г.Г. Почепцов, В.Ф. Петренко, О.В. Митина, А.Г. Журавлев, И.В. Олейник.

Наше исследование проходило в несколько этапов. Вначале был проведен подробный теоретический анализ исследований в области изучения образа России и представлений о родной стране. Также подробно были разобраны различные подходы в области изучения территориальной идентичности: от регионального до цивилизационного уровня. Рассмотрены исследования по изучению ментальности российского народа и основных его ценностных доминант.

Первый этап эмпирического исследования, изложенный в главе 3, состоял в изучении образа России в информационном пространстве, в ходе которого было проведено панельное контент-аналитическое исследование российского телевидения в динамике (2002–2018 гг.). Также авторским коллективом была создана комплексная анкета и приведены результаты исследования различных аспектов образа России в сравнении с образами других стран в менталитете творческой молодежи страны (2019–2020 гг.).

Последующее эмпирическое исследование проходило в период с 2018 по 2021 г. в рамках реализации различных грантов РФФИ. Проводился анализ трансформации ценностно-смыслового кода культурных представлений о России и других странах под воздействием глобальной информационной среды у современной молодежи в аспекте национальной безопасности.

В главе 4 показаны результаты изучения культурных представлений о России у молодежи из различных регионов страны. За методологическую основу данного эмпирического этапа была взята концепция культурных представлений Г. Хофстеде, а изучению подверглись следующие ее элементы: праздничные ритуалы на личном, региональном и гражданском уровне; образы региональных героев и героев России; культурные символы, отражающие историческое развитие России.

В главе 5 приводятся результаты исследования категориальной структуры образа России и образов ее регионов в представлении молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны. Идет сравнение в категориальной структуре образа России с образом своего региона проживания для молодежи страны.

В главе 6 описано исследование образа различных стран в представлении молодежи России. Проводится сравнительный анализ трех объектов: образа России, образа восточной цивилизации (Китай), образа западной цивилизации (США).

Одной из задач данного проекта является осмысление проблем междисциплинарных исследований, в частности, в области исследования воздействия глобальной информационной среды на трансфор-

мацию социокультурных представлений, а также на процессы становления национальной и культурной идентичности.

Авторский коллектив выражает огромную искреннюю благодарность за помощь в организации работы, поддержку, креативные советы, профессиональную конструктивную критику:

Садовничему В.А., доктору физико-математических наук, академику РАН, ректору Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова;

Зинченко Ю.П., доктору психологических наук, профессору, академику РАО, члену-корреспонденту РАН, декану факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова;

Акопову Г.В., доктору психологических наук, профессору кафедры общей и социальной психологии Самарского филиала ГАОУ ВО г. Москвы «Московский городской педагогический университет»;

Дейнеке О.С., доктору психологических наук, профессору, члену-корреспонденту РАЕ, профессору кафедры политической психологии ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет»;

Долговой Н.В., кандидату психологических наук, доценту факультета социальной психологии и педагогики Института психологии им. Л.С. Выготского ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет»;

Карабановой О.А., доктору психологических наук, члену-корреспонденту РАО, зав. кафедрой возрастной психологии МГУ им. М.В. Ломоносова;

Карповой Н.Л., доктору психологических наук, профессору, ведущему научному сотруднику лаборатории консультативной психологии и психотерапии ФГБНУ «Федеральный научный центр психологических и междисциплинарных исследований»;

Кыштымовой И.М., доктору психологических наук, профессору кафедры психологии образования и развития личности Иркутского государственного университета;

Иванцову А.А., кандидату социологических наук, директору Института индустрии туризма и гостеприимства МГУСиТ;

Мурашевой О.В., кандидату психологических наук, научному сотруднику ФГБУН «Институт психологии» Российской академии наук;

Павловой Н.Д., доктору психологических наук, зав. лабораторией психологии речи и психолингвистики ФГБУН «Институт психологии» Российской академии наук;

Петренко В.Ф., доктору психологических наук, профессору, члену-корреспонденту РАН, зав. лабораторией психологии общения и психосемантики факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова;

Толстых Н.Н., доктору психологических наук, профессору, зав. кафедрой «Социальная психология развития» факультета «Социальная психология» Московского государственного психолого-педагогического университета;

Трубецкому А.Ю., доктору психологических наук, академику РАЕН, руководителю Фонда «Российский общественно-политический центр»;

Ушакову Д.В., доктору психологических наук, профессору, академику Российской академии наук, директору Института психологии Российской академии наук;

Федянину А.А., доктору физико-математических наук, профессору, проректор-начальнику Управления научной политики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова;

Халилову Т.А., кандидату политических наук, доценту кафедры педагогики и психологии, факультет педагогики, психологии и коммуникативности Кубанского государственного университета;

Яновскому М.И., кандидату психологических наук, доценту кафедры психологии Донецкого государственного университета;

За участие в методическом обеспечении и проведении исследований, описании их результатов особая благодарность Аникеевой Т.Я., кандидату психологических наук, старшему научному сотруднику кафедры общей психологии МГУ им. М.В. Ломоносова; Петраковой Е.Е., кандидату психологических наук, научному сотруднику кафедры методологии психологии МГУ им. М.В. Ломоносова.

За помощь в сборе данных авторский коллектив благодарит Рудакову Е.М., кандидата исторических наук, председателя межрегиональ-

ной общественной организации «Национальный совет социальной информации», и ее коллег.

За помощь в организации исследований: Капустина С.А., кандидата психологических наук, доцента кафедры методологии психологии МГУ им. М.В. Ломоносова; Ковалева А.И., кандидата психологических наук, доцента кафедры психофизиологии, заместителя декана факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова по учебной работе.

За помощь в обработке данных: Шмелева А.Г., доктора психологических наук, профессора МГУ им. М.В. Ломоносова; Степанову О.Б., кандидата психологических наук, доцента кафедры методологии психологии МГУ им. М.В. Ломоносова.

Особая благодарность за помощь в организации сбора данных исследования отделу Центра молодежных проектов АНО ДПО «Корпоративный университет РЖД» и Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество» (РГО).

РАЗДЕЛ I

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Глава 1. Особенности менталитета российского народа

1.1. Национальный характер как важный фактор формирования представлений о родной стране

Национальный характер российского народа являет собой целостную систему со свойственной ей иерархией свойств, качеств, доминирующих в интенциях, образе мыслей, в культуре, стереотипах поведения, присущих нашей нации. Национальный характер значительно устойчив. Преемственность его качеств и типов обеспечивается посредством социальных механизмов трансляции общественно-исторического опыта между поколениями. С другой стороны, будучи детерминирован общественной и природной средой, он подвержен определенным трансформациям. Общество с недостаточно развитым и сильным национальным характером обречено на поражения и неудачи, будь то тяжелый экономический кризис или внешняя агрессия.

В книге «Характер русского народа» (2005) Н.О. Лосский размышляет о нравственно-психологических чертах, свойственных народам, проживавшим на территории Российской империи, и как эти черты влияют на историческую судьбу России. Так он пишет: «…душу отдельных русских людей, а не душу русской нации как целого, так как… характер души общественного целого может иногда или в некоторых отношениях глубоко отличаться от характера людей, входящих в него» (Лосский Н.О., 2005, с. 2). Основной чертой характера русского народа

является его религиозность и связанное с нею искание абсолютного добра, которое осуществимо лишь в Царстве Божьем. В душе русского человека есть сила, влекущая его к добру и осуждающая зло, — голос совести. Согласно Н.О. Лосскому, даже с утратой христианской идеи Царства Божьего, став атеистом, русский человек сохраняет стремление к совершенному добру, поиску социальной справедливости. Важнейшее выражение характера религиозности русского народа осуществлено в Русской православной церкви. Русское православие сосредоточено на эсхатологии, на стремлении к Царству Божьему, к сверхземному абсолютному добру. Высокое развитие нравственного опыта проявляется в особом интересе к различению добра и зла, а также в чутком отличии примесей зла в проявлениях добра. «Несмотря на то что русский человек часто грешит, он всегда отдает себе отчет в том, что совершил дурной поступок и раскаивается в нем». Особо ценно такое качество русского человека, как чуткое восприятие чужого душевного настроения. Отсюда — живое индивидуальное общение даже среди малознакомых людей.

Согласно Н.О. Лосскому (1999) и Д.С. Лихачеву (2010), у русского народа значительно развито эстетическое чувство и представление о красоте, лежащее в основе художественного творчества.

Одним из ведущих свойств русского характера, наряду с религиозностью, является могучая сила воли. Благодаря ей проявляется страстность русского человека, результат, которой может выражаться в нетерпимости и максимализме. Чем значительнее ценность, тем более сильные чувства и активность она вызывает у людей, обладающих сильной волей. Многочисленные примеры тому — самосожжение тысяч старообрядцев, история русского революционного движения, бунты, подвиги жен декабристов, беспримерная храбрость российского народа в сражениях Великой Отечественной войны.

Одновременно со страстностью и силой воли в русском характере можно встретить и «обломовщину», леность, пассивность. Они характерны для всех социальных слоев и являются во многих случаях оборотной стороной таких высоких свойств русского характера, как стремление к полному совершенству и чуткость к недостаткам реаль-

ной действительности, православного смирения. Замысел часто бывает весьма ценным, однако чуткость к недочетам своей и чужой деятельности вызывает охлаждение к начатому делу у русского человека.

К ярким свойствам русского народа относится и любовь к свободе, а также ее высшее проявление — свобода духа. Это свойство связано с исканием абсолютной истины, справедливости и добра.

Доброта — это еще одно существенное качество русского народа: чуткость к добру соединена у русского человека с критическим направлением ума, со склонностью все подвергать сомнению в поисках истины и справедливости. Несмотря на то что доброта — это преобладающая черта характера русского человека, ему свойственны и проявления жесткости в утверждении справедливости.

Русский народ всегда характеризовался богатым развитием духа и обилием дарований. Творческое отношение к жизни, сметливый практический ум русского человека привели к весьма успешному развитию науки и техническим изобретениям. Сформировался в проявлении любви к красоте и дар творческого воображения, который стал фактором, содействующим высокому развитию русского искусства, народных художественных промыслов. Русская художественная литература, музыка, театр, балет, живопись, архитектура известны во всем мире.

Н.А. Бердяев указывал на то, что «миссия русского народа сознается как осуществление социальной правды в человеческом обществе не только в России, но и во всем мире». Поиск правды, стремление к справедливости, выявление смысла бытия всегда были целью существования русского человека. В своих произведениях «Судьба России» (2008), «Русская идея. Истоки и смысл русского коммунизма» (2020) «Россия и русские» (2018) Н.А. Бердяев анализирует роль России в мировой истории, ищет истоки противоречивости русского национального характера, рассматривает вопрос — что есть народ как государство.

С одной стороны, «русская душа сгорает в пламенном искании правды, абсолютной, божественной правды… Она вечно печалуется о горе и страдании народа и всего мира…», с другой стороны — «Россию почти невозможно сдвинуть с места, так она отяжелела, так

инертна, так ленива… так покорно мирится со своей жизнью». Рассматривая факторы, которые обуславливают особенности русского национального характера, он выделяет прежде всего географический, родовой коллективизм, особенности мышления и страстность в выражении чувств, а также женственность душевных проявлений народа.

Россия располагается на огромной территории — шестой части суши. Необъятная земля, по выражению Бердяева, — это «национальная плоть», которую предстоит возделать и одухотворить. Но русский человек пассивно относится к стихии земли, не стремится облагородить, «оформить» ее. «Власть шири над русской душой порождает целый ряд русских качеств и русских недостатков. С этим связаны русская лень, беспечность, недостаток инициативы, слабо развитое чувство ответственности. Ширь русской земли и ширь русской души давили русскую энергию, открывая возможность движения в сторону экстенсивности. Эта ширь не требовала интенсивной энергии и интенсивной культуры».

Вторым важным фактором для Бердяева является родовое коллективное начало в организации национального характера и в судьбе России. Согласно Бердяеву, «за таким коллективизмом будущее». Однако русскому человеку свойственен и другой тип коллективизма — это «безответственный» коллективизм, который диктует человеку необходимость «быть как все». По мнению Бердяева, русский человек утопает в таком коллективизме, он чувствует себя погруженным в коллектив. В результате формируется недостаток личного достоинства и нетерпимость к тем, кто не такой, как остальные, кто благодаря своему труду и способностям может выделиться и подняться выше среднего уровня. В то же время он видит позитивные черты в русском традиционном коллективизме. «Русские более социабельны… более склонны и более способны к общению, чем люди западной цивилизации. У русских нет условности в общении. У них есть потребность видеть не только друзей, но и хороших знакомых, делится с ними мыслями и переживаниями, спорить». От этих двух факторов рождаются особенности общения, мышления и способы выражения чувств русских людей — склонность с глубоким личным переживанием прини-

мать близко к сердцу не только свои, но и проблемы близких и малознакомых людей, готовность помочь в трудную минуту тому, кто слабее, показать себя и продемонстрировать свои способности.

Противоречивость русского характера Бердяев объяснял отсутствием уравновешенности «мужественности» и «женственности» в национальном характере. «Русской душе» недостает мужественной твердости духа, воли, самостоятельности. В то же время Бердяев полагает, что благодаря женственной душе у русского народа есть такие прекрасные национальные качества, как душевность, милосердие, способность пожертвовать материальными благами во имя прекрасной идеи и светлого будущего.

Путь мирового развития Бердяев видел во взаимной встрече Востока и Запада, во взаимообогащении культур, в сближении всех наций. По его мнению, не только Запад влияет на Россию, но и духовные силы России могут определять и преображать духовную жизнь Запада. Кроме того, Бердяев полагал, что последует другая эпоха, связанная с духовным преображением, где Россия будет занимать главенствующую роль. Однако для этого она сама должна преобразиться, воскресить в себе угасшие зачатки духовности.

Важное значение имеет утверждение Бердяева о том, что природно-стихийное и коллективно-стихийное начала в жизни русского человека должны уступить место «мужественно-христианской активности». Христианству свойственна «вселенскость» по происхождению и духу своему. Оно имеет общечеловеческое значение. И именно своей общечеловеческой нравственно-духовной функцией, отмечал Бердяев, оно способно восполнить столь недостающую русскому национальному характеру силу духа.

1.2. Ценностные доминанты российского народа

Ученые института этнологии и антропологии Российской академии наук М.М. Громыко и А.В. Буганов, изучив огромный этнографический материал, приходят к выводу, что основа всех глубинных традиций народной жизни и массового сознания русских — православная

вера (Громыко, Буганов, 2000, с. 531): «Православие было великим достоянием народа, а не поверхностным явлением, навязанным якобы ему извне. Мы видим его непосредственно, открыто, явно — в уповании на бессмертие души, мощном пласте поминальной культуры; в хождениях со святынями в крестных ходах, понимаемых как могучая мера очищения, освящения земель и людей, источников и домов; в органичности национальному сознанию покаяния, самоосуждения, постижения понятия греха, готовности просить прощения и прощать и в умении осознанно предать себя воле Божией; в любовном, заботливом отношении к храму и его святыням и стремлении иметь в собственном доме, семье малую церковь; в массовом соблюдении поста с осознанной духовной целью; в широте распространения и многообразии форм милостыни и понимании духовной ее сути».

Далее авторы развивают свою мысль о том, что «традиционно в русском народе было широко распространено нравственное, уважительное отношение к семье, к целомудрию в отношениях полов, «резко осуждались прелюбодеяния, добрачные связи, убийство младенцев в утробный период». Действительно, по данным ВЦИОМ, более 80% россиян считают себя верующими. В том числе 45% относят себя к православным[1]. Народ России по происхождению своему, по традициям, по духу православный, хотя несколько десятков лет был отторгнут от православия. Однако совесть, основу веры, народ не потерял за годы советской власти и потому довольно легко возвращается к православной вере.

О корневых чертах и ценностях русского народа лучше всего судить по его пословицам, утверждает Л.Г. Свитич [234]. Ею проведено тщательное и глубокое исследование ценностно-смыслового содержания российских пословиц. Согласно автору, пословица — это образное, афористически краткое, ритмически организованное, грамматически и логически законченное изречение с поучительным смыслом, которое часто обладает не только прямым значением, но может быть применено к другим аналогичным ситуациям. Это продукт коллектив-

[1] https://tass.ru/obschestvo/24601365.

ного народного творчества, проверенный веками плод наблюдений над жизнью, сгусток полезных советов, народной мудрости, отражение сущностных, константных ценностей, норм и моделей поведения людей. Пословицы концентрируют, обобщают социально-исторический, трудовой, общинный, семейный, духовный опыт народа, отражают его мировоззрение, типизируют ситуации и учат, советуют, как поступать. Часто пословицы построены по принципу дихотомии: ценность—антиценность, хорошее—дурное, полезное—вредное, добродетель—грех.

Пословицы устойчивы, передают накопленный опыт, народную мудрость, систему ценностей последующим поколениям и в этом смысле *являются межпоколенной ценностной коммуникацией.*

В рамках нашей теоретической части исследования был проведен анализ ценностных доминант русского народа. Для этого в качестве исходного материала для метаанализа были взяты пословицы и поговорки русского народа, собранные В.И. Далем (1987). В итоге более 30 тысяч пословиц и поговорок были систематизированы по основным смысловым категориям. Мы исследовали методом частотного анализа 125 рубрик, которые имеют ценностный характер, затем объединили пословицы в более крупные смысловые кусты, которые составили четыре типологические категории.

В результате оказалось, что народная мудрость выстраивает весьма ***сущностную иерархию ценностей, моделей поведения*** как вековую копилку народного опыта, полезного для жизни народа и передачи его потомкам (табл. 1).

Таблица 1

ЦЕННОСТИ ОБЩИННОСТИ	**6155**
Ценность семьи, любовь, верность, почитание старших	2177
Общинность, соборность, единство в многообразии, почитание традиций, осуждение раскола	1803
Патриотизм, уважение родины—рода—народа, языка	1290
Человек как член общности	885
ЦЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ, ТРУДА И ЕГО ПЛОДОВ	**5658**
Домовитость, близость к земле, природе	2354
Уважение собственности, трудового достатка, осуждение воровства, неправедного богатства	2162
Любовь к труду, ремеслу, осуждение праздности	1142
ВЕРОВАНИЯ, ВЕРА В ВЫСШИЕ СИЛЫ	2803
Страх Божий, кара за грехи	956
Вера в необычное, чудеса, приметы, гаданья	788
Православная вера	523
«Вселенскость», осознание своего места во Вселенной, подвластность стихиям	273
ДОБРОДЕТЕЛИ—ПОРОКИ	**15 516**
Доброславие, осуждение зла, грехов, пороков (пьянства, беспутства, картежничества)	1895
Взаимопомощь, гостеприимство, хлебосольство	1611
Надежда на счастье, терпение к страданиям	1531
Уважение ума, толковости, осуждение глупости	1102
Стремление к сущности, употребление в языке сущностных понятий, противопоставлений	1099
Бережливость, запасливость, умеренность, осуждение мотовства, жадности	863
Стремление к учению, наукам, просвещению	744

Отвага, смелость, упорство, осуждение трусости	654
Дружелюбие	553
Жизнелюбие, христианское отношение к смерти, осуждение убийства	476
Уважение праведной власти	421
Креативность, сосредоточенность, несуетность	400
Миролюбие, осуждение агрессивности, но готовность защищать правое дело	299
Чувство меры	299
Доброздравие	235
Смирение в противоположность гордыне, кротость	222
Способность веселиться, юмор, шутка	207
Динамичность, движение, дорога	187
Осторожность	178
Опрятность, осуждение внешнего щегольства	175
Законопослушность, суд, осуждение преступлений и лихоимства	110
Честь как ценность	87

Удивительным образом расположились на основе чисто статистических закономерностей основные характеристики и ценности русского народа: сначала ценности общинности, причем от самых близких от семьи, через род к родине.

Затем ценности труда и его плодов, уважение ремесла, трудолюбия, земли-кормилицы и работы на ней.

Третий блок — это вера: и православная, и остатки языческой, природной веры, традиции и праздники которой как бы сплавились с православными. Впрочем, присутствие Бога и православной веры много больше, чем оказалось при выделении специальных рубрик, по которым типологизированы пословицы, потому что и в других рубриках очень часто присутствует Бог. Подсчет показал, что от 2 до 10 % пословиц в разных рубриках содержат в себе упоминание Бога и веры. Та-

ким образом, если добавить 3–5 % подобных пословиц в общий блок по верованиям, в нем прибавится около тысячи пословиц, и он будет более весомым в общей структуре ценностей.

Но по степени частотности самое большое место (более 15 тысяч пословиц) занимают нравственные ценности. Если говорить в терминах В.И. Даля, «добродетели и пороки», причем они, как правило, сопоставлены в одной пословице: «Доброму и сухарь на здоровье, а злому и мясное не впрок», «Лихо помнится, а добро век не забудется», «Мудрость змеина, незлобивость голубина», «Смелым бог владеет, а пьяным черт качает», «Без дела жить — только небо коптить», «Работе время, а досугу час», «Смелому горох хлебать, а несмелому и щей не видать», «Счастье без ума — дырявая сума».

В категории «добродетели—пороки» на первых местах утверждение добрых качеств и осуждение самых распространенных пороков: пьянства, беспутства, блуда. Весьма важными ценностями являются гостеприимство, хлебосольство, трудолюбие, надежда на счастье, способность терпеть и по православному относиться к страданиям. Оказывается, большой ценностью является для русского человека уважение ума, стремление к познанию, просвещению. Из менее употребительных, но тоже часто встречающихся в пословицах ценностей русский человек выделяет бережливость, мужество, упорство, дружелюбие, жизнелюбие, миролюбие (при готовности защищать правое дело). Особо следует сказать о важности и частотности, креативных творческих характеристик и динамизма, стремления к обновлению.

Именно эти ценностные доминанты можно вынести в главные особенности российского народа, которые лежат в основе его картины мира, цивилизационной, национальной и региональной идентичности.

Глава 2. Представления о родной стране как важная составляющая картины мира человека

2.1. Категории «картина мира», «образ мира» и «представление» в психологических исследованиях

Новая мировая информационная эпоха связана с созданием локальных и глобальных компьютерных сетей. Это формирует условия для развития информационно-психологического оружия и ставит под удар не только систему ценностей и мировосприятия отдельного человека, но и целых государств (Караяни, Зинченко, 2007).

Основной точкой такого информационного воздействия становятся единые представления для различных общностей. Именно на основе их складываются многие компоненты политической, экономической, социальной, культурной и других сторон жизни общества.

Понятие «представление» выступает одним из основных в общепсихологическом подходе к изучению сознания человека. Оно тесно связано с другим понятием — «образ», и поэтому стоит разграничить их для дальнейшего использования в рамках нашей работы.

Согласно С.Л. Рубинштейну, представление — это воспроизведенный образ предмета, основывающийся на личном прошлом опыте индивида (Рубинштейн, 2000). Представление является результатом психического процесса отражения в сознании человека объектов реальной окружающей среды, чувственно-наглядные образы которых сохранились благодаря предшествующему опыту субъекта.

И особенно важно отметить, что по мнению С.Л. Рубинштейна, представление тесно связано с прошлым опытом человека, но не является «…механической репродукцией восприятия. Это изменчивое динамическое образование, каждый раз при определенных условиях вновь создающее и отражающее сложную жизнь личности» (Рубинштейн, 2000, с. 280).

Одной из важнейших характеристик представлений выступает их отделенность от непосредственного контакта с объектом, это прежде всего вторичный образ предметов и явлений, который формируется на основе процессов памяти и воображения, без действия предмета на органы чувств в настоящий момент времени.

Представления являются некоторыми строительными кирпичиками образа мира. Согласно принципу единства интеллекта и аффекта можно выделить отдельные когнитивные и эмоциональные составляющие в общей структуре представлений (Смирнов, 1981; Петухов, 1984). Причем эти элементы представлений совершенно разнообразны и индивидуальны (Петренко, 2005; Толстых, 2018; Знаков, 2020).

В рамках когнитивной психологии представления определяются как когнитивные схемы, некоторые поведенческие стереотипы для описания психологических аспектов решения проблем (Найссер, 1981; Канеман, 2014). Когнитивная схема направляет поиск потока новой информации, содержит в себе обобщенные знания. Для У. Найссера основной задачей его исследований была возможность обосновать существование некоторой перцептивной схемы мира, которая амодальна по своим свойствам и стремится к сверхобобщению.

В отличие от представлений, образ связан как раз с первичным взаимодействием с объектом и определяется как ментальная репрезентация явлений внешнего и внутреннего мира индивида. Это некая актуальная умственная репрезентация того или иного события (Холодная, 2002).

Многими авторами понятие «образ» рассматривается именно как ментальное изображение предмета, отображение одного в другом или на другое, связанное уже со сложившийся картиной мира индивида (Брушлинский, Сергеенко, 1998).

В.В. Петухов определяет образ с точки зрения перцептивного восприятия (Петухов, 1984). Он использует два варианта понятия образа: первое понимание — как индивидуально-конкретный образ (перцепт), обладающий сенсорными качествами, предметностью, целостностью и индивидуальностью; второе понимание — как обоб-

щенный образ (имидж), не перцепт, конкретный представитель какого-то класса объектов, визуальное понятие.

В.Ф. Петренко определил образ как «своеобразное перцептивное высказывание о мире» (Петренко, 2013, с. 145). И эта единая система образов определенным образом складывается в одну общую картину мира для каждого отдельного человека, включающую в себя все научные знания индивида, его житейский опыт, культурные ценности и личностные смыслы, которые индивидуализируют его мировосприятие.

Сравнение понятий «представление» и «образ» дает возможность заключить, что образ связан с первичным перцептивным восприятием индивидом определенного объекта или явления, а представление складывается из переработки этого первичного образа уже во вторичную структуру, содержащую ценностно-смысловую оценку значимости этого объекта или явления для индивида. Такого соотношения понятий мы будем придерживаться в нашей работе.

Согласно культурно-исторической концепции Л.С. Выготского, у индивида в ходе его развития происходит интериоризация внешней, знаково опосредствованной, социально-символической деятельности. Социализация индивида обуславливается данным процессом, и в конечном итоге происходит присваивание им определенной культурной идентичности (Выготский, 1982).

Культурные различия выявляются на основе множества индивидуальных аспектов, из которых складываются культурные представления. Известный голландский культуролог Г. Хофстеде определял человеческое поведение как программируемое, которое можно до определенной степени предсказать, опираясь на конкретную ментальную программу. Данная программа содержит в себе как биологические компоненты, заложенные в человеке с рождения, так и специфические характеристики, которые определяются на основе отношений в определенной культурной группе. А культурные представления, в свою очередь, можно определить как коллективные образы, отражающие главенствующие ценностные ориентиры для определенной культуры и личные впечатления индивида (Хофстеде, 1997).

На основе данной культурной программы Хофстеде выделил четыре культурных слоя, которые определяют «код» этой программы и позволяют изучать изменения культуры. В общем виде культурные слои делятся на два вида — внешний и внутренний слой. Внутренний слой содержит ядро структуры — культурные ценности. Данный слой раскрывается через видимые практические объекты, которые реализуют внешнюю оболочку культуры: через ритуалы, героев и символы. Данная модель в наибольшей степени отражает становление культурных представлений как индивидуального психологического конструкта.

На этапе присвоения представлений о социуме образуется целостная система представлений о мире. Именно тогда формируются личностные смыслы, которые выражают отношение индивида к окружающей действительности вокруг него. Начинают проявляться мотивы и установки, определяющие в дальнейшем все поведение человека (Леонтьев, 2005).

В данном случае очень важно также соотнести понятия «образ мира» и «картина мира» как системообразующие понятия в изучении целостной системы представлений о мире у индивида. Такое соотнесение было очень наглядно показано в рамках модели субъективного представления мира у индивида под авторством Е.Ю. Артемьевой с коллегами (Артемьева, Стрелков, Серкин, 1991). Согласно данной авторской модели, представления человека о мире несут в себе следы всей предыстории психической жизни субъекта. И возможно выделение трех структурных слоев таких представлений. Первый слой связан с непосредственным перцептивным восприятием мира, с модальностями восприятия. Второй слой семантический, который, в отличие от первого уровня, обладает свойством целостности. Именно на нем появляются смыслы как отношения субъекта к объектам перцептивного мира. Этот слой и называется авторами модели картиной мира. Третий слой является глубинной, ядерной структурой, которая амодальна по своим свойствам, и ее образование происходит в процессе переработки семантического слоя. Ведущую роль в данном слое занимают личностные смыслы индивида. Поэтому в представленной авторской модели этот слой называется «образ мира».

Получается так, что образ мира является некоторой надстройкой над картиной мира индивида и связан с переработкой личных представлений человека о самом себе и представлений о социуме, частью которого он является.

Для отечественной школы психологии в принципе характерно использование понятия не «картина мира», а именно «образ мира». Это понятие имеет более широкий смысл, ведь это не просто картинка, а некоторое «вычерпывание» личностно значимых смыслов. И это происходит в процессе деятельности индивида с объектами вокруг него (Леонтьев, 2005). Для А.Н. Леонтьева образ мира по своим свойствам амодален и несет в себе обобщенный характер мировосприятия. Значения, которые человек присваивает определенному образу, определяют собой одну из главных ролей. Именно вместе с личностным смыслом и чувственной тканью они образуют сознание человека. И важно понимать, что в основе этого образа мира лежит не только опыт чувственный, но здесь особенно важен и социокультурный опыт индивида. Поэтому психический образ неотделим от человеческой деятельности и в ней он наполняется значениями и смыслами (Леонтьев, 1979).

По А.Н. Леонтьеву, существует особое пятое квазиизмерение. Именно в этом измерении перед человеком раскрывается весь окружающий его мир. На первый план здесь выходит сфера значений, которую человек присваивает в процессе своей деятельности. Образ мира может формироваться только в процессе этой деятельности, и именно она опосредует отношения субъекта, которые складываются у него как с миром, так и с другими людьми (Леонтьев, 1983).

Л.С. Выготский понятие «психика» раскрывал как «орган отбора, решето, процеживающее мир и изменяющее его так, чтобы можно было действовать. В этом ее положительная роль — не в отражении (отражает и непсихическое; термометр точнее, чем ощущения), а в том, чтобы не всегда верно отражать, т. е. субъективно искажать действительность в пользу организма» (Выготский, 1982, с. 347).

В.С. Степин для определения образа мира ввел понятие «мировоззренческие универсалии» (Степин, 2017). Эти универсалии явля-

ются особого рода инструментами селективного отбора и транслируют опыт всех предыдущих поколений индивиду. Они лежат в основе категориальной структуры сознания в каждую историческую эпоху. И на основе них, по мнению ученого, формируется цельное обобщение всего жизненного опыта индивида, которое выражает генетический код всей цивилизации в ее историко-культурном развитии.

Кроме понятий образа мира и картины мира В.В. Петуховым предлагается ввести термин «представления мира» для изучения когнитивных процессов сознания (Петухов, 1984, с. 16). Такие представления обозначают особую психическую реальность, составляющую основу социальной жизни и деятельности субъекта, которая является условием для развития познавательных процессов человека. Им также отмечается важная роль эмоциональных форм отражения психики, для которой даже вводится особое понятие «переживание или чувство мира».

В свою очередь, картина мира индивида является важным идентификационным механизмом, который необходим человеку для того, чтобы освоить ему систему социальной коммуникации собственного общества. Именно через эту коммуникацию индивид присваивает различные уровни идентичностей: культурные средства общества, правила поведения, систему взаимоотношений, которая одобряется именно этим обществом и отличает его от остальных, задает норму его собственной картины мира (Петровский, 1996).

Субъективность восприятия обеспечивается за счет выразительности образа. Чем выразительнее он для субъекта восприятия, тем сильнее происходит изменение и искажение психических образов реальности (Эткинд, 1979). Чем лучше и четче человек воспринимает определенный предмет, тем меньше ему остается возможностей для воображения, для выражения эмоционального отношения к предмету. Восприятие образа происходит исходя из социальных и культурных стереотипов, а также по причине насыщенности образа культурными смыслами субъекта восприятия.

В отличие от научных теорий, каждый человек может строить свои собственные, имплицитные теории (Sternberg, 1986). Они необхо-

димы индивиду, чтобы проверить те гипотезы, которые образуются в ходе его личной социальной практики и накопления опыта. Такие имплицитные теории не всегда и не полностью осознаются им, могут приводить к противоречивым результатам, но при этом они определяют собой важную роль в жизни человека. Поэтому изучение имплицитных теорий считается одним из перспективных направлений психологической науки (Келли, 2000; Петренко, 2009; Поддьяков А.Н, Поддьяков Н.Н., 2019; Корнилова, Чжоу, 2021).

Само понятие «картина мира» впервые было введено в научно-просветительский круг американским исследователем Р. Редфилдом (R. Redfield). Для него «картина мира» (world view) есть представление членов общества о самих себе, о своих действиях в окружающем мире и их поступках (Redfield, 1955). По его мнению, каждая культура может раскрываться сразу в нескольких интегрированных идеологических парадигмах разных сообществ, где различаются общие правила и модели поведения этих самых внутренних общностей.

М. Колтко-Ривера в своей монографии, которая касается общепсихологического подхода к картине мира («world view» в тексте автора), предлагает рассматривать картину мира через цельный набор убеждений, предположений согласно существующему и не существующему; моделей поведения в реальном мире; желаемых целей и тех, которые достигаются обязательно (Koltko-Rivera, 2004). Именно этот набор составляет онтологическую основу личности, он определяют систему координат, на основе которой человек строит свою картину мира.

М. Колотко-Ривера определяет картину мира как набор предположений о физической и социальной реальности. Этот набор и есть содержание сознания, оказывающий сильное воздействие на поведение индивида в окружающем мире (Koltko-Rivera, 2004).

По результатам исследований в данной области, формирование картины мира непосредственно связано с самооценкой субъекта. Эти категории во многом формируют психологическое благополучие индивида. Самооценка служит основанием отношения к себе как к успешному субъекту в определенной ситуации, а картина мира определяет восприятие ситуации в принципе (Bond, 2013; Савченко,

Самойленко, 2022). Эти два компонента картины мира взаимосвязаны и лежат в основе поведенческих, аффективных и когнитивных аспектов деятельности человека.

С другой стороны, по мнению некоторых зарубежных исследователей, картина мира строится на основе социального опыта человека. Здесь важное значение принимают ценности, связанные с определенной культурой, частью которой является индивид (Corson, 1995). В основе картины мира лежат эти культурные ценности, которые определяют отношение и интересы человека, важны для поддержания сплоченности группы, влияют на поведение всех членов группы.

По итогам вышеизложенного можно сделать вывод, что картина мира надстраивается над основанием образа мира. Картину мира можно рассматривать как особую эволюционную иерархическую систему когнитивных репрезентаций, лежащую на базисе образа мира. Картина мира в большей степени обуславливается социальными процессами, а образ мира функционирует на основе индивидуальных психических процессов (Мазлумян, 2009). И одним из базовых элементов картины мира для граждан нашей страны выступают именно представления о России как родной стране.

2.2. Исследование представлений о России в картине мира человека

Структура личностных смыслов человека индивидуальна по своей природе. Она несет в себе иерархию ценностей, актуальную для той культуры, представителем которой является определенный индивид. Это наводит на выводы о том, что при разборе категориальной структуры сознания конкретных индивидов можно спроецировать результаты на все общество в целом. И особенно важно произвести данный исследовательский процесс на примере рассмотрения представлений о своей родной стране, которые являются важными структурными элементами картины мира каждого гражданина.

Проблема изучения представлений о родной стране является многоаспектной и междисциплинарной. Данные представления несут

в себе различные стороны жизни общества: географические, экономические, социальные, культурологические, лингвистические, политические, психологические и т. д. В различных научных дисциплинах ученые занимаются изучением представлений о России исходя из того методологического аппарата, который разработан в данной научной отрасли (Митина, Петренко, 2009; Зубаревич, 2010; Матвеева и др. 2010; Вахштайн, 2016; Зинченко, Шайгерова, 2016).

В рамках политической психологии представления о России рассматривается с точки зрения восприятия политических лидеров, политических партий страны и ее идеологических постулатов (Шестопал, Смулькина, Морозикова, 2019); в работах географов рассматриваются географические и пространственные основания для формирования данных представлений (Авилов, Кранзеева, Яницкий, 2019; Шульгина, 2021); с точки зрения подходов социологической науки происходит сравнение представлений о России с представлениями о соседних странах (Сикевич, 2009); культурологическая позиция позволяет описать основные культурные характеристики представлений о России (Снежкова и др., 2019); а в исторической науке рассматривают трансформацию представлений о стране в зависимости от различных исторических этапов их становления (Громыко, 2008). Такой разнообразный охват исследований из различных научных дисциплин говорит о том, что данная тематика наиболее актуальна в современном мире и несет в себе целый комплекс методологических подходов, реализованных в русле мультидисциплинарной парадигмы.

Формирование представлений о стране осуществляется в ходе актов межличностной коммуникации, где происходит сопоставление разными жителями индивидуальных представлений о своей стране. Это являет собой некий процесс сотворчества, продукт которого выступает ориентиром для каждого члена общества в процессе идентификации и в итоге несет в себе основу чувства идентичности для всех индивидов (Солдатова, 1998; Богдан, 2007; Евгеньева, Селезнева, 2017).

Представления о родной стране осознаются человеком как часть образа окружающего мира и представляют собой целостный продукт общественного сознания. Это некоторое совокупное представление

о стране, о ее реалиях, формирующееся в процессе функционирования общественного сознания (Богдан, 2007; Тарасов, 2020).

В условиях активных процессов глобализации особенно важной становится проблема различения национальных общностей, возможностей определения основных компонентов национальной идентичности различных государств. Такие различия определяются особенностями национальной культуры каждой страны. И специально для решения этой важной проблемы Г. Хофстеде разработал теорию культурных измерений, предполагающую расчет параметров по шести основным культурным индексам: индивидуализма, дистанции власти, избегания неопределенности, маскулинности, долгосрочной ориентации и потворства желаниям (сдержанности). Данные измерения представляют собой биполярные конструкты, которые позволяют сравнивать уникальные особенности различных стран и цивилизаций в их культурно-психологическом пространстве и выявлять системообразующие элементы культурных представлений жителей об их местах проживания (Hofstede, 1997).

Показатели индивидуализма и дистанции власти сильно разнятся у групп стран двух больших блоков, что позволяет статистически выделить две мегацивилизации — Востока и Запада. И важно отметить, что Россия по этим показателям занимает позицию в равной удаленности и от цивилизации Востока, и от цивилизации Запада (Лебедева, 2011).

В своих работах Хофстеде описал и собственную модель построения культурных представлений. Данная модель описывает несколько концентрических окружностей, разрастающихся от центра до периферии. Ядро модели содержит в себе основные ценности определенной культуры, на основе этого ядра строятся и отталкиваются все остальные компоненты. Следующая окружность, наиболее близкая к ядру, представляет собой ритуалы, то есть те основные традиции, которые приняты в культуре. Следующий пояс связан с героями данной культуры, образы которых олицетворяют принятые ценности и ассоциируются с ними. И внешняя окружность состоит из основных символов культуры, куда могут входить и официальные символы

государств, и те, с которыми ассоциируется определенная страна. При измерении каждого из этих компонентов можно достоверно проанализировать особенности культуры, измерить и качественно описать культурную, цивилизационную и национальную идентичность граждан в сравнении с другими странами.

В этой связи крайне интересно проанализировать результаты психологических исследований, которые были посвящены изучению восприятия представлений о России. В исследовании Е.Н. Богдан было показано, что представления о России в СМИ во многом характеризуют и определяют личные представления граждан страны (Богдан, 2007). Медиаобраз является частью образа окружающего мира, формируемого медиасистемой, и поэтому занимает посредническую позицию между индивидуальным миром индивида и его образом в сознании всего общества.

В.Ф. Петренко и О.В. Митина провели исследование представлений граждан России о различных странах мира. Наиболее важным для респондентов оказался фактор успешности и благосостояния, связанный с политическим устройством страны, построенным на основе ее принадлежности к западной или восточной цивилизации. На втором месте расположился фактор военной мощи государств. И также одним из основных факторов выступала категория «свой — чужой», т. е. фактор социальной дистанции, который определял дружественное отношение представителей одного государства к другому (Митина, Петренко, 2009).

Похожие результаты были получены в нашем раннем исследовании, которое было проведено методом психосемантического шкалирования. Было обнаружено, что образ современной России репрезентирован в сознании респондентов 5–7 категориями, согласно которым Россия представляется респондентами как «неоднозначная» и «сильная» и в то же время как «просторная» и «родная» (Матвеева и др., 2010).

В последующих исследованиях определялась категориальная структура представлений о России вместе со структурами стран Запада и Востока (Матвеева и др., 2014). Лидирующую позицию в этой

категориальной структуре у молодежи нашей страны занял фактор «благосостояние и авторитет», выраженный в характеристиках прогрессивности страны, ее богатства, авторитета и устремленности в будущее. На втором месте был выведен фактор социальной дистанции («свой — чужой»). Данный фактор представляет некоторые психологические рамки коммуникации внутри определенного сообщества. Особенно интересным оказался тот факт, что был выделен «цивилизационный» фактор: для респондентов оказывалось важным соотнесение представлений о стране с определенной цивилизацией в том случае, когда необходимо выполнить сравнение своей страны с другими странами, относящимися к разным культурам.

Под руководством Ю.П. Зинченко было проведено масштабное исследование представлений о России и этнокультурной идентичности молодежи страны (Зинченко, Шайгерова, 2016). В данной работе показано, что самокатегоризация российских подростков и иерархия категорий идентичности в общей системе идентичности определяется не только представлениями о стране в целом, но и спецификой социокультурного контекста на региональном уровне.

Из этого следует важный вывод, что формирование картины мира определяется как индивидуальными характеристиками отдельного человека, так и различными аспектами культурной деятельности народа, его регулятивными нормами поведения. Представления о стране также состоят из совокупности различных категорий, определяющих целостность, самостоятельность и многогранность образа страны. Многогранность может быть раскрыта через следующие аспекты: историко-культурный, культурно-лингвистический, социально-этический, а также через персонажей, определяющих «лицо» страны в разных ее проявлениях (Литвинов, Матвеева, 2021).

По итогу одними из наиболее важных компонентов картины мира человека выступают именно его личные представления о родной стране, о собственном родном регионе проживания.

2.3. Влияние СМИ на трансформацию представлений о России в картине мира человека

В настоящее время важно констатировать тот факт, что интернет-технологии стали одним из основных источником получения информации наряду с традиционными СМИ (Павлова, Гребенщикова, 2020).

Долгое время традиционные СМИ определяли во многом мировоззрение индивида, систему его ценностей и взглядов. Все с большим развитием медиатехнологий ученые стали чаще обращаться к исследованиям влияния СМИ на индивидуальное и коллективное сознание человека. И важным акцентом в постановке проблемы подавляющего числа исследований являлось негативное воздействие СМИ на аудиторию.

Основной тематикой исследований было воздействие агрессивного телеконтента на возникновение агрессивного поведения: в работах А. Бандура был обнаружен феномен «кукла бобо», Дж. Гербнер выдвинул теорию культивации, Р. Гюисман и Л. Эрон описали эффект Ван Винкля; Э. Ноэль-Нойман разработала теорию «спирали умолчания», К. Холланд предложил теорию подкрепления. Выявление многочисленных негативных последствий у аудитории от контакта со СМИ привело к проведению исследований, показывающих возможное позитивное влияние контента СМИ на поведение и психику человека (Латынов, 2013).

В подобного рода исследованиях выделяются три основных объекта воздействия СМИ: эмоциональная сфера, когнитивная сфера и поведение индивида (Винтерхофф-Шпурк, 2007; Матвеева, 2007; Латынов, 2013; Виноградова, Мельник, 2015; Мельникова, Хорошилов, 2017 и др.). Приоритетным объектом влияния современных СМИ является именно эмоциональная сфера.

Инструменты СМИ позволяют изменять имплицитную картину мира индивида, перестраивать всю систему значений личности (Леонтьев, 1999). Данный процесс, по мнению А.А. Леонтьева, осуществляется при помощи трех основных механизмов: при помощи введения

новых значений в категориальную структуру сознания человека; при помощи изменения всей структуры значений; при помощи изменения отношения к действительности в целом (Леонтьев, 2008).

Одним из первых на проблему все нарастающего влияния СМИ на массовую аудиторию обратил внимание М. Маклюэн, который предложил собственную концепцию теории массовых коммуникаций (Маклюэн, 2014). Им были выделены два основных средства коммуникации: «холодные» и «горячие». Для горячих средств характерно достижение чувства высокой определенности, максимального состояния наполненности определенными данными. Холодные же средства требуют большой работы собственного воображения, включают большую активность самого субъекта, к которому обращено сообщение.

Существует множество примеров того, что уже в детском возрасте на ребенка оказывается непосредственное влияние со стороны СМИ. Это влияние вмешивается в процесс личного взаимодействия ребенка со взрослыми, что влияет на формирование его картины мира. Если рассматривать эту проблему в русле работ Л.С. Выготского, то СМИ трансформируют культурно-исторический опыт человечества для ребенка за счет расширения репертуара возможных действий и сценариев общения, включая их в зону ближайшего развития ребенка.

Без национальных и мировых СМИ уже не может существовать отдельно культурная среда общества. Они являются важным фактором воздействия на сознание человека, во многом конструируя насущную действительность через формирование определенных образов посредством символической реальности (Матвеева, 2010; Свитич и др., 2008). И такие процессы конструирования захватывают как конкретных индивидов, так и распространяются на все общество в целом.

Исследования показывают, что чрезмерная погруженность в информационную среду может приводить к различным нарушениям организации деятельности человека (Сурнов, Тхостов 2008; Tkhostov et al., 2020). Символическая реальность, которую создают СМИ, во многом может изменять картину мира человека и его идентичность. А это может приводить к искажению основных ценностных

ориентиров жизни, к неадекватному окружающей среде поведению (Леонтьев, 2003).

В последнее время активно прорабатывается такое понятие, как «медиаобраз России». Оно раскрывается через представления о стране, сформированные журналистами различных СМИ. Эти представления о стране создаются разными субъектами духовного творчества, отражая личностные конструкты конкретных журналистов, которые формируются исходя из их собственного опыта (Богдан, 2007). Медиаобраз России несет в себе фрагмент социального мира, который складывается в медиапространстве. Но данный образ не обладает функциональной самостоятельностью, так как ориентирован на формирование представлений о России в общественном сознании, вместе с тем он значительно искажен и не отражает реальные представления граждан о своей стране (Богдан, 2007; Дейнека, 2021). При искажении представлений о реальности посредством СМИ может произойти трансформация образов действительности у зрителей (Till et al., 2016).

Отечественный исследователь Е.В. Лаврова на основе своей работы по изучению воздействия новостных программ с деструктивным контентом на жителей России выявила, что СМИ играют важную роль при влиянии на модификацию картины мира индивида. Такая роль раскрывается в воздействии на эмоциональную и когнитивную составляющую представлений об опасности в картине мира индивида, что, в свою очередь, влияет на формирование представлений о России в целом (Лаврова, Матвеева, 2016).

2.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека

Основная проблема психологии сознания состоит в его многомерности, как изучить построение многомерной картины мира в индивидуальном сознании, которое регулирует всю психическую деятельность человека. И в связи с этим исследователями выделяются семантические элементы картины мира, несущие в себе субъективные отношения к объектам и явлениям окружающего мира, зафиксиро-

ванные в виде определенного оценочного суждения по поводу них у индивида.

Картину мира человека можно разложить на систему представлений, где содержатся основные научные знания индивида и его житейский опыт, а также культурно-психологические ценности и личностные смыслы, индивидуализирующие его мировосприятие. И в данном случае особенно важным и оказываются именно образы предметов как первичные репрезентации отношения индивида к ним. Картина мира субъекта характеризуется не только степенью соответствия реальности, но и мерой адекватности его собственным целям и соотнесенностью с моделями картин мира других людей.

Такими процессами непосредственно занимается экспериментальная психосемантика, которая пользуется методом реконструкции субъективных семантических пространств. Семантическое пространство в данном случае является организованной системой признаков, описывающей значения содержательной части ответов респондента. Субъективное семантическое пространство несет в себе модель категориальной структуры индивидуального сознания и восприятия, что позволяет проводить анализ и сравнивать данные пространства между собой.

Данный метод основан на использовании процедур математического аппарата с применением факторного анализа. Этот инструментарий позволяет перейти от базиса большей размерности к базису меньшей размерности и разложить значения по фиксированным категориям.

Одними из первых построений семантического пространства стали работы Ч. Осгуда (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957). Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда впервые был использован при изучении им синестезии. Ученый пытался выделить инвариантные коррелирующие группы прилагательных, способных наиболее точно описать общие сенсорно-эмоциональные впечатления индивида. В итоге Осгуд выделил три группы таких факторов: оценки (хороший — плохой, добрый — злой и т. д.), силы (сильный — слабый, твердый — мягкий и т. д.), активности (активный — пассивный, бы-

стрый — медленный и т. д.). Эти группы вбирали в себя основные описательные характеристики, которые имели связь с общими сенсорно-эмоциональными впечатлениями индивида.

Метод семантического дифференциала предполагает использование шкал с набором антонимов, по которым респондент оценивает степень важности для себя того или иного свойства у рассматриваемого явления или объекта (в большинстве случаев по 7-балльной шкале от «–3» до «+3»).

Выделенные факторные структуры отражают принципы категоризации каждого отдельного респондента, на основе которых у него и происходит восприятие конкретного объекта или явления.

В отечественной науке исследования по категориальной структуре сознания описываются работами следующих исследователей: А.Р. Лурия, Е.Ю. Артемьева, В.Ф. Петренко, А.Г. Шмелев, В.П. Серкин. Работы данных исследователей стали основой для разработки нового направления в психологии — психосемантики. Отечественные исследователи показали, что не существует универсального субъективного семантического пространства, в каждом конкретном случае необходимо заново строить его в зависимости от задач и выборки исследования.

Эксперименты Осгуда были дополнены отечественными исследованиями по построению семантического поля при помощи метода семантического радикала (эксперименты А.Р. Лурии и О.С. Виноградовой — Лурия, Виноградова, 1979) и изучением по влиянию постгипнотической инструкции, связанной с процессами категоризациии сознания (эксперимент В.Ф. Петренко и В.В. Кучеренко — Петренко, Кучеренко, 2019).

Специфика психосемантического подхода, таким образом, состоит в анализе категориальной структуры сознания и реконструкции той системы значений, которая опосредует сознание индивида (В.П. Зинченко, Мамардашвили, 1977).

Одна из первых отечественных исследователей в данной области Е.Ю. Артемьева указывает на то, что предметом психосемантики является исследование структур субъективного отношения к объектам,

которое допускает экспериментальную фиксацию в виде оценочного суждения характеристик этих объектов (Артемьева, 1999).

Е.Ю. Артемьева высказывает предположение о том, что семантические оценки испытуемого несут в себе суть оценок эмоций, которые возникают в результате контакта реципиента с объектом на основе его личного опыта или присвоенного общественного опыта (Артемьева, 1980).

Сам термин «психосемантика» был введен учениками Е.Ю. Артемьевой — В.Ф. Петренко и А.Г. Шмелевым в 1983 году, для того чтобы обозначить ранее не изученную область исследований индивидуальных значений, связанных с личностными категориями и личностными конструктами, которые используются индивидами для осмысления окружающего мира, других людей и самих себя. Исследователи отмечают, что сознание человека строится на основе ограничений системы его значений, которая складывается для определенной культуры и цивилизации (Петренко, 2005; Леонтьев, 1975).

В задачи психосемантики входит изучение структурного, функционального генезиса в индивидуальном или общественном сознании посредством выявления категориальной структуры значений с использованием математических методов (Петренко, 1983, 1997; Шмелев, 1983, 2002; Похилько, Федотова, 1984; Артемьева, 1999; Серкин, 2004).

Психосемантический метод позволяет оценивать каждого респондента в парадигме носителя собственной уникальной системы смыслов и значений, ценностей. Не как набор диагностических характеристик индивида, а единую картину мира (Шмелев, 1982; Петухов, 1984).

Психосемантика является особым направлением общей психологии, которое исследует субъективные системы значений, категориальное строение сознания и личностного опыта человека. Психосемантический подход, по мнению А.Г. Шмелева, делает акцент на связях между различными системами психического отражения и их возможными объяснительными и предсказательными характеристиками в отношении поведения людей (Шмелев, 2002).

Психосемантика изучает различные формы значений в сознании индивида, связанные с понятиями, символами или образами. Она

позволяет анализировать, как на систему значений индивида влияет эмоциональная и мотивационная сфера деятельности. Психосемантика исследует и реконструирует субъективный опыт индивида в качестве определенной структуры, состоящей из системы значений и личностных смыслов, которые образуют картину мира человека (Петренко, 2013).

Процедура семантического дифференцала также называется исследователями методикой многомерного шкалирования: она имеет несколько шкал (пространство) и сразу несколько измерений (как степеней свободы). По итогу получается рассмотреть многомерное представление результатов в едином поле. Рассматривая каждую такую шкалу, как измерение пространства оценками значений, все многомерное пространство такого оценивания возможно назвать семантическим пространством. Получается так, что каждое оцениваемое утверждение представляет собой вектор в заданном многомерном семантическом пространстве (Серкин, 2004).

В.П. Серкин отмечает, что «картина мира не приписывается миру субъективно, это наполнение образа реальности значениями и тем самым построение его» (Серкин, 2005, с. 12).

В.Ф. Петренко, в свою очередь, выделил четыре возможных варианта трансформации семантического пространства у индивида: «изменение координат анализируемых объектов (их коннотативного значения или личностного смысла) при неизменных категориальных осях (категориях сознания) семантического пространства; изменение перцептуальной мощности (вклада фактора в общую дисперсию) самих координатных осей, что выражает изменение субъективной значимости тех или иных оснований категоризации; изменение содержания самих категориальных осей, что отражает изменение системы конструктов, в рамках которых идет осознание некой содержательной области; изменение размерности семантического пространства (увеличение числа факторов-категорий сознания), изменение когнитивной сложности сознания» (Петренко, 2013, с. 346).

Таким образом, методологический подход семантического дифференциала позволяет в определенной степени приблизиться к опе-

рациональному определению личности как предмета конкретно-психологического исследования. Используя данный метод, исследователь получает доступ к личностно-смысловым основаниям индивида, на которые он ориентируется при дифференциации одного стимульного объекта от другого и на основе которого он выбирает собственную модель поведения в определенной ситуации (Шмелев, 2002).

В.Ф. Петренко отмечает, что метод семантического дифференциала наиболее успешно может быть использован именно для изучения форм массового сознания. Метод позволяет реконструировать представления большой группы респондентов касательно какого-либо явления либо объекта. Таким образом, психосемантический метод можно считать эффективным инструментом для изучения сложных представлений индивида, в том числе представлений о родной стране и своем родном регионе проживания.

2.5. Образ страны как основа формирования территориальной идентичности человека

2.5.1. Понятие идентичности

Впервые понятие «идентичность» ввел в научную практику американский психолог Э. Эриксон. Для него идентичность представляла собой некоторый твердо усвоенный и принимаемый лично образ самого себя, который определяет чувство тождества и целостности (Эриксон, 1996). Данные чувства относят как к отдельной личности, так и к обществу в целом, поэтому идентичность может определяться для каждого из этих объектов.

Термин «идентичность» объединяет в себе теории различных направлений психологической науки (Erikson, 1968). Концепция идентичности также проникает во многие смежные научные дисциплины от социологии до истории, полностью вбирая в себя идеи междисциплинарности. Сложности в изучении данного феномена не позволяют прийти к однозначному определению ее значения. «Я могу попытаться более явно представить суть идентичности, только рассмотрев ее с разных точек зрения. С одной стороны, ее можно отнести к созна-

тельному ощущению личной идентичности, с другой — это бессознательное стремление к целостности личного характера. С третьей — это критерий для процесса синтеза эго. И наконец, внутренняя солидарность с групповыми идеалами и групповой идентичностью» (Фрейджер, Фейдиман, 2004, с. 180).

Э. Тоффлер также указывал на сложности в определении идентичности, но отмечал ее важнейшую роль как в индивидуальном, так и групповом развитии: «Миллионы индивидов напряженно ищут собственную идентичность или некоторую магическую терапию, облегчающую воссоединение их личности, чтобы победить хаос, внутреннюю энтропию, сформировать собственный порядок» (Toffler, 1980, p. 366).

Большинство исследований, которые посвящены изучению идентичности в психологических науках, сводятся в основном к двум направлениям: психологии развития и социальной психологии (Phinney, Ong, 2007). Психология развития опирается прежде всего на концепцию психосоциальной идентичности Э. Эриксона и продолжателей его идей (Erikson, 1968). Социальная психология ориентируется на теорию социальной идентичности Г. Тежфела и теорию социальной самокатегоризации Дж. Тернера (Tajfel, Turner, 1986).

Для представителей психологии развития важно изучить проблему формирования и развития идентичности преимущественно подростков (Kroger, Marcia, 2011). А социальные психологи акцентируют внимание уже непосредственно на содержании и структуре идентичности, рассматривают ее личностные и социальные аспекты (Moscovici, 1988).

Если говорить о характере развития идентичности, то многие определяющие особенности позволяют отнести ее к элементам высших психических функций. Развитие идентичности на начальном этапе происходит исключительно в коллективе, а лишь затем она становится психологической функцией личности (Выготский, 1982).

Подобные феномены трудно изучать в принципе в рамках одного дисциплинарного подхода и научного направления. Данный конструкт представляет собой сложную саморазвивающуюся систему, которая

становится доступной только с позиций постклассической методологии (Степин, 2000). Постклассический подход помогает совершенно по-новому рассматривать понятие и конструкты классической науки и уже доказал право на свое существование, в том числе в различных областях психологии (Зинченко, 2011; Zinchenko, Pervichko, 2013). Одним из главных оснований для рассмотрения данного вопроса с постклассических позиций рациональности выступает характеристика междисциплинарного характера объекта (Степин, 2017).

Одним из первых разделить групповую и индивидуальную идентичность предложил З. Фрейд. Человек сам по себе значительно отличается от человека в толпе. Если индивидуальная идентичность зависит от эго, то групповая складывается от целого ряда факторов. В эти факторы входят географическое расположение, исторические аспекты территории, особые материальные средства и цели, групповое восприятие времени и уникальный коллективный жизненный план каждой общности (Freud, 1949).

Английский социолог Э. Гидденс разделял идентичность на два противоположных полюса, где, с одной стороны, представлялась характеристика абсолютного приспособленчества (конформизма), а с другой — находилась полная замкнутость на себе (Giddens, 1991).

Швейцарский психолог Ж. Пиаже использовал свою собственную концепцию, которая рассматривала раскрытие осознания ребенком его принадлежности к определенной национальной общности в процессе своего взросления. Он связывал формирование этнической идентичности прежде всего с созданием особых когнитивных моделей, ответ на которые проявляется в этнических чувствах. Им было предложено выделить три основных этапа развития этнической идентичности (Piaget, Weil, 1951):

I этап. 6–7 лет, формируются первые фрагментарные знания о собственной этнической принадлежности;

II этап. 8–9 лет, образуется четкая идентификация со своей этнической группой (раса родителей, место рождения, языковые особенности);

III этап. 10–11 лет, окончательное закрепление этнической идентичности, усвоение ее истории, культуры.

Идентичность можно подразделить на две области, которые составляют основу отношений человека и общества: на духовную и социокультурную. Идентификация для каждого индивида или общества всегда связана с многоуровневым процессом. И на каждом уровне образовывается своя система и сеть идентичностей, в которую вовлечен каждый индивид. Но всегда есть определяющее идентификационное ядро, к которому уже накладываются снаружи все остальные идентификационные модели.

В результате процесса идентификации происходит самоопределение индивидов, которое дает возможность в индивидуальном и в общественном плане ощутить самодостаточность и единство с определенной общностью, к которой он себя относит. Тем самым происходит связывание своего происхождения, своих успехов и неудач с этой общностью (Богдан, 2007).

Здесь оказывается важным именно переживание отношения к этому процессу, так как для носителей одной культурной, национальной идентичности важно быть связанным со своей группой не только одним происхождением, одними языковыми традициями, культурно-историческим опытом, но при этом иметь и общее духовное состояние, которое выражается через понятие «ментальность». Ментальность представляет собой некое национальное чувство, позволяющее сохранить общность даже в условиях мультикультурализма и глобализационных процессов.

Менталитет того или иного народа несет в себе внутреннюю психологическую реальность, которая преломляет все внешние воздействия. Менталитет определяет индивидуальные личностные смыслы и чувственное отношение к событиям внешнего мира (Кольцова, Журавлев, 2017). Он воплощает в себе психологические черты народа и выявляет главные особенности национального самосознания. С помощью менталитета происходит закрепление и трансляция уникальных механизмов восприятия мира, свойственных определенной нации.

Общая культура необходима для того, чтобы осуществлять коммуникацию между членами одной социальной группы. И такая коммуникация происходит с помощью определенных культурных символов, кодировка которых должна быть понятна каждому представителю данной культуры, чтобы он мог расшифровать ее.

Так, Э. Лич приводит в своей работе логику взаимосвязи символов посредством некоторой математическо-логической модели, где «символ» — это когда А замещает В в силу произвольной ассоциации. «Знак» — это где А также замещает В, но уже как часть замещает целое (метонимия: корона — знак королевской власти). «Изображение» представляет собой отношение между А и В, но это отношение намеренного сходства, признака одинаковости (модели, карты). То есть культурные знаки несут в себе сущностную связь, которая основана на одном и том же культурном контексте, тогда как культурные символы имеют замещающую связь, но в разных культурных контекстах (Лич, 2001).

Лич развивает свою идею о том, что художественное изображение одних и тех же объектов в разных культурах строится на основе неоднозначных условностей, что может значимо отличать полученные культурные представления. Каждый индивид во многом воспринимает свой мир таким, каким ему рисует этот мир его культура.

Несмотря на крайне ограниченную способность, с которой каждый из нас может изменять окружающий мир, мы в то же время обладаем практически неограниченной способностью манипулировать с этой его моделью в своем сознании. Поэтому единая культура позволяет упорядочить некоторые социально значимые категории в соответствии с нашими социальными потребностями.

В условиях кризиса национальных идентичностей перед людьми встает необходимость выбора и поиска новой идентичности, и тогда на место идентичности национальной на первый план встает социальная или религиозная. Со второй половины прошлого века все активнее раскрываются процессы глокализации в мире, то есть возвращение граждан к своим региональным этническим корням. Это выражается в попытках реанимации старых традиций, возрождении фольклорной культуры и поисках народного духа (Кондаков и др., 2011).

Прослеживается тесная связь религии с культурными представлениями и идентичностью. Это проявляется непосредственно на устройстве самих государств. Так, те общества, где выделяется конкретная государственная религия, практически объединяют национальную идентичность с религиозной. Государства со свободным вероисповеданием различают национальную и религиозную идентичность. В таких обществах люди одной и той же национальности могут исповедовать совершенно разные религии или вообще быть атеистами (Watzlawick, 2010).

В некоторых работах, посвященных изучению российской идентичности, ученые пришли к выводу о том, что одной из важнейших основ массового сознания и психологии обыденного сознания россиян выступает православная вера (Громыко, Буганов, 2000). Это подтверждается и кросс-культурными исследованиями, подчеркивающими взаимосвязь культурных представлений с религией. В свое время Дюркгейм утверждал, что религия несет в себе единую систему верований и практик, и она культурна по своей природе (Дюркгейм, 2001). То есть сами определения культуры и религии взаимосвязаны, они включают общие убеждения и ценности, которые должны передаваться из поколения в поколение.

С. Хантингтоном были выделены основные особенности идентичности, которые он представил в виде следующих пунктов (Hantington, 2004):

1) формирование идентичности справедливо как для конкретной личности, так и для группы лиц;
2) идентичность представляет собой психологический конструкт, некую воображаемую абстрактную сущность (то, что мы думаем о самих себе);
3) идентичность обычно бывает множественной;
4) идентичность является результатом социального взаимодействия;
5) альтернативные идентичности зависят от конкретной ситуации;
6) идентичность может быть как узкой, так и расширенной в зависимости от ситуации составляется особая иерархия идентичностей.

Последнее свойство особенно важно для сопоставления территориальных или культурных идентичностей. Так, в качестве примера можно привести великого итальянского кинорежиссера Ф. Дзеффирелли. Он самоопределял себя территориально как флорентийца. Но когда его называли великим итальянским режиссером, в свою очередь говорил, что он человек мира и у искусства нет границ. Для него оказывалась важной именно его региональная принадлежность, а не национальная или цивилизационная. В его иерархии идентичностей региональный аспект играл существенно более важную роль, чем все остальные.

Идентичность несет в себе результат отстаивания и защиты самого себя перед представителями своей и чужих групп. А идентификация есть сам процесс приспособления, постоянного выбора по принятию тех или иных норм, традиций и ценностей.

Причем процесс утверждения личностной идентичности может происходить только в результате утверждения социальной идентичности. Только находясь в группе, вступая в коммуникацию с другими и сравнивая себя с ними, индивид может осознать свое «я» и выделить его. Человек становится личностью только в процессе реализации собственных отношений с другими людьми (Леонтьев, 2005).

Американский психолог Д. Мид рассматривал необходимость связи между процессом групповой самоидентификации и распознаванием позитивно или негативно значимых обобщенных других. В его представлении «Они» могли обозначать социальную общность, которая имела несколько иной образ жизни, языковые традиции, культурные особенности и прочие политические и экономический процессы. Всегда происходит сравнение ценностей между собой, без этого немыслим процесс идентификации (Mead, 1936).

Поэтому для властных структур особенно важно работать и заботиться об имидже своей территории, сохраняя при этом национальную идентичность, так как на основе этого имиджа во многом и строится сравнение между этническими группами. А сама идентичность представляет собой динамический продукт, который изменяется в зависимости от отношения, которое постоянно транс-

формируется и модифицируется в рамках определенного дискурса (Neumann, 1993).

Структура идентичности так до конца и не раскрыта исследователями, по крайней мере они не пришли к согласию по всем ее элементам, включая самые разнообразные варианты: от привязанности к группе и вовлеченности в нее до следований общим установкам, ценностям и значимости принадлежности к группе (Ashmore et al., 2004).

2.5.2. Цивилизационная идентичность

Активные процессы глобализации, обусловленные спецификой интенсивного развития научно-технических ресурсов, обеспечивают трансформацию традиционно развивающихся коммуникативных и информационных процессов. Большую роль в этих изменениях играет массовая миграция, в ходе которой представители разных этносов перемещается в инокультурную среду, где не всегда они могут удачно встроиться в систему новых культурных обязательств. Все больше возрастает конкуренция за владение информационным пространством и распространением медиаконтента, что приводит к обострению противоречий между различными государствами, а в глобальном смысле такого рода противостояние можно назвать новым столкновением цивилизаций.

Исторически сложилось, что существуют два подхода к природе глобальных общественных процессов: формационный, разработанный К. Марксом, и цивилизационный. Если в основе формационного главным элементом выступает общественно-экономическая формация, которая характеризует тип общества на базисе его экономической структуры, то цивилизационный подход предполагает прежде всего обращаться к исследованию определенной культуры общества. Здесь рассматриваются не только объективные элементы государственных структур, но и субъективно-личностные стороны жизни общества.

В цивилизационном подходе, в свою очередь, многие исследователи выделяют стадиальный и локальный компонент (О. Шпенглер, К.Н. Леонтьев, Н.Я. Данилевский, П.А. Сорокин, Л.Н. Гумилев.). Цивилизационный подход в принципе оказался намного более попу-

лярным среди ученых в разных областях мировой науки (М. Вебер, А. Тойнби, О. Шпенглер, Ф. Бродель, Ж. Ле Гофф).

Для Л.Н. Гумилева цивилизации представляли собой проникнутые религиозно-идеологическими доминантами суперэтносы, которые определяли «системы из нескольких этносов, возникшие в одном ландшафтном регионе и проявляющиеся в истории в виде мозаических целостностей» (Гумилев, 1997, с. 611).

Ядром для цивилизации выступает определенный народ или группа народов, которые исповедуют единую религию или идеологию, соотнося свои социальные предпочтения и культурный стиль с предполагаемым трансцендентным назначением человечества. Такая характеристика «сакральной вертикали», которую активно использует В.Л. Цымбурский, во многом определяет ядерные структуры цивилизации и основные конфигурации различия между ними.

Цивилизацию определяет особая картина мира, которая содержит целый комплекс представлений данного общества о мире, о его настоящем, прошлом и будущем, включает в себя осознание общности народов, которые представляют данную цивилизацию (Сухарев, 2005).

Концепции формирования цивилизаций связаны с различными аспектами общественной жизни и поэтому поддаются изучению в совершенно разных научных реальностях — культурологической (М. Вебер, В. Каволис), социологической (П. Сорокин, Д. Уилкинс), этнопсихологической (Л.Н. Гумилев), географической (Л. Мечников) и др.

Это наводит на мысль о том, что определение понятия «цивилизация» неоднозначно и несет в себе множество разноплановых аспектов восприятия, которые зависят от того или иного культурно-исторического подхода. В рамках концепции междициплинарного образовательного процесса «Цивилизационное наследие России» цивилизацию определяют через совокупность специфических экономических, социальных, политических, духовно-нравственных структур, которые отличают одни исторические и национальные общности людей от других (Расторгуев, 2018).

Существует позиция, которой придерживаются многие ученые, что понятие «цивилизация» не тождественно понятию «культура». Циви-

лизация представляет собой неограниченную во времени и пространстве культуру, в которой отсутствует контекст определенной эпохи (О.А. Платонов; русофильская теория К.Н. Леонтьева; историко-философская и культурологическая модель «евразийцев» Н.С. Трубецкого; Г.В. Флоровский, Л.П. Карсавин). Главная функция цивилизации — это определить историческую судьбу народа и сформировать его национальное самосознание, основную миссию.

М. Вебер предлагал определить роль культуры в том, чтобы придавать смысл жизни и значение отдельным индивидам в окружающем бессмысленном пространстве (Weber, 1985).

Роль культуры многими современными исследователями определяется в форме некоторого буфера, препятствия на пути стрессов, который посредством культурных представлений защищает человека от травмирующих заключений о неизбежности смерти (Лебедева, 2011).

Именно элемент культуры и становится важным основанием для определения различий между цивилизациями. Всего существует два подхода к рассмотрению цивилизационной концепции: моноцивилизационный и полицивилизационный. В моноцивилизационном все многообразие культур сводится к единой цивилизации, которая развивается поэтапно, линейно, в рамках некоторого эволюционного процесса от низшего к высшему. Полицивилизационный подход, напротив, рассматривает одновременное существование нескольких цивилизаций, каждая из которых имеет собственные законы развития.

В рамках данного подхода цивилизацию можно определить, как некоторую целостную общественную систему, которая связана едиными согласующимися между собой культурными ценностями. Элементами цивилизации выступают политика, религия, социальная сфера, общественные институты, культура. И все эти элементы несут в себе своеобразие и уникальность каждой конкретной цивилизации.

В России особенную известность приобрела неославянская теория культурно-исторических типов Н.Я. Данилевского, которая развивалась в рамках полицивилизационного подхода. Для Данилевского процесс развития человечества не был строго линеен. Этот процесс пред-

ставлял собой, скорее, целый ряд некоторых замкнутых ментальных пространств, которые характеризуются только по особым собственным внутренним критериям. В итоге им были выделены следующие девять культурно-исторических типов: египетский, китайский, ассиро-вавилоно-финикийский, индийский, иранский, греческий, аравийский, еврейский, германо-романский. Также им одним из первых была обозначена формирующаяся культурно-историческая общность России и славянского мира, которая, по мнению автора, сыграет значительную роль для развития всего мирового сообщества (Бажов, 1997).

Кроме этого, Данилевский выделил основные типы культурной деятельности, по которым можно оценить внутренние особенности определенного типа цивилизаций:

- деятельность религиозная;
- деятельность культурная;
- деятельность политическая;
- деятельность общественно-экономическая.

Для классификации цивилизаций он использовал понятие «культурно-исторический тип», которое представляло собой близкую друг к другу группу народов, имевшую «непосредственное ощущение» близости языковых традиций и единых способностей «по духовным задаткам». Все вместе это было объединено едиными принципами видения политической системы государств. При столкновении различных цивилизаций происходит усваивание традиций и ценностей других культур, что создает обозримые границы для дифференциации цивилизаций.

Для каждой из предшествующих цивилизаций за основу был выбран один из представленных типов деятельности (кроме германо-романской, которая была представлена двумя типами), но для формирующийся славянской цивилизации Данилевский выделил целый четырехосновный исторический тип. Им были возложены особые надежды на такой синтез типов культурных деятельностей, которые соответствовали российской цивилизации.

Американский социолог П. Сорокин также уповал на успехи российской цивилизации. Он считал главными чертами русской нации

«необычайное территориальное, социальное, демографическое, политическое, социальное и культурное развитие в течение ее исторической жизни» (Маслин, 1990). Как и в работах Данилевского, уже Сорокин особо выделял то, что за российской цивилизацией возможно будущее доминирование и расцвет всей славянской культуры.

Для немецкого ученого О. Шпенглера цивилизация и культура также воспринимались по-разному. Его концепция развивалась по лекалам полицивилизационной работы Данилевского. Шпенглер избрал для классификации культур фактор способа переживания жизни. Переживание жизни представляет собой саму жизнь, и вне этого переживания человек не может существовать, не может ничего познать. В итоге им были выделены восемь следующих культур: индийская, китайская, вавилонская, византийско-арабская, египетская, греко-римская, культура майя и русско-сибирская (Шпенглер, 2003).

Английский философ А. Тойнби применил уже несколько иной подход, согласно которому существует некий общий план развития всех цивилизаций (Тойнби, 2011). План состоит в том, чтобы достичь великого и общечеловеческого творчества. В данной концепции внимание особо уделяется именно творчеству и господствующему меньшинству, у которого наиболее развиты творческие способности. В случае утраты меньшинством этих способностей цивилизация стремительно погибает.

Для Тойнби главным различительным компонентом для разделения цивилизаций служил их исторический процесс. В его понимании, история имеет пределы во времени и пространстве для определенной единицы общественной жизни и является наиболее важной частью культурной жизни определенной страны и цивилизации.

А уже С. Хантингтон в своем труде «Столкновение цивилизаций» видел в цивилизации культурную общность наивысшего ранга, выше которой может быть только объединение всего человечества. Классификация цивилизаций для него строилась на основе особенностей языка, религиозных традиций, общей истории, близких обычаев и структурно схожих социальных институтов. «Цивилизация — это самое большое «мы», где человек чувствует себя в культурном отно-

шении дома, и одновременно то, что отделяет нас от всех «них» — тех, что вовне» (Хантингтон, 1994).

Если немного вернуться и рассмотреть теории моноцивилизационного подхода, то наиболее известной среди них выступает концепция постиндустриального общества Д. Белла. Основным фактором перехода на новые этапы развития цивилизации он считал научно-техническую революцию (Белл, 1999). И если рассмотреть всю общемировую историю, то можно выделить следующие три этапа развития общества: доиндустриальный (главный вид деятельности — сельское хозяйство); индустриальный (промышленность); постиндустриальный (информация).

Концепция О. Тоффлера продолжила идеи Белла, при этом уже на практике отмечая факты того, что подошло время «третьей волны» цивилизации (Тоффлер, 1997). Для каждой новой волны был характерен определенный социальный кризис, преодоление которого и помогало цивилизации перейти на новый уровень развития. По мнению Тоффлера, в цивилизации третьей волны главную роль уже будет играть ресурс информации, который особенно успешно создается посредством искусственных сообщений СМИ.

Нельзя не упомянуть и концепцию осевого времени К. Ясперса, также развивающуюся в рамках моноцивилизационного подхода. Данная концепция рассматривает некоторый переломный исторический период во всей истории человечества, по причине которого сформировался современный тип деятельности и человека (Ясперс, 1994). После осевого периода все цивилизации предшествующих времен не смогли продолжить свое существование. Формировались уже совершенно новые цивилизации, для которых в их цивилизационном ядре содержались качественно иные ценностные ориентиры и новые культурные устои. В результате такой субъектно-объектной оппозиции человека с цивилизацией происходила трансформация мировоззрения и появлялись совершенно новые типы рациональности.

В последние годы современные социогуманитарные исследования обращены на развитие идей концепции моноцивилизационного подхода. Данные идеи основываются на теориях межкультурного взаимо-

действия и смешения культур. И в целом данное направление можно обозначить как «глобализационное», или основанное на концепции «культурного трансфера» (Минеева, 2016; Дмитриева 2011; Лобачева 2010). На первый план выходит уже не изучение межкультурных различий, а обращение внимания на внутрикультурные различия ценностных ориентаций и поведенческих стратегий, характерные, например, для различных регионов России (Вахштайн, 2016).

Последователи такого глобализационного подхода, единой планетарной идентичности также отмечают, что на довольно коротком промежутке времени происходит изменение некоторых свойств общественной жизни, характеризующее определенную культуру (Магун, Руднев, 2010). И действительно, зарубежные эмпирические исследования подтверждают тот факт, что со временем определенные общества и культуры претерпевают изменения и трансформируются в силу глобальных и локальных процессов. В основном это связано с изменением благосостояния стран, ростом миграции и социальной мобильности. Но тут особенно стоит отметить, что такие изменения не происходят со всеми элементами культуры. Некоторые из них имеют достаточно прочную конструкцию, не подверженную изменениям, а другие адаптируются и трансформируются. В основном изменению подвергаются именно внешние культурные элементы и некоторые поведенческие стереотипы. А наиболее устойчивы уже внутренние, ядерные конструкции, такие как религиозные традиции, культурные ценности. Они, напротив, усиливаются и утверждаются в своих более радикальных вариациях (Triandis et al., 1986; Berry, 1990).

На наличие таких особых устойчивых ядерных элементов обращает внимание уже концепция полицивилизационного подхода. По сути, два этих подхода в своих современных интерпретациях не только имеют важные различия, но и взаимодополняют друг друга, так как представители глобализационной модели концентрируются на изучении особенностей внешней культурной среды или «видимой части», если использовать терминологию антропологической «модели айсберга» Э. Холла (Фаст, Холл, 1995). А для приверженцев полицивилизационной модели наиболее важными становятся скрытые, устой-

чивые конструкции, которые описывают во многом неосознаваемые, «погруженные в воду», компоненты культуры.

Также, несомненно, стоит отметить справедливую критику современных исследователей из различных отраслей знаний самого понятия «цивилизация». Оно носит амбивалентный характер, и довольно трудно однозначно определить его, задать четкие критерии соответствия (Шнирельман, 2009). Во многом для исторических исследований понятие «цивилизация» потеряло свою значимость и обоснованность использования, но для рассмотрения современных социокультурных процессов эта значимость только нарастает (Велижев, 2019). В этом плане интересна сама трактовка понятия и в какой исторический период оно вводилось в отечественный научный лексикон.

Активно понятие «цивилизация» стало использоваться с середины XVIII века, и в дальнейшем его распространение было связано с определением особого пути России, противопоставления России Западу (Тесля, 2019). В данной полемике выделения особого пути России участвовало множество известных исследователей прошлого (Н.Я. Данилевский, П.А. Сорокин, Д.С. Лихачев), но сейчас данная проблема с новой силой активно поднимается современными исследователями совершенно различных научных направлений (В.С. Степин, А.С. Панарин, В.Л. Цымбурский, А.Г. Дугин, Е.Ю. Спицын, А.П. Паршев, Ю.В. Шалыганов, С.Г. Кара-Мурза). Это подтверждает актуальность данной проблемы и применимость цивилизационного подхода в современных исследованиях.

Многообразие взаимодействующих цивилизаций представляет собой фундамент общечеловеческого наследия, который подчеркивает уникальность традиционных культур, своеобразие цивилизационных миров. В.Н. Расторгуев подчеркивает, что особая «параллельная цивилизация» общечеловеческого масштаба действительно формируется, но, скорее, ее можно отнести к особой разновидности коммерческих и идеологических субкультур, которые в условиях глобализации активно захватывает огромные пространства. Но такая структура как раз не принимает инакомыслия и своеобразия, права народов

на их уникальную идентичность и возможность самовыражения (Расторгуев, 2018).

В итоге можно говорить о том, что полицивилизационная модель предполагает сосуществование как минимум двух цивилизаций в один исторический период. И на данный момент точно выделяются многими исследователями две такие цивилизации — западная и восточная (Колесова, 1999; Свитич, 2012). Одна определяется ценностями и историческим путем Западного мира, другая относится к философским практикам и верованиям Восточного мира.

Западная цивилизация (Б. Франклин, Т. Пейн, Р. Эмерсон, Г. Торо) определяется технократическим подходом, во главу угла встают ценности свободы, индивидуализма, рационализма и особенно важен примат частной собственности. Общество развивается, скорее, революционным путем, а главным результатом у такого развития выходит совершенствование материальных ценностей.

Восточная цивилизация берет начало прежде всего в религиозных практиках. Наиболее важными здесь выступают ценности коллективизма, культа веры, иррациональности и интуиции, особенно важен примат общественной собственности. Развитие общества происходит уже эволюционным путем, как самосовершенствование человека без опоры на материальные основы (О.А. Платонов, П. Сорокин, В.С. Степин, В.Н. Расторгуев, Л.Г. Свитич и др.).

Происходит активное противопоставление западного и восточного культурного типа цивилизаций по их основным различиям в ценностных установках и мировоззренческих идеалах. Западная идея господства человека над природой противопоставляется идеалу коэволюции общества и природы (Степин, 2017).

В.Л. Цымбурский отмечает, что, несмотря на близкие культурно-стилевые характеристики России с Евро-Атлантикой, по остальным ключевым характеристикам (характеру сакральной вертикали, базисной этничности, опорному ареалу, типу письма) они представляют собой два совершенно разных цивилизационных комплекса. На отличие российской цивилизации (российской цивилизационной идентичности) от европейской в том числе ука-

зывали многие зарубежные авторы (Шпенглер, 2003; Бродель, 1992; Хантингтон, 1994).

Россия не входит ни в одну из этих цивилизационных парадигм полностью. Российская цивилизация самобытна и интегрирует в себе модели, характерные для двух этих подходов (Н.Я. Данилевский, О. Шпенглер, Л.Г. Свитич). Россия представляет собой «культурный мост» между западной и восточной цивилизациями (Лихачев, 2006), что позволяет выделить ее в отдельный, третий, тип российско-славянской цивилизации.

Представленные теоретические подходы и сравнения дают повод говорить о возможности выделения трех мегацивилизаций: западной, восточной и российской (российско-славянской). Данные цивилизации отличаются по многим количественным и качественным характеристикам, обуславливающим их культурные особенности. Поэтому возможно выделение других сравнительных компонентов этих особенностей, с помощью которых будет проводиться качественный анализ различных культур и их цивилизационных подходов. И здесь особенно важным будет учитывать актуальные процессы глобализации, которые способствуют развитию информационных войн между государствами.

По мнению А.С. Панарина, главным результатом информационных войн между государствами является тот факт, что Россию пытаются лишить привилегии существования собственной цивилизационной идентичности. Отличие от западной цивилизации преподносится, скорее, как изгойский знак отверженности и отсталости, культурной несостоятельности, а не самобытности и собственного исторического пути. Лишая себя такой специфической цивилизационной идентичности, представители западников пытаются найти эталон, которому надо соответствовать. Данный эталон берется за основу в западной культуре, и любое несоответствие с ее идеалами признается поражением и тут же подвергается критике. То есть исключается сама возможность собственного самобытного развития, которое тут же признается неправильным и не соответствующим «высоким образцам западной культуры» (Панарин, 2014).

Английский политолог Б. Андерсон считает в принципе нацию и государство во многом воображаемыми сообществами. То есть они разделяются не естественными физическими границами, а разграничиваются самой идеей дихотомии «свои — чужие». Именно образ «чужого» делает возможным разделение на различные государства. По сути, автор заявляет, что цивилизация представляет собой один из способов воображения культурно-политического общества (Андерсон, 2016).

Существует великое множество концепций, так или иначе посвященных цивилизационному развитию. Причем некоторые концепции вступают в активную конфронтацию и, по сути, опровергают друг друга. Можно вспомнить цивилизационный сценарий Ф. Фукуямы, предрекшего «конец истории»; концепцию «столкновения цивилизаций» С. Хантингтона; теорию «макдональдизации» Дж. Ритцера; концепцию «третьего пути» Э. Гидденса (Жаде, 2007). Анализируя данные теоретические подходы В.С. Степин приходит к выводу, что большая часть данных сценариев склоняется к катастрофическому концу для всего человечества. Поэтому необходимо отыскать те подходы, которые позволят обеспечить выживание человечества и его устойчивое развитие (Степин, 2006).

В таком случае каждая цивилизация должна обладать особого рода идентичностью, которая позволяла бы ее представителям отличать своих от чужих. Одним из первых к изучению проблематики цивилизационной идентичности обратился С. Хантингтон. «Деревни, регионы, этнические группы, народы, религиозные общины — все они обладают своей особой культурой, отражающей различные уровни культурной неоднородности. Деревня в Южной Италии по своей культуре может отличаться от такой же деревни в Северной Италии, но при этом они остаются именно итальянскими селами, их не спутаешь с немецкими. В свою очередь, европейские страны имеют общие культурные черты, которые отличают их от китайского или арабского мира. Отличие это происходит благодаря наличию общих черт объективного порядка, таких как язык, история, религия, обычаи, институты, а также субъективной самоидентификации людей» (Хантингтон, 1994, с. 33).

Для Э. Эриксона процесс формирования идентичности представлял собой развитие определенных личностных характеристик у человека в условиях общественного взаимодействия: «формирование идентичности предполагает процесс одновременного отражения и наблюдения… посредством которого индивид оценивается с точки зрения того, как другие, по его мнению, оценивают его в сравнении с собой и в рамках значимой для них типологии; в то же время он оценивает их суждение о нем с точки зрения того, как он воспринимает себя в сравнении с ними и с типами, значимыми для него» (Эриксон, 1996, с. 32–33).

В психологическом аспекте идентичность можно представить как особое состояние сознания, в котором знак равенства ставится между самим собой и «другим», самообраз приравнивается к усвоенному идеалу или особому набору константных качеств и характеристик, обеспечивающих это тождество (Расторгуев, Беспалова, 2017).

В российской философской и социально-научной мысли можно выделить труды Е.М. Авраамовой, А.Л. Андреева, И.Б. Орловой, В.И. Пантина, которые занимались рассмотрением проблемы цивилизационной идентичности.

Цивилизационная идентичность представляет собой категорию, обозначающую принадлежность индивида или группы индивидов к определенной цивилизации, отождествление себя с нею. Это в каком-то смысле предельный уровень социокультурной самоидентификации, выше которой может быть идентификация только общепланетарного масштаба. Цивилизационная идентичность отражается в отождествлении себя с определенным местом, народом, особой ролью, системой связей и отношений в представленной культуре, которые скрепляются общими цивилизационными движущими силами. В основании цивилизационной идентичности лежит сформировавшаяся особо крупная межэтническая общность людей, которая длительный временной промежуток проживает в одном регионе с единой исторической коллективной судьбой и которая связана между собой близкими культурными ценностями, нормами поведения и идеалами (Маслов, 2005).

Еще одно определение цивилизационной идентичности можно обозначить через «набор интериоризованных представлений, идей, черт, норм и форм поведения, изменяющихся под давлением среды, этнических лидеров и творческих личностей в русле заданной культуры» (Губолко, 2003, с. 29).

Особое чувство цивилизационной общности формируется по принципу различения и противопоставления «своего» и «чужого». Данный процесс обусловлен как объективными, так и субъективными факторами. Объективная сторона в основном связана с внешними отличительными признаками, устоявшимися стереотипами. Субъективная же сторона характеризуется личностной самоидентификацией индивида и его особым восприятием носителей отличных цивилизационных представлений, признанием или непризнанием таковых.

Многими авторами выделяются несколько основных групп факторов формирования цивилизационной идентичности. В основном это социокультурные (языковой, религиозный, непосредственно культурный, ментальный), природно-климатические и геополитические факторы (Д.С. Лихачев, Н.Я. Данилевский, А. Тойнби, О. Шпенглер, В.Н. Расторгуев, А.А. Маслов, Л.В. Матвеева, Л.Г. Свитич, Е.Н. Богдан). Данные факторы характеризуют внешние и внутренние показатели цивилизации, ее основные структурные целостности. К природно-климатическим и геополитическим факторам во многом происходит приспособление носителей цивилизационной идентичности в силу того, что это изначальные координаты развития цивилизации, которые практически невозможно изменить. Но внутренние социокультурные факторы цивилизация формирует сама в процессе своего развития и самоопределения.

Как уже говорилось ранее, цивилизационная идентичность указывает на принадлежность индивида, этноса или государства к определенной цивилизации. Цивилизация в принципе представляет собой общности, по преимуществу привязанные к определенным географическим ареалам, которые выступают носителями религий, идеологий, социальных практик и культурных стилей. При этом формируемая

таким образом особая картина мира цивилизации претендует на универсальную, всемирную значимость (Цымбурский, 2001).

Некоторыми российскими исследователями предпринимается попытка показать структуру цивилизационной идентичности, которая может быть представлена следующим образом: 1) система цивилизационных кодов; 2) культурно-историческая память; 3) сакральность культурных смыслов цивилизации; 4) рефлексивная установка по принятию цивилизационных смыслов как личных; 5) процесс идентификации в личном и социальном смысле; 6) эмоционально-ценностное чувство принадлежности к цивилизационной общности (Мишучков, 2014, с. 247–248).

И.В. Кондаковым были выделены основные компоненты цивилизационной идентичности, которые в совокупности образуют своеобразную цивилизационную триаду: менталитет цивилизации, локалитет цивилизации и глобалитет цивилизации (Кондаков, 2011).

Для русской цивилизационной идентичности исследователи выделяют такие качественные характеристики, как соборность, этатизм, симфония властей, традиционная семья и православная духовность (Каргаполов, 2020). Еще одним важным качеством выступает континуальность, то есть способность вписывать в единый ценностный контекст разные национальные культуры. И если для европейской мысли применимо употребление сравнения с «плавильным котлом», то континуальность российской цивилизации, скорее, представляет собой мозаику, где каждый элемент — часть целого, который сохраняет свою автономную ценность (Щипков, 2018).

Для евро-атлантической цивилизации существенными выступают такие ценности, как индивидуальность, социальная успешность, пунктуальность, активность, ориентация на материальные ценности (Каган, 1997). Главным принципом жизнедеятельности выступает ориентация на материальное благополучие.

Нельзя не вспомнить слова Н.А. Бердяева о пограничности русской цивилизационной идентичности, так как «русский народ есть не чисто европейский и не чисто азиатский народ. Россия есть целая часть света, огромный Востоко-Запад, она соединяет два мира. И всег-

да в русской душе боролись два начала, восточное и западное» (Бердяев, 1990, с. 44).

Российская цивилизационная идентичность связывается не с признанием западных ценностей, а со стратегией внутреннего саморазвития, поиском собственного пути, который сопоставляется с исконно русскими базовыми ценностями (Каргаполов, 2020). По мнению многих философов, она строилась на идеях антирационализма и антисхоластичности, где главным аспектом выступали именно духовное начало и мистицизм как таковой (В.С. Соловьев, Л.И. Шестов, Н.А. Бердяев, П.А. Флоренский, И.А. Ильин).

С.Ю. Глазьев поднимает важную проблему того, что развитие российской экономики немыслимо без принятия и следования цивилизационным идеалам России, которые сосредотачиваются на необходимости помнить о духовном смысле жизни, заботы о ближнем и Отчизне в целом, развитии творческих начал человека (Глазьев, 2011). Здесь важно обозначить, что для всех носителей российской цивилизационной идентичности присуща ориентация на символические, а не материальные ценности, что существенно отличается от ценностей западной культуры.

В.Н. Расторгуев выражает свою позицию о том, что образ русского мира во многом сливается с представлением о русской православной цивилизации. Идея православия является системообразующим элементом цивилизационной идентичности России (Расторгуев, 2015).

А.А. Кара-Мурза подчеркивает, что Россия — это и «Европа в Азии» и «Азия в Европе». Он называет такое проблемное восприятие собственной цивилизационной идентичности в России дуальной идентичностью. Для него «европейская цивилизационная и евразийская геополитическая идентификация России являются не просто разными, а именно двумя неразрывно связанными сторонами ее общего самоопределения в мире, требующие органичного согласования» (Кара-Мурза, 1998, с. 122).

При анализе общественных опросов в России в разные исторические промежутки можно отметить, что большинство жителей стра-

ны на протяжении последних десятилетий воспринимает себя и свою страну как отдельную самобытную цивилизацию, значительно отличающуюся и от западной и от восточной цивилизации (Дубин, 2004, с. 25). В исследованиях Левада-Центра за 2003 и 2007 годы большая часть опрощенных (примерно по 75 %) относит Россию к евразийскому государству, которое имеет свой путь (Пантин, 2011).

Цивилизационная идентичность России обусловлена своим географическим расположением в Европе и в Азии одновременно и также особым состоянием полиэтничности и поликонфессиональности, что также связано с огромной территорией и наличием большого количества народностей и культур.

При этом необходимо отметить, что влияние именно уникальных территориальных особенностей места, на котором происходит развитие определенной цивилизации, представляется столь же существенным в процессе возникновения, становления и сохранения самобытных цивилизаций, сколь и факторы культурные и языковые.

Среди основных качеств самобытной цивилизации чаще всего указывается общая религиозная и языковая принадлежность. Некоторыми исследователями выделяются особые государства-цивилизации. Россию относят к такого рода общностям, что связано с ее географическим положением и историческим развитием, богатой ресурсной базой, этническим и конфессиональным многообразием и уникальным опытом взаимодействия различных этносов на единой территории. Именно это качество позволяет говорить о России как об уникальной системе культурно-природного синтеза (Лубский, 2015).

Очень важно отметить, что вне цивилизационного подхода сложно выработать политический курс определенного государства, который будет учитывать процессы глобализации. Постановка круга проблем, которые связаны с долгосрочным государственным развитиям, не может быть реализована без понимания цивилизационных особенностей собственной территории и цивилизационной идентичности его граждан.

Поэтому, как никогда раньше, возрастает роль прогностических моделей, которые определяют основной технократический путь раз-

вития будущих цивилизаций. Наиболее современной теорией смены технологических укладов можно обозначить концепцию Глазьева, которая учитывает не только природно-экономический и человеческой потенциал России, но и специфику ее конфессионально-цивилизационной, исторической и социокультурной жизни (Глазьев, 2010).

Представления о своей собственной цивилизации служит важным инструментом явной или скрытой, осознанной или стихийно осуществляемой индоктринации, которая направлена не на конкретного индивида, а на глобальный социум в целом (Расторгуев, 2018).

Многие исследователи предполагают, что в каждой цивилизации формируется определенное ядро культуры, которое содержит в себе систему ее базовых ценностей (М. Вебер, Г. Хофстеде, В.С. Степин). Такое ядро культуры представляет собой некий социогенетический код, который обеспечивает устойчивость всего социального организма и защищает цивилизацию от воздействий импульсов других культур. Именно это ядро обеспечивает адаптацию к окружающей культурной и цивилизационной среде. То есть по сути является культурной константой, которая сохраняет целостность цивилизации и определяет ее пути развития.

По В.С. Степину, цивилизация характеризуется особым типом общества, возникающим на определенной ступени исторического развития. В основе цивилизации лежит целостное системное видение общества с особенностями ее культуры, базисных ценностей, социальных отношений и институтов, способов взаимодействия с природой, определенных типов личностей и образа жизни (Степин, 2011). То есть это особый социальный организм, характеризующийся спецификой взаимодействия с природой и особенностями социальных связей, культурных традиций. Им были выделены две группы цивилизаций, которые противопоставляются друг другу: традиционные и технологические.

Традиционные общества характеризуются замедленными темпами социальных изменений. В культуре таких обществ приоритет отдается традициям, определенным стереотипам, которые формировались в течение нескольких поколений.

Техногенные цивилизации, напротив, формировались в относительно зрелом виде, и темп социальных изменений был очень быстрым. Если для традиционных обществ оказывался главным фактор пространства и экстенсивного расширения, то для техногенных на первый план выходит фактор временной, качественная перестройка структуры жизнедеятельности за счет интенсивного развития.

Для традиционных обществ характерно обращение к историческим успехам прошлого, идеалами выступают герои этого прошлого, поступкам которых стоит подражать. А в техногенной культуре, напротив, важны активность индивида, деятельностное отношение к миру. Поэтому герои формируются из известных личностей настоящего времени, которые вносят наибольший вклад в развитие общества как в положительном, так и отрицательном ключе.

Во многих культурологических исследованиях отмечается тот факт, что культуры можно разделить на два основных типа: первые ориентированы на предметно-активистский способ жизнедеятельности, а вторые — на автокоммуникацию, интроспекцию и созерцание (Лотман, 1973). Техногенные цивилизации тяготеют к первому такому типу, а традиционные цивилизации обращают свою активность не во вне, а внутрь себя и подходят под второй тип.

Идея типов цивилизационного развития В.С. Степина строится на выявлении некоторого инварианта цивилизационного кода, общего системообразующего ядра, которое позволяет произвести разделение различных цивилизаций. Таким ядром выступают ключевые мировоззренческие универсалии культуры, напрямую взаимосвязанные между собой и функционирующие в качестве базовых жизненных смыслов и ценностей цивилизации (Степин, 2017). Такими универсалиями могут быть категории, которые определяют основные смыслы культуры, связанные с понятиями свободы, справедливости, веры, добра и зла и т. п. Данное ценностно-смысловое ядро цивилизации предстает в форме уникального культурно-генетического кода, который выражает специфику культурных представлений для каждой цивилизации.

Концепт цивилизационной идентичности обозначает то, что современный мир не достиг тотальной однородности, которую посту-

лируют современные последователи глобализационного подхода. Такую разнородность раскрывает особое научное направление политической экологии, которое «изучает разделение социальных сообществ на политические единства по поводу отношения к окружающей среде как жизненному миру» (Борисов, Волков, 2014, с. 28). Эти идеи развивает В.С. Степин, говоря о кардинальном различии восточной и западной цивилизации по отношению к природе и способам взаимодействия с ней.

И сегодня идет открытая политическая борьба за пространство идентичностей человека. В ходе такой информационной войны происходят попытки политизировать альтернативные идентичности, тем самым подорвать ценности цивилизации и привести к кризису идентичностей (Алибегилов, 2016).

Важно отметить, что планомерно идет подмена понятия цивилизационной идентичности на созвучное ему геополитической идентичности. Концепция данного понятия нацелена на подавление внутренних противоречий в обществе благодаря мобилизации перед лицом реальной или вымышленной внешней угрозы, исходящей от потенциального врага в виде чуждой цивилизации. Во многом понятие геополитической идентичности искусственно, и в отсутствие такого врага просто создается некий враждебный образ, связанный с определенной территорией. По отношению к России такой образ врага создается многими европейскими правителями на протяжении долгой истории (Куденхове-Калерги, 2006).

В.Л. Цымбурский разделяет цивилизационную и геополитическую идентичности (Цымбурский, 2001). Если первая обращена на принадлежность индивида или народа к определенной цивилизации, то вторая скорее, несет в себе атрибут государства, его географические признаки, которые определяют основные особенности внутренних и внешних связей государства. Эти идентичности активно переплетаются, поэтому особенно важно не путать их и не допускать излишней политизации, особенно для понимания цивилизационной идентичности.

Кризис российской цивилизационной идентичности все чаще поднимается современными исследователями и рассматривается че-

рез выбор множества альтернативных идентичностей (П.С. Гуревич, А.А. Гусейнов, В.С. Степин, Н.А. Хренов и др.). Проблема цивилизационной идентичности выделяется современными исследователями как одна из центральных для России, которая определяет вектор ее развития, конечные цели, основную миссию и стратегию достижения своих целей, так как распространение глобализационных тенденций способствует унификации культурных миров, разрушению базовых ценностей национальных культур, распространению и утверждению североамериканской массовой культуры (Костина, 2016).

Именно цивилизационная идентичность становится главным синтезирующим элементом для разного рода идентичностей более низкого порядка. Она отвечает за интеграцию и взаимодействие этноса, религии, политики, экономики, права (Ерохина, 2017).

Немаловажно и то, что уже сейчас в основных законах государственной культурной политики в Российской Федерации обозначается важная роль российской цивилизации в развитии страны и ставится вопрос о «…передаче от поколения к поколению традиционных для российской цивилизации ценностей и норм, традиций, обычаев и образцов поведения». Само понятие «российская цивилизация» не просто употребляется политическими деятелями на самом высоком уровне, но и входит в официальный государственный нормативно-правовой оборот. А цивилизационный подход признается на государственном уровне официальной методологической основой государственной культурной политики (Путрик, 2018).

В.И. Пантин выделяет особую национально-цивилизационную идентичность, которая отождествляет или соотносит индивида с определенной национально-цивилизационной общностью, имеющую черты как нации, так и цивилизации (Пантин, 2011).

Для России такая идентичность формировалась в особо тяжелых условиях, связанных с тесным взаимодействием различных этносов на единой территории. В целом такая российская национально-цивилизационная идентичность накладывается поверх множества других составляющих идентичности (прежде всего этнической и региональ-

ной) и требует усилий по ее формированию как со стороны общества, так и со стороны государственных структур.

Одной из главных проблем изучения цивилизационной идентичности выступает то, что каждая научная дисциплина рассматривает цивилизацию под своим углом зрения, используя исключительно собственный категориальный аппарат и особые методы. Неразработанность общенаучного понятийного аппарата в данном вопросе делает трудным проведение междисциплинарного исследования и знакомства с работами исследователей из других областей знаний (Расторгуев, 2018). Конечные знания получаются односторонними, а потому закрытыми для большинства смежных специалистов, ограничивая их исследовательский горизонт. Поэтому необходимо сотрудничество ученых в рамках междисциплинарных исследований и создания общего методологического аппарата, который будет понятен для всех участников процесса исследования. Это позволит более разносторонне изучить данную проблему и эффективнее находить выход из нее.

2.5.3. Этнокультурная и национальная идентичность

Одной из первоначальных целей этнической психологии было изучение психологических особенностей духовной жизни народов. Появлялись такие понятия, как «национальный дух», «национальный характер», «психология народов». Сам термин «этническая психология» был введен ближе к концу XIX века французским психологом Ф. Рибо. На ранних этапах развития психологии основным методом изучения в этнопсихологии был выбран анализ проявлений человеческого духа в различных культурных аспектах народов: в языке, в обычаях и мифах (Х. Штейнталь, М. Лацарус, В. Вундт, Г. Лебон).

Отечественная школа этнопсихологии также начинала свое функционирование в том числе с работ Г. Шпета. По его представлению, этническая психология раскрывается как описательная наука, которая изучает дух народа или коллективные переживания. Для того чтобы понять психологию того или иного народа, надо прежде всего изучать его историю, культуру и конкретную социальную действитель-

ность, которая уже определяет содержание коллективного духа нации (Шпет, 1996).

Национальное самосознание выступает, таким образом, особым коллективным переживанием и позволяет присваивать как исторические, так и социальные события во взаимоотношении и противопоставлении с другими народами (Шпет, 1927).

Саму этническую картину мира можно представить подобно некоторой информации, довольно специфического содержания этнических образов и представлений. Она составляет часть общей картины мира человека и помогает ему строить коммуникацию с различными этническими группами, выстраивать отношения в собственной социальной общности. Картина мира представляет собой некую когнитивную матрицу, координаты которой задаются собственной культурой.

Этническая идентичность — это своего рода когнитивно-мотивационное ядро этнического самосознания, оно содержит в себе всю совокупность представлений для члена одной этнической общности о своем и других этносах. Сюда входят и социально-психологические установки и этнические стереотипы, а также все связанные с этим элементы бессознательного (Солдатова, 1998).

Таким образом, этническая идентичность представляет собой часть идентичности социальной, то есть представления человека о себе как о члене определенной этнической группы наряду с эмоциональным и ценностным значением, которое приписывается вместе с этим членством.

Теория социальной идентичности А. Тэшфела показывает, что каждый индивид склонен оценивать свою этническую группу, к которой он принадлежит, с позитивной стороны. Такое позитивное отношение к «своим» называется ингрупповым фаворитизмом. Оно обеспечивает для каждого индивида необходимый уровень самоуважения, а для группы в целом помогает сохранить этническую культуру и дает возможность передавать ее последующим поколениям. Такой процесс в целом является естественным социально-психологическим механизмом. Каждый индивид склонен склонны оценивать с негативной

стороны по сравнению со своей собственной. Такой феномен Тэшфел назвал аутгрупповой враждебностью (Tajfel, 1985).

Процесс категоризации на своих и чужих действует в рамках общего психологического принципа, который предполагает связь дифференциации категоризируемых групп с когнитивным процессом групповой идентификации (Tajfel, Turner, 1986). Такой единый процесс идентификации и дифференциации формирует социальную идентичность, которая и представляет собой процесс сравнения своих с чужими. Этот поиск позитивной социальной идентичности для индивида или группы, в котором они стремятся самоопределиться, обособиться от остальных и утвердить свою собственную автономность.

Этническая идентичность приводит к осознанию своей принадлежности к определенной этнической группе. И в ее структуре присутствуют как когнитивные компоненты, связанные с конкретными знаниями, культурными представлениями группы, так и аффективные, связанные с оценкой качеств своей группы, отношения к членству в ней и значимости нахождения в ней. Отдельно иногда выделяется и поведенческий компонент как некий механизм проявления себя участником определенной группы (Стефаненко, 2018).

Для известного французского психолога Г. Лебона основа национальной идентичности состояла не в каких-либо элементах культурной, социальной либо политической жизни общества, а исключительно в психологии народа, поскольку «позади учреждений, искусств, верований, политических переворотов каждого народа находятся известные моральные и интеллектуальные особенности, из которых вытекает его эволюция» (Лебон, 2003, с. 7).

Для Эриксона идентичность представляет собой чувство органической принадлежности человека к его исторической эпохе и типу межличностного взаимодействия, который наиболее характеризует эту эпоху. Идентичность личности сочетает в себе гармонию собственных идей, ценностей, образов и поступков вместе с главенствующим для данного исторического периода социально-психологическим образом человека (Ericson, 1964). Возможность обладать идентичностью означает ощущение себя неизменным независимо

от ситуации; восприятие прошлого, настоящего и будущего как единого целого процесса.

Если в российской практике принято использовать термин «этнокультурная (национальная) идентичность», то в западных источниках нередко встречается также термин «культурная идентичность».

Американский психолог Д. Мацумото в похожем ключе рассматривал определение культуры как совокупности определенных установок, ценностей, верований и принципов поведения, которые разделяются группой, но могут совершенно по-разному восприниматься отдельными индивидами и передаются от поколения к поколению (Мацумото, 2003). То есть можно говорить о том, что культура в такой же степени представляет собой индивидуальный психологический конструкт, как и социальный.

Культуру определяют все способы жизни, свойственные для той или иной группы, выраженные в форме ритуалов и традиций, культурного наследия и четких шаблонов поведения. Это некий свод запрограммированных правил, которые помогают адаптироваться членам общества к условиям среды и к другим людям в повседневной жизни.

И каждая культура несет свойственные только ей национальные черты. Так, британский антрополог Д. Горер выдвинул свою пеленочную гипотезу, на которой базируется национальный характер россиян. Суть данной гипотезы сводится к тому, что русским свойственна традиция туго пеленать своих маленьких детей. В короткие промежутки пеленания ребенок освобождается от пеленок, чтобы проявить свою активную игровую деятельность и произвести необходимые санитарные процедуры. И такая альтернатива длительного периода неподвижности и непродолжительного периода мускульной активности вместе с интенсивным социальным взаимодействием способствует формированию сильного и сдержанного характера, который нарушается периодическими всплесками ярко выраженной активности (Kaplan et al., 2017).

Исследование К. Касьяновой по сравнению данных американской и русской выборок по тесту MMPI показывает, что для представи-

телей российской культуры особенно важной выступает категория жертвенности. Так, выдвигается теория о том, что социальный организм русской культуры активно реагирует на жертвенность личности ради сохранения ценностей своей культуры (Касьянова, 1994).

Проблемы, которые связаны с определением русского национального характера популярны среди многих исследователей (Братусь, 2000; Бороноев, Смирнов, 2000). Типологическая модель личности Б.С. Братуся описывает характеристики психологических типов личности, которые складываются из доминирующего способа отношения к себе и другим людям. Им выделяется четыре базовых уровня в структуре личности, напрямую связанных с культурной идентичностью: эгоцентрический, группоцентрический (приводится в пример советская культура), просоциальный (западно-европейская культура), духовно-эсхатологический (русская современная культура).

Процесс этнической идентификации происходит на разных уровнях восприятия индивида. На первом уровне формируется оппозиция «свои — чужие». На втором уже происходит формирование образов, которые связаны с определенной характеристикой каждой из этнических групп. А третий уровень уже довершает весь процесс идентификации на уровне этнической идеологии, когда образуется некая связь времен (Epstein, 1978).

Этнокультурная идентичность во многом обуславливает все основные характерные черты системы образов человека, в которую входят архетипы, стереотипы, бессознательные психические образы. Все в совокупности в итоге и составляет картину мира отдельного индивида и общества в целом. Но этнокультурная идентичность стоит у истоков данного процесса.

Если пытаться представить механизм осуществления этнической идентичности, то он складывается через использование определенной группой индивидов субъективных элементов культуры, которые выражаются в символах. Такой механизм необходим для того, чтобы можно было идентифицировать представителя своей группы от чужого (De Vos, 1982).

Этническая идентичность является одним из важнейших компонентов в структуре самосознания личности. Как мы уже выяснили, она представляет собой динамическое образование, на трансформацию которого значимое влияние оказывает социальный контекст. Если касаться внутренних факторов этнической идентичности, то здесь на первый план выходят осознанность и наличие рефлексивного уровня самосознания (Корнилова, 2019).

Существует мнение, что все элементы этнической идентичности в итоге сводятся только к когнитивной составляющей. Деление на группы происходит по принципу исключительного восприятия общей коллективной памяти, единого происхождения одних и тех же символов культуры (Roth, 2015).

Когнитивный компонент содержит в себе все знания, идеи, установки, которые подлежат единой интерпретации и играют роль связующего звена с эмоциональным компонентом. Все это выражается в переживании принадлежности к группе в форме разнообразных социальных чувств и напрямую связано с поведенческими стереотипами и нормами (Turner, Onorato, 1999).

Для упрощения оценок других групп происходит формирование этнических стереотипов — схематизированных, эмоционально окрашенных и чрезвычайно устойчивых образов одной этнической группы, которые с легкостью распространяются на всех ее представителей.

Проявление этнической идентичности невозможно реализовать без использования этнических стереотипов. Они выражают особую модель поведения, которая определяет часть общей установки на действие (Шамионов, 2009).

Стереотипы, которые формируются внутри своей группы, называются автостереотипами, то есть это суждения, оценки о своей собственной общности. Гетеростереотипы уже связаны со стереотипами, которые обращают внимание на другие группы. Формирование таких стереотипов помогает выполнять важные функции, такие как познавательная, коммуникативная, функция защиты позитивной этнической идентичности.

Вместе с тем формирование гетеростереотипов напрямую связано с собственной культурой. У. Самнер ввел понятие этноцентризма, как особого восприятия и интерпретации поведения представителей других групп через призму собственной культуры. Самнер предполагал, что в сознании индивидов существует тенденция использовать стандарты своей группы, чтобы оценивать представителей других групп. Такие стандарты отталкиваются от того, что эталоном оценки служит своя группа, а другие располагаются относительно нее ниже по рангу.

Исследования по этноцентризму показывают, что людям свойственно представлять явления своей культуры как естественные и справедливые, тогда как явления чуждых культур определяются неестественными, нелогичными и неправильными (Brewer, Campbell, 1976).

Для этнических стереотипов характерны эмоционально-оценочные суждения, они устойчивы и ригидны по отношению к изменяющемуся социальному контексту. Между тем они крайне согласованы между собой и выступают важным критерием объединения внутри социальной группы (Стефаненко, 2006).

Все процессы этнической самоидентификации связаны с бессознательными структурами личности человека, поэтому многие поведенческие установки формируются за счет этих внутренних процессов социализации. И этничность характеризует целостную деятельность, как сознательной, так и бессознательной составляющих психики (Спирина, Горошко, 2017).

Исследования подтверждают тот факт, что этничность представляется глубинной и во многом иррациональной характеристикой, которая даже в латентном состоянии становится определяющей содержание всех психических процессов индивида. На основе ее строятся стереотипы поведения и определенные стили взаимодействия с другими людьми.

Всего можно выделить два основных теоретических направления, которые объясняют происхождение этнической идентичности: примордиализм и конструктивизм. Представители примордиализма говорят об этничности как о врожденном качестве, которое лежит

в основе группового сознания и поведения. Наиболее радикальные исследователи, придерживающиеся данной концепции, связывают этничность с биологическими процессами, а формирование групповой этнической идентичности определяют передачей из поколения в поколение.

Конструктивисты, напротив, полагают, что этничность ситуативна, изменяется в зависимости от действующих социальных процессов в обществе и ее структуры. Можно повышать уровень этнической идентичности или, наоборот, тормозить ее процессы. Это зависит от конкретных действий управляющих органов и целей, которые стоят перед определенной группой. В случае появления внешней угрозы требуется мобилизация человеческих ресурсов, в чем как раз и может помочь усиление уровня этнической идентичности.

Исследования доказывают, что представители и того и другого направления в какой-то степени правы. Этническая идентичность устойчива и способна передаваться из поколения в поколение, но она также может дремать в латентном состоянии и активизироваться только в тех ситуациях, когда происходят важные межэтнические взаимодействия или под натиском общей внешней угрозы (Лебедева, 2011).

Для Л.Н. Гумилева само понятие «этнос» представляло собой определенный коллектив людей, составляющих динамическую систему и противопоставляющих себя всем прочим аналогичным группам (свои и чужие). Такой коллектив имеет свою собственную внутреннюю структуру и особый стереотип поведения (Гумилев, 1993). Гумилев не был сторонником примордиализма, а предполагал, что этническая идентичность усваивается ребенком в процессе собственной культурной социализации, а поэтому является особо прочным и практически неизменяемым за всю жизнь человека конструктом.

Но важно понимать, что вся этническая структура опирается прежде всего на представления о малой родине, о характерных чертах той территории, на которой происходило расселение данного этноса. В связи с этим образуется особая сопряженность между национальными чувствами и эмоциональным восприятием своей родной земли и природы (Бромлей, 1983).

Таким образом, если говорить о понятии родины, то можно определить его как уже осознанную этническую и национальную принадлежность к своей группе. Но такая принадлежность несет в себе достаточно жесткое разделение для представителя группы на своих и чужих. И здесь очень важным фактором выступает характер отношения к собственной группе, от которого зависит способность воспринимать идеи других общностей.

Так, в исследовании Дж. Берри и М. Плизента, которое посвящено проблемам этнической толерантности, устанавливается связь между уверенностью в своей собственной позитивной групповой идентичности и уважением других групп. Такое уважение способствует готовности к обмену идеями между группами, установками или участием в совместной деятельности (Berry, Pleasants, 1984). В том числе отечественными исследователями также подтверждена связь между этнической идентичностью и этнической толерантностью, которая выявляется тесными корреляциями (Лебедева, 1997).

Несформированная позитивная идентичность способна сказываться и на психическом здоровье как отельного индивида, так и общества в целом. Исследования показывают, что внутренний конфликт с этничностью и культурой своей социальной группы может приводить к серьезным психическим заболеваниям (Taylor, 2002).

Поэтому важно понимать не только этнокультурные, но и национальные особенности своей социальной группы и признавать ее основные элементы. Национальная идентичность определяется национальной культурой и отличается от этнокультурной идентичности на базе различия нации и этноса. Для нации главной характерной особенностью становится территориальное, экономическое и языковое объединение людей, которое имеет единую социальную структуру и политическую организацию. Нация всегда связана с наличием государственной структуры и может включать в себя бесконечное количество этносов, но на базе общего политического единства (Грушевицкая, 2016).

Основная функция национальной культуры основана на ее скрепляющем свойстве, помогающем сохранять единое государственное

устройство, что требует продуманной и целенаправленной работы со стороны властных структур и политических элит. Поэтому здесь наиболее важными элементами выступают официально признанные символы государства, такие как государственный язык, общенациональные символы (гимн, флаг, герб, самоназвание), основная национальная идея, государственная правовая система, национальные традиции и праздники.

Если по отношению к этнической идентичности исследователи рассматривают и примордиалистский и конструктивистский подход, то для национальной идентичности все теории сходятся в конструктивистском русле, так как национальная идентичность определяется искусственно запускаемыми государством и национальной элитой процессами, связанными с доктриной национальной идеи (Копцева, Кистова, 2015). Процесс конструирования национальной идентичности связан как с опорой на реальные исторические события, так и на создание особых мифологизированных представлений о прошлом, настоящем и будущем. Здесь важно не просто осознание гражданином своей принадлежности к нации, но и признание ее значимости, исторических мифов и основных культурных героев (Инкижекова, 2017).

С такой характеристикой наиболее соотносится теория воображаемых сообществ Б. Андерсона, который отмечает: «Члены даже самой маленькой нации никогда не будут знать большинства своих собратьев по нации, встречаться с ними или даже слышать о них, в то время как в умах каждого их них живет образ их общности» (Андерсон, 2016, с. 31).

Но в условиях активных процессов глобализации важной становится проблема различения национальных общностей, возможностей определения основных компонентов национальной идентичности различных государств. Такие различия определяются особенностями национальной культуры каждой страны. И специально для решения этой важной проблемы Г. Хофстеде была разработана теория культурных измерений, предполагающая расчет параметров по пяти культурным индексам (впоследствии добавился еще один): индивидуализм,

дистанция власти, избегание неопределенности, маскулинность, долгосрочная ориентация и потворство желаниям (сдержанность). Данные измерения представляют собой биполярные конструкты, позволяющие сравнивать культурно-психологические особенности различных стран и цивилизаций, то есть, по сути, выявлять наиболее важные элементы их культурных идентичностей (Hofstede, 1997).

При сопоставлении данных культурных характеристик можно обнаружить, что по показателям индивидуализм и дистанция власти страны мира четко разделяются на две мегацивилизации Востока и Запада. Но особо следует отметить, что Россия располагается по данным показателям непосредственно посередине между ними, на некотором расстоянии и от скопления западных стран, и также от скопления восточных стран (Лебедева, 2011).

Как было показано ранее, в своих работах Хофстеде описал и собственную модель построения культуры. Данная модель представляет собой несколько концентрических окружностей, разрастающихся от центра до периферии. Ядро модели содержит в себе основные ценности определенной культуры, на основе этого ядра строятся и отталкиваются все остальные компоненты. Следующая окружность, наиболее близкая к ядру, представляет собой ритуалы, то есть те основные традиции, которые приняты в культуре. Следующий пояс связан с героями данной культуры, образы которых олицетворяют принятые ценности и ассоциируются с ними. И внешняя окружность состоит из основных символов культуры, куда могут входить и официальные символы государств, и те, с которыми ассоциируется определенная страна. При измерении каждого из этих компонентов можно достоверно проанализировать особенности культуры, измерить и качественно описать культурную, цивилизационную и национальную идентичность граждан в сравнении с другими странами.

Хофстеде также говорил о том, что показатель «культурная база страны» крайне стабилен, что позволяет определять и идентифицировать корпоративную культуру той или иной страны. И в целом здесь одним из основных показателей разделения различных культур выступает параметр избегания неопределенности. Для представителей

культур с высоким показателем избегания неопределенности характерно избегание всех ситуаций, которые носят неоднозначный характер. Они предпочитают работать в стабильных условиях долгое время, избегая непредсказуемого поведения (Корнилова, 2016).

Еще один подход к измерению культурных ценностей был предложен американским социологом Р. Инглхартом. Им были выделены два основных измерения культурных особенностей: традиционные/секулярно-рациональные ценности; ценности выживания/ценности самовыражения. Первое измерение во многом связано с процессом индустриализации, уровнем технологического развития. Второе измерение характеризуется появлением и ростом характеристик, характерных для постиндустриального общества (Inglehart, 1997).

Также интересна модель сравнения различных культур американского психолога Г. Триандиса, который предложил использовать понятие «культурный синдром». Культурный синдром можно определить как определенный ценностный набор, где сосредоточены все верования, установки, нормы и правила одной культуры, которые отличают ее от других культур (Triandis, 1994). Всего он выделил три таких культурных синдрома: простота — сложность, индивидуализм — коллективизм, открытость — закрытость.

Если в уже описанных подходах культура рассматривалась прежде всего через призму психологической переменной, то Ш. Шварц предложил подход, где культура представлялась как распределенные характерным образом среди индивидов ценности, которые внедряются посредством процессов прессинга и ожидания при решении определенных проблем. Для культуры характерна не локализация в конкретных умах ее культурных представителей, а возможность находиться вне всех индивидов (Schwartz, 2007). Теория культурных ценностных ориентаций Шварца была сосредоточена на трех основных биполярных измерениях культуры: принадлежность — автономия, иерархия — равноправие, мастерство — гармония.

Еще один подход предполагал рассматривать культурные измерения через ввод нового понятия. Таким понятием стали «социальные аксиомы», которые были предложены М. Бондом и К. Леунгом как

фундаментальный психологический конструкт. Социальные аксиомы можно представить, как «генерализированные верования о себе, социальной и физической среде, духовном мире, высказанных в форме утверждений об отношениях между реально существующими фактами и идеями» (Leung et al., 2002, с. 289). В итоге авторы данной концепции выделили пять таких измерений социальных аксиом:

1) социальный цинизм;
2) социальная сложность;
3) награда за усилие;
4) религиозность;
5) контроль судьбы.

Главная цель социальных аксиом состоит в том, чтобы помочь каждому гражданину адаптироваться к тем социальным условиям, которые наиболее приняты в его культуре, в его социальной общности. Такая адаптация позволит решать все возникающие проблемы на личностном уровне и не создавать проблемы когнитивного диссонанса.

В одном из наших ранних исследований (Матвеева и др., 2014) изучались представления респондентов из различных регионов России об образе страны в целом. Результаты показали, что самым значимым фактором при сравнении с образами других стран оказался параметр «благосостояние, авторитет». Респонденты особо выделяли и факторы духовности, нравственности и могущества страны. Если говорить о корреляциях между оценками различных культур, то наиболее значимая наблюдалась при соотнесении образа России и восточной цивилизации (Китая, Японии). А образ будущего России непосредственно связывался с интеграцией со странами восточной цивилизации и предполагал следование по их пути.

В итоге этнокультурную идентичность можно определить как сложную иерархически организованную систему, которая саморазвивается в процессе взаимодействия различных индивидов и формирование которой обусловлено прежде всего социокультурными условиями определенной общности. Данная идентичность проявляется через осознание каждым членом группы своей принадлежности к ней по тем или иным признакам (религиозным, этическим, гендерным,

культурным) и через переживание и в отношении к самой этой принадлежности (Зинченко, Шайгерова, 2016).

Многими исследователями выделяется одна из разновидностей этнической и национальной идентичности, которую обозначают как «региональная идентичность». Она напрямую соотносится с местом проживания индивида, с его малой родиной (Левочкина, 2016). Правда, данный термин не получил широкого распространения среди экспериментальных исследований в психологической науке.

При рассмотрении различных уровней идентичности необходимо учитывать такой важный компонент, как географическая среда обитания человека. С изменением данной среды может проявляться и культурная вариативность, изменяется система ценностей и смыслов. Географические особенности формируют разные типы культур. И особенно значимыми такие отличия становятся при восприятии членом определенной группы общности своей исторической судьбы со всеми ее представителями. Такое родство может выражаться в историческом, культурном прошлом, в особенностях поведения, языковых традициях и верованиях, в представлениях о герое и самых важных персоналиях данной культуры.

2.5.4. Региональная идентичность

Проблема развития идентичности выступает одной из важнейших психосоциальных задач, имеющих отношение к жизни на всем ее протяжении и оказывающих решающее значение на здоровье и благополучие каждого конкретного индивида (McAdams, McLean, 2013; Schwartz et al., 2013). Знание и понимание того, кто ты, является одним из самых фундаментальных компонентов человеческого бытия.

Подавляющее большинство исследований идентичности начинается с фиксирования кризиса идентичностей в современном мире. Так, Дж. Марсиа отмечает, что определение самого себя представляет трудный и долгий процесс на пути к достижению личностной и социальной идентификации. Он выделил статусы формирования идентичности в подростковом возрасте: предрешенность, диффузия, мораторий и достижение идентичности (Kroger, Marcia, 2011). Это трудный

и долгий процесс, на который особое влияние оказывает то место, где молодой человек в этот момент проживает и проживал всю свою сознательную жизнь.

Явление идентичности проявляет обе стороны явных дихотомий — оно является стабильным и подвижным, личным и социально-коллективными, сознательным и бессознательным, управляемым индивидуальными характеристиками индивида и обусловленным ситуативными влияниями (Vignoles, Schwartz, Luyckx, 2011).

Современные модели идентичности сталкиваются с проблемами преодоления таких дихотомий и помогают ответить на вопрос: как и почему развивается идентичность. Одна из таких моделей основана на предположениях о комплексных динамических системах (CDS в терминологии авторов), она обеспечивает согласованную теоретическую парадигму для концептуализации исследований интегративной природы идентичности и ее механизмов развития (Guastelo, Koopmans, Pincus, 2009; Kunnen, Van Geert, 2012).

Модель комплексной динамической системы представляет мультидисциплинарный подход изучения, который рассматривает различные явления (экономику, культуру, личность, эмоции, мотивацию) как сложные динамические системы: сети взаимозависимых элементов, непрерывное взаимодействие которых порождает поведение всей системы (Guastello, Leibovitch, 2009; Waldrop, 1992). В отличие от «простых» систем, которые содержат несколько элементов, соединенных линейным способом, связи между элементами данной «сложной» системы являются взаимными и взаимозависимыми, так что изменение любого одного элемента будет отражаться во всей системе. Взаимозависимость элементов в сложной динамической системе означает, что такие системы не могут быть сведены к их компонентам и должны изучаться как единое целое. Такая модель и была применена к изучению идентичности.

Следующая модель ролевого тождества динамических систем (DSMRI в терминологии авторов) основывается на подходе комплексных динамических систем для интеграции идей психосоциального общества (Erikson, 1968; Marcia, 1993), социально-психологического

и структурно-символического интеракционизма (Burke, Stets, 2009) и социально-культурных взглядов на идентичность (Penuel, Wertsch, 1995; Holland et al., 1998; Выготский, 1982). Данная модель стремится охватить целостное и богатое содержание, структуру и процесс формирования идентичности в социокультурных контекстах. Эта модель, в отличие от предыдущей, сводит на нет предположения об эргодичности системы, то есть что процессы внутри человека идентичны процессам между людьми (Hamaker, 2012). Своей единицей анализа она избирает социальную ролевую идентичность субъекта, которая отражает значение принятия определенной социальной позиции в существующем социокультурном контексте (Holland, Lachicotte, 2007).

Модель ролевого тождества динамических систем позволяет концептуализировать феномен идентичности, рассматривая его в рамках одновременного проявления различных дихотомий: стабильности и изменения, личностной индивидуальности и социокультурных механизмов, сознательных и скрытых влияний его индивидуальных черт (Kaplan, Garner, 2017). К этим характеристикам следует добавить и показатель пространства, чувства места и региональной идентичности.

Социально-конструктивистская теория пространственной идентичности проливает свет на субъективное восприятие индивидами географического пространства, предоставляя ценную информацию для изучения различных дисциплин, таких как география, социология, психология, экология, государственное управление и т. д. (Haartsen et al., 2000).

У большинства государств есть чувство принадлежности к определенному региону и пространственному местоположению. Это явление не только материально или соотнесено с определенным географическим пространством, но и выражается через отношение национальной идентичности с процессом идентификации и дифференциации от соседних государств. Данные процессы формируют особые представления государств о том, что они являются частью своего региона и в то же время дистанцируются от других. В каждом случае данные процессы также включают в себя ожидания от других стран, которые определяют данное государство как представителя своего региона

или, наоборот, не воспринимают его своим, входящим в их региональное сообщество. В этой региональной динамике некоторые государства оказываются неподходящими в пределах регионального местоположения, или, как принято в зарубежной практике называть этот феномен, misplaced (Aslam et al., 2020).

Если региональная идентичность во многом служит основанием для эффективного усвоения национальных ценностей, традиций, культурных особенностей и поведенческих установок, то национальная идентичность обеспечивает возможность выражения региональной специфики (Ширманов, 2015).

В такое соотнесение территориальных идентичностей необходимо включить и этническую идентичность. Вместе они представляют собой важный показатель общественных процессов, происходящих на определенной территории. Если национальная идентичность главенствует над остальными, то в таком случае в обществе наблюдаются стабильность и социальное благополучие. При доминировании региональной или этнической идентичности может развиваться кризис, как социальный и экономический, так и внутренний кризис идентичностей, который может привести к тяжелым последствиям для всей общности (Зелетдинова и др., 2020). Но даже при главенстве национальной идентичности в каждом регионе происходит борьба между двумя другими элементами идентичности — этнической и региональной. На основе их конкуренции и формируются особые социальные отношения и культурные представления, определяющие всю специфику каждого конкретного региона.

Здесь важно отметить и в целом процесс глобализации как особую форму интенсификации экономических, политических, социальных и культурных отношений посредством преодоления экономических, географических и культурных границ, в то время как регионализация обозначается ростом социальной интеграции внутри границ данного региона (Kacowicz, 1999). Регион создается в процессе осознания людьми места своей идентичности, которое отличает его от других.

Активное формирование региональной идентичности индивида происходит примерно параллельно с общим развитием социаль-

ной и гражданской идентичности. Но в отличие от стадий ее развития проблема региональной идентичности недостаточно освещается в психологии и педагогике, в основном развивая свои подходы в рамках географии, социологии и политологии (Головнева, 2013). Междисциплинарность специфики изучения данной темы, с одной стороны, усложняет процесс ее изучения, но с другой — дает возможность исследователю изучить данный феномен с совершенно разных позиций и создать единую теорию и эмпирическую базу исследований данного процесса под руководством методов и методик именно психологической науки.

В подтверждение того, что проблема изучения идентичности носит междисциплинарный характер, можно привести мнение двух известных нейробиологов Ф. Варелы и У. Матураны. Они определили следующее: возможно, «сущность жизни заключается в способности живой системы поддерживать свою идентичность» (Князева, 2013, с. 380).

В рамках эмпирических исследований идентичности чаще всего подвергаются изучению процессы ее развития (как люди развивают свою идентичность), а изучению самой структуры и содержания идентичности уделяется мало внимания (Archer, 1985; Frisén, Wängqvist, 2011; McLean et al., 2016).

Таким образом, некоторые исследователи стараются не просто описать процесс развития идентичности, а обратиться к описанию именно ее содержания, общей структуры (Galliher et al., 2017). Они выделяют четыре уровня анализа содержания идентичности. На самом широком уровне находится индивидуальная идентичность, которая содержит исторический, культурный и политический контексты. На втором уровне располагаются социальные роли как уникальный и центральный контекст для развития идентичности. На третьем уровне находится область индивидуального контента идентичности, где создается особое ощущение себя, в котором различные аспекты субъективно воспринимаются как единое целое. И самый узкий уровень определяется на этапе повседневных взаимодействий, на «микроуровне» идентичности.

В исследовании Ипа, Ситона и Селлерса (2006), как раз предпринималась попытка изучения процесса идентичности со специфическими аспектами его содержания. Авторы исследования оценили статус этнической идентичности у афроамериканских подростков и молодых людей в отношении содержания этнической идентичности. Те участники исследования, которые обладали высокими знаниями и добились успеха в своей профессиональной деятельности, сообщали о самых высоких уровнях расовой центральности и наиболее позитивно относились к своему афроамериканскому наследию. А респонденты с низким уровнем образования сообщали о самых низких баллах как по расовой важности, так и по позитивности в отношении к своей расе.

Всегда необходимо учитывать тот факт, что в процессе социализации происходит бесконечное обновление знаний, которое непосредственно связано с конструктом коллективной идентичности. То есть происходит постоянная концептуализация культурных представлений, и поэтому очень важно понимать и «читать» данные культурные символы в рамках одной социальной группы (Legro, 2000). Те факторы, которые определяют интересы индивидов, их мотивы, идеи и идентичности членов группы, конструируются не внешними ценностями, а, скорее, при помощи внутренних гибких конструкций, которые приспосабливаются к действиям других и меняются в зависимости от культурного контекста (Björn, Söderbaum, 2000).

Социальная идентичность представляет собой способность человека определять себя в терминах «мы» вместо «я», позволяя людям мыслить и действовать как одно единое целое, учитывая личную недостаточность оценки и менее эффективное реагирование на сложные ситуации (Fritsche et al., 2018).

Негативная идентификация по отношению к чужой группе является одним из главных факторов региональной, национальной, этнической и цивилизационной идентичности. Принижение достоинств других групп повышает самооценку и самодостаточность личности индивида, мотивирует его на достижение и успех. Каждый индивид не может быть представителем нескольких социальных групп одного

уровня, потому что каждая группа в какой-то мере противопоставляется всем остальным и враждует с ними.

Многие исследования подтверждают тот факт, что именно эмоциональная связь с территорией, на которой человек проживает, остается значимой для него на протяжении всей жизни. Даже современная повышенная мобильность людей с возможностью быстро перемещаться в любую точку мира не редуцирует того сильного влияния на развитие идентичности граждан, которое оказывает место проживания (Schubach, Zimmermann, Noack, 2016).

Лоу и Альтман (1992) определили в своем исследовании, что аффективные связи людей с местами позволяют достигать чувства удовлетворения, поскольку «места позволяют контролировать, стимулировать творчество и предоставлять возможности для неприкосновенности частной жизни, безопасности и спокойствия» (Chow, Healey, 2008).

Информация о любом индивиде складывается во многом изначально из того, как он выглядит, как он говорит и ведет себя. И такое впечатление часто совпадает с предположением о том, откуда он, из какого места. Это связано и с расовыми физиологическими особенностями, с видами диалектов и т. д. Значит, каждый человек осознает, что другой индивид представляет собой не просто физическое существо, но в основном формируется социальными, культурными, экологическими отношениями между представителями различных групп. Такой процесс, с помощью которого индивиды судят о других представителях группы, является выражением социальных и культурных отношений. Влияние, которое место оказывает на личность индивида, является одним из этих отношений, и оно составляет часть самости личности (Basso, 1996, с. 146).

Современные политические элиты используют символы, язык, традиции, все общественное пространство памяти для формирования национальной идентичности, так как это представляет собой мощный ресурс для дальнейших модернизаций и развития, причем особую роль в этом процессе играет именно региональная идентичность. Она фиксирует в себе местные сообщества, которые принад-

лежат к единым географическим пространствам, и дает возможность обозначить эти границы между ними (Назукина, 2009).

В связи с этим очень важно понимать саму специфику региона, значения, которые вкладываются в его определение как в понятийном плане, так и в плане смыслового наполнения. Понятие «регион» можно в общем определить с помощью обозначения его как когнитивного и географического пространства, к которому физически принадлежит страна или конкретное место.

Концепция регионов часто социально конструируется с помощью таких факторов, как физическая территориальная близость, культурная близость, общие социальные ценности и сфера влияния, создаваемая определенной политической властью (Wehner 2015; Koga, 2017).

Но здесь существует проблема в самом использовании терминов «региональная идентичность» и «идентичность места». Такое различие и путаница с представленными понятиями в чем-то похожи на созвучие категорий «картина мира» и «образ мира», анализ которых был представлен в первой части данной главы. В географических науках под регионом обычно рассматривается более крупная пространственная единица, чем просто место (Entrikin, 1991). Но в то же время многие исследователи определяют понятие «регион» как конкретный участок территории, исторически обусловленный определенными социальными процессами, происходящими в различных пространственных масштабах (Paasi, 2004). К месту же применяются более гибкие концептуализации, которые никак не связаны с его масштабом. Такое различное понимание идентичности места и региональной идентичности затрудняет накопление знаний в этой области (Lewicka, 2011).

«Региональная идентичность» и «географический образ» во многом схожие понятия. Региональная идентичность позволяет обнаружить особые связи, которые объединяют местные сообщества и местных жителей, показывает процессы самоидентификации, «…в которых образ региона можно представить как образы людей, населяющих и осваивающих эту территорию» (Замятин, Замятина, Митин, 2008). Здесь особенно подчеркивается внимание к географическому пространству,

которое выступает реальным эквивалентом различным социальным и культурным отношениям.

Региональная идентичность представляет собой особый географический образ, которым жители владеют в месте своего проживания. Но идентичность места может играть как положительную, так и отрицательную роль в региональном развитии. Роль идентичности места как инструмента, способствующего региональному сотрудничеству и развитию региональной интеграции, отмечается как в регионах Европы, так и в Восточной Азии (Terada, 2003).

Л.Э. Старостова выделяет три набора факторов, которые оказывают влияние на формирование региональной идентичности: стабильные факторы (климат, местоположение, история), изменчивые факторы (размер и состав населения, внешний облик) и символические факторы (символика, политический климат, знаковые события и личности) (Старостова, 2015).

Также исследования подтверждают личностную связь территории проживания с психологическим благополучием индивида (Максимова и др., 2019). Регион проживания сильно влияет на развитие идентичности многих молодых людей. Когда происходит нарушение личностного взаимодействия с внешним окружающим миром, то происходит деформация личности. Поэтому именно положительная региональная идентичность, то есть положительное отношение к собственному региону, способствует адекватному развитию индивида.

В этом же русле можно понимать региональную идентичность как некую личностную связь жителя региона с территорией, на которой он проживает. Носитель такой региональной идентичности конструирует для себя образ своего региона, который он соотносит со своим внутренним миром и ценностными ожиданиями.

Изучение региональной идентичности охватывает весь спектр гуманитарных наук: социологии, политологии, географии, культурологии и социальной психологии. Хотя есть брать психологию в целом, то данный феномен недостаточно ею изучен и редко становится главным проблемным вопросом в современных исследованиях. Возможно, это связано со сложностью изучения данного фе-

номена и не выработанной конкретной стратегией взаимодействия с другими науками, которые уже давно разрабатывают свои подходы в ее изучении.

Термин региональной идентичности изначально был введен Г. Прошански, который определил его как «те измерения самости, которые определяют личную идентичность человека по отношению к физической среде, посредством сложного паттерна сознательных и бессознательных идей, чувств, ценностей, целей, предпочтений, навыков и поведенческих тенденций, относящихся к конкретной среде» (Proshansky, 1978, с. 155).

Другое объяснение региональной идентичности дал финский исследователь А. Пааси (Paasi, 1986). Он полагал, что было бы полезно аналитически различать два аспекта идентичности места, а именно: идентичность самого места как некоторую субъективную социальную конструкцию, основанную на объективных физических условиях, и идентичность места, которая определяет индивидуальные личностные качества людей, проживающих на данной территории. Первое относится к тем характеристикам природы, культуры и людей, которые используются в дискурсах для классификации в науке, политике, региональном маркетинге, чтобы отличать одно место от другого. Второй же аспект связан с конкретной идентификацией лиц, проживающих в этом месте.

Место идентичности — это не просто некоторое пространственное измерение, оно утверждается как социальная конструкция, основанная на физической реальности и содержащая объективные компоненты собственной географической реальности и определенные качества проживающих на ней людей. Все это является частью как идентичности места, так и идентичности людей, проживающих в этом месте.

Проблема изучения феномена региональной идентичности связана с тем, что в отличие от пола, расы или национальности, которые составляют одну категорию идентичности, место содержит символы многих различных социальных категорий и личных значений, которые представляют идентичность на разных уровнях и в разных измерениях (Hauge, 2007). Другими словами, место является компонентом

различных категорий субидентификации, что затрудняет использование термина «идентичность места».

В дальнейшем Пааси попытался соединить два этих аспекта в одном понятии «субъективная идентичность региона», которое обозначает представления людей, живущих в данном регионе и за его пределами, обозначающие специфику определенного регионального сознания (Paasi, 2002).

Региональная идентичность в географических науках представляется как особая совокупность выраженных в пространстве социокультурных отношений, которые тесно связаны с понятием малой родины (Крылов, 2007). Она представляет собой выражение особых мыслей и чувств субъекта по отношению к родному региону индивида, которые и формируют его территориальную принадлежность.

Региональная идентичность прежде всего должна обладать общей внутригрупповой идентичностью или так называемым чувством самости, переопределяя границы «я» и «других» (Wendt, 1999). Для государств развитие региональной идентичности или общего чувства принадлежности является важной частью институционализации и самоопределения себя как единого общества (Hook et al., 1999).

Пааси также предлагал особо подумать об институционализации регионов, чтобы связать данный феномен с их идентичностью. Он утверждает, что динамика институционализации включает несколько одновременно развивающихся процессов. Первый процесс связан с территориальной формой региона, то есть его границами, которые возникают в результате различных социальных практик и «отличают регион и дискурсы идентичности от других регионов» (Paasi, 2002, с. 140). Второй процесс включает в себя символическую форму, которая проявляется в таких практиках, как экономика, культура, СМИ и государственное управление, в соответствии с которыми создаются описания идентичности. К ним относятся название региона и другие культурные символы. Третий процесс относится к учреждениям, социальным институтам, которые необходимы для поддержания территориальных и символических форм. Такие учреждения создают дихотомию повествования «мы» против «них».

Как утверждают некоторые исследователи (Linus, Gustafsson, 2015, 10): «Таким образом, региональная идентичность создается посредством формирования эмоциональной преданности, которая заставляет нас чувствовать, что мы принадлежим к определенной территории». Когда кто-то отождествляет себя с определенным объектом, он чувствует себя частью какого-то конкретного коллектива. Отсюда следует, что без эмоциональной привязанности личности трудно построить любую социальную общность, в том числе региональную.

Региональную идентичность следует понимать прежде всего как динамический процесс (Haartsen et al., 2000). Формирование региональной идентичности представляет собой процесс создания и определения территориальных границ, символики и институтов. Представления об идентичности места связывают между собой воспоминания о прошлом, образы настоящего и часто утопии будущего.

Некоторые исследования предполагают особую связь, что идентификация людей с определенным местом может быть отражена в конкретных идентичностях, которые они приписывают этому месту и впоследствии включаются в их собственные идентичности (Rijnks, Strijker, 2013).

Часто региональную идентичность связывают с субъективным чувством отождествления себя с домом, соседством или определенным пространством (Twigger-Ross et al., 2003; White et al., 2008). С другой стороны, наряду с региональной идентичностью существует ряд других конструкций, которые определяют отношения людей с местами: привязанность к месту (Giuliani, Feldman, 1993), чувство места (Lalli, 1992) и т. д.

В исследованиях западных ученых при описании эмоционально-личностной связи человека с местом своего проживания можно встретить использование терминов place attachment («привязанность к месту»), sense of place («чувство места»), place identity («идентификация с местом»). В одних исследованиях понятие sense of place рассматривается как привязанность к месту, заключающаяся в эмоциональном взаимодействии с местом, зависимость от места. Она описывается как особого рода волевой процесс, определяющий по-

ступки и действия человека по отношению к месту, и идентификация с этим местом. В других же исследованиях феномен чувства места изучается во взаимосвязи биофизического, социального и культурного аспектов.

Так, исследование sense of place позволяет понять мотивы регионально-ориентированного поведения жителей определенной территории, их готовность к защите и развитию данной местности от внешних акторов (Cary, 2013). Французские исследователи рассматривают sense of place как личностное отношение индивида к территории через измерения физического, социального и культурного пространства (Charton-Vachet, Lombart, 2015).

Региональная идентичность включает в себя не только материальную основу, но и ментальную сферу (Knapp, 2006). Место идентичности формируется после того, как оно достигло установленного статуса как в пространственной структуре общества, так и в его общественном сознании. С этой точки зрения Пааси утверждал, что субъективные образы и объективные классификации являются двумя подкатегориями идентичности места (Paasi, 1986).

М. Китинг говорит о том, что региональная идентичность и ее связь с политическими действиями определяются тремя важными элементами. Первый из них включает в себя когнитивное осознание: «люди должны просто знать свой регион и его границы, чтобы отличать его от других регионов» (Keating, 1998, p. 86). Второй аспект можно обозначить как аффективный: «как люди относятся к региону и в какой степени он обеспечивает основу для общей идентичности в сочетании с классовой или национальной идентичностью» (там же). Наконец, третий элемент представляет собой инструментальную ориентацию, которая включает в себя степень того, как данный регион выступает в качестве основы для мобилизации и общих коллективных представлений для достижения социальных, экономических и политических целей. Однако недостающим звеном остаются личные и коллективные аспекты идентичности, с одной стороны, и история региона, а также личная история людей, которая всегда уникальна для каждого отдельного человека — с другой.

Благодаря взаимодействию людей с определенной территорией это место влияет на коллективную и индивидуальную идентичность человека, во многом определяя и образуя ее. Между тем сами люди воспринимают и конструируют идентичность места. Самобытность места не только отражается в сознании людей, но и образуется из физического, символического, институционального и других компонентов этого места (Raagmaa, 2002).

Любые изменения в этих компонентах, вызванные либо внешними силами (например, стихийными бедствиями, пространственным планированием, глобализацией) или внутренним ростом (например, региональным развитием), будут влиять на идентичность самого места и идентичность жителей, связанных с этим местом (Ramos et al., 2016).

B. Hernández с соавторами рассматривали региональную идентичность и привязанность к месту как различные конструкции. В своем исследовании они указывали на то, что привязанность к месту развивается раньше, чем идентичность места. Что не всегда привязанность к определенному месту соответствует идентификации с ним: «привязанность к месту — это аффективно-эмоциональная связь с местом проживания, тогда как идентичность места — это когнитивный механизм, компонент самооценки и/или личной идентичности по отношению к месту, к которому индивид принадлежит» (Hernández et al., 2010).

Также стоит учитывать тот факт, что люди совершенно по-разному могут воспринимать и различать места. Они по-разному воспринимают идентичности мест и дифференцируют их, опираясь на разные элементы, такие как физические особенности, культурные атрибуты, исторические ассоциации, свой личный социальный опыт (Peterson, 1988). Представление людей о месте не должно быть упущено из виду для понимания идентичности этого места.

О.Я. Киричек в похожем русле определяет региональную идентичность как определенный аспект социальной идентичности, который соединяет в себе когнитивные и эмоциональные представления и переживания индивида с регионом и той общностью, которая там про-

живает (Киричек, 2011). То есть существует непосредственная психологическая связь между индивидом и территорией проживания.

Люди не всегда осознают свою региональную идентичность в месте своего проживания, пока она не окажется под угрозой внешних акторов (Proshansky, 1976). В одном из исследований изучались местные жители, которые перенесли на себе последствия мощного урагана (Hull et al., 1994). И результаты такого исследования показали, что значения и ценности, обозначенные символами места, играют важную роль в формировании его идентичности.

Исследования показывают, что воспринимаемые гражданами символы региональной идентичности часто отличаются от тех представлений, которые создаются СМИ и региональными властями (Vainikka, 2012). В работе Haartsen с соавторами (Haartsen et al., 2003) была предложена методика оценки сельской местности для жителей разных возрастных групп в Нидерландах. В итоге было выделено три категории ответов: 1) социально-экономическая функциональная база имиджа («как работают сельские районы»); 2) визуально-образная база имиджа («как выглядят сельские районы»); 3) основа социокультурного имиджа («что такое сельская местность»). И результаты для местных жителей старшего возраста соотносились в основном с третьей категорией, тогда как СМИ в основном работают с категориями первой и второй группы.

Идентичность людей, связанная с определенным местом, представляет собой сильные эмоциональные связи индивидов с конкретными территориями (Melnychuk, Gnatiuk, 2018). Такая связь влияет на картину мира конкретного индивида и все его представления. Так выделяется пять основных функций, связанных с идентичностью места: распознавание, значение, экспрессивное требование, опосредованное изменение и функция тревоги и защиты (Proshansky, 1983).

Функция распознавания подразумевает, что люди могут адаптироваться и получать удовлетворение от тех условий, в которых они находятся большую часть времени. Функция значения предполагает, что идентичность места является источником для нахождения новых личностных значений. Функция экспрессивного требования представляет собой совокупность познаний, которые выражают вкусы

и предпочтения человека, связанные с определенным пространством и местом. Функция опосредованного изменения указывает на те изменения в личности человека, которые обусловлены характеристиками его физического окружения. Функция тревоги и защиты позволяет сигнализировать об угрозе или опасности в определенных физических условиях.

Региональную идентичность можно определить как особый ментальный продукт взаимодействия общества с физическим и социальным пространством и в то же время ментальное отражение пространства в сознании и памяти индивидов. Позитивная региональная идентичность представляет собой важный ресурс для регионального развития, творческой самореализации и формирования успешного имиджа самого региона (Raagmaa, 2002).

С одной стороны, установленная идентичность места, разделяемая проживающей в этом месте социальной группой, формирует структуры ожиданий, которые можно использовать в качестве коллективной мобилизующей силы (Terluin, 2003; Knapp, 2006). С другой стороны, рассуждения о региональной идентичности, которые отражают интересы и ожидания социальных субъектов, могут создавать реальность, которую они описывают, и генерировать действия, когда реальность принимается общественностью.

Для этого важно выяснить, что и как люди думают о месте, где они живут, или о том, что им небезразлично. Восприятие человеком собственной территории происходит от прямого или косвенного контакта с этим местом. Индивиды приписывают данному месту особые представления, которые основаны не только на объективных физических особенностях, но и на менее ощутимых значениях, воспоминаниях и информации из прошлого и будущего (Peng, Strijker, Wu, 2020).

Необходимо отметить, что люди, живущие за пределами региона, не могут адекватно сформировать его имидж, понять для себя лично его региональную идентичность, так как нужен постоянный внутренний контакт с этим местом. Внутренние мысли людей, которые раскрывают их связи с местом, составляют часть их личной самоидентификации, отпечатанной этим местом.

Е.В. Головнева на основе теоретического анализа работ Пааси выделяет четыре структурных компонента региональной идентичности (Головнева, 2013):

1) когнитивный компонент (совокупность знаний индивида о своем регионе, на основе которого образуется имидж региона);
2) ценностный компонент (значимые события и личности);
3) эмоциональный компонент (чувство места: родина, родительский дом);
4) регулятивный компонент (конкретные социальные праздники, местные ритуалы).

Отечественными учеными также выделяются уровни региональной идентичности в зависимости от масштаба территории (Денисова, Клименко, 2013). Таким образом, обосновывается наличие трех таких уровней:

1) микроуровень — поселенческий, который определяет повседневные социальные практики;
2) мезоуровень — субрегиональный, связанный с конкретным административно-территориальным образованием;
3) макроуровень — макрорегиональный, соотнесенный со значительной территорией, которая имеет единый историко-культурный опыт, отстраненный от повседневных практик.

При описании региональной идентичности современной России исследователями выделяются макрорегионы как элементы ее первого уровня. Они имеют довольно богатую историю своего формирования и функционирования, общепризнаны в политических кругах и местными жителями и состояли в структуре советских экономических районов, то есть имеют соответствующий культурно-исторический смысл. Такими макрорегионами для России выделяются следующие: Центр, Север, Юг, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток (и, возможно, Черноземье) (Туровский, 2003).

Для России особенно часто региональная идентичность определяется через соотнесение личности индивида с социальной общностью конкретной административно-территориальной единицы в виде субъекта Российской Федерации. Именно официальное наименова-

ние субъекта напрямую соотносится как научным сообществом, так и простыми жителями с понятием региона и его региональной спецификой. Если для национальной идентичности основанием выступает сопричастность к стране как к особому экономическому, социальному и политическому образованию, то региональная идентичность связана с конкретными особенностями расположения субъекта Российской Федерации, который имеет свои отличительные черты (Дробижева, 2017).

Региональная идентичность несет в себе мысли и чувства индивида относительно своего собственного региона, которые формируют его территориальную принадлежность (Бредихин, 2015).

Достижение наивысшего уровня идентификации индивида с социумом может быть реализовано в феномене патриотизма. Так, В.Е. Семенов отмечает, что «идентичность, прежде всего в своей национально-гражданской ипостаси, связана с феноменом патриотизма» и «патриотизм выступает как ценностно-ментальная идентичность» (Семенов, 2017, с. 117).

Патриотизм представляет собой сложный конструкт, который включает в себя чувство любви к родине, при этом готовность приносить свои личные интересы в жертву общественным, и особого рода поведение, которое связано с идентификацией своей страны, своего региона, его историей и местными жителями (Юревич, Журавлев, 2016).

В итоге можно говорить о том, что большинством ученых выделяются три основных подхода к рассмотрению региональной идентичности: когнитивный, эмоциональный, инструментальный.

В общем и целом можно говорить о выделении также трех подходов к изучению роли региональной идентичности в формировании картины мира современного человека (Fresque-Baxter, Armitage, 2012). Когнитивно-поведенческий подход исследует, как место идентичности влияет на принятие индивидуальных решений: от восприятия риска до намерения к действию. Второй подход связан со здоровьем и психическим благополучием, который подчеркивает важность идентичности места в эмоциональном, умственном и духовном благо-

получении здоровья каждого индивида. Последний подход коллективных действий исследует роль идентичности места в формировании ценностей на коллективном уровне и возможностей для реализации коллективных действий.

Исследования, связанные с российской региональной идентичностью, показывают значимые различия на региональном уровне. Согласно концепции «четырех Россий» экономического географа и специалиста в области социально-экономического развития регионов Н.В. Зубаревич, культурные различия внутри регионов России выражены сильнее, нежели различия между Россией и ее западными и восточными соседями (Зубаревич, 2010).

Наряду с этим современные исследования демонстрируют, что внутрикультурные различия в ценностях и поведенческих стратегиях в разных регионах России гораздо более выражены, чем межкультурные различия различных государств (Вахштайн, 2016).

Все это делает актуальной проблему изучения региональной идентичности в России, так как образ страны напрямую связан как с образами отдельных регионов, так и с дифференцированным отношением граждан к этому образу, который зависит от места проживания каждого индивида.

РАЗДЕЛ 2

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Глава 3. Образ России в информационном пространстве

3.1. Базовые основания для трансляции медиаобраза России

Понятие «медиаобраз страны» используется в журналистской практике для обозначения образа страны, создаваемого СМИ. Образ России в узком смысле — фрагмент образа социального мира в медиапространстве (Богдан, Вартанова, Свитич, 2000). Журналисты отображают конкретные ситуации текущей действительности, в описании которых воссоздаются черты медиаобраза России, воздействующие на целостный образ страны. Когда в результате конфликта или трагедии разрушаются социальные связи, происходит мобилизация общественного сознания, человеческое восприятие обостряется, начинает активно воссоздавать образ мира с помощью подбора слов, перекомбинации их значений, иной интерпретации действительности (ментальной реконструкции мира). Интерпретация как способ ориентирования в моменты кризисных ситуаций дает возможность не утратить смысл происходящего, не потерять себя, свое место в мире, а значит, способствует самоидентификации человека. Объективная потребность в сплочении страны в условиях угрозы ее благополучию возрастает. Деятельность СМИ, направленная на консолидацию населения, представляет собой важнейший из ресурсов общества.

Медиаобраз России есть отражение объективной действительности через авторскую позицию, что определяет его структуру. Выделя-

ют два ряда элементов: в которых представлены фрагменты реальности; в которых выражены мировоззрение, ценностные ориентации, политические предпочтения, психологические качества журналиста.

Можно выделить три аспекта медиаобраза России:

1) историко-природный аспект образа России включает в себя представления о пространстве (территория, климат, природные признаки российской действительности) и времени (прошлое, настоящее, будущее страны);
2) культурно-ценностный, лингвистический аспекты образа включает представления об особенностях языка, психологии, культуры, религиозных и этнических воззрений, о достижениях науки и искусства;
3) социально-этический аспект складывается из представлений об особенностях государственного устройства, общественно-политических структур, экономической (финансовой) составляющей российского развития, социально-классовой организации общества, правовой системы, морально-этических норм, а также особенностях национальной кухни, семейного уклада и образования.

Журналисты, как представители четвертой власти, в определенной степени ответственны за идеологию цифрового контента. Если ТВ и Интернет — арена гладиаторских боев разного характера, начиная с политических рингов В. Соловьева и кончая шоу с символическим названием «Игры со звездами», то тогда работники информационной сферы ставят себя на место режиссеров и организаторов гладиаторских боев, а зрителя и читателя — на положение раба низменных инстинктов, связанных с культом тела, силы и чувственных удовольствий. Обращение к высшим психическим функциям и потребностям человека через интерес к смыслу существования во времени, через развивающий и обучающий дискурс позволит построить диалогическое информационное пространство, а журналисту, политологу или социологу, работающему в медиасфере, почувствовать себя реальным представителем четвертой власти, экспертом, пророком, аналитиком, консультантом. В этой связи большой интерес представляет

образ России, который создается в СМИ и на основе которого происходит принятие решений об информационной политике.

Особенность настоящего времени может быть выражена через метафору «информационная война» (или «информационное противостояние»), в которой картина мира индивидуальных и коллективных субъектов является главной мишенью (Панарин Н.Н., 2000; Костин Н.А., 1996; Кашлев Ю.Б., 2007). Согласно Д. Мерсеру (1996), для формирования полноценного социального представления о государстве, позволяющего прогнозировать его поведение как субъекта на международной арене, необходима особая форма каузальной атрибуции, а именно — «диспозиционная» атрибуция, которая дает возможность объяснить поведение людей в различных ситуациях через приписывание им причин и мотивов этого поведения.

Западные страны, в соответствии с газетой «The Financial Times», видят Россию страной с авторитарной внешней политикой, у которой нет шансов исправить демографическую ситуацию («United Press International»), и ожидают скорого распада России. Однако они заявляют, что самый главный враг России не ее внутренние или внешние противники, а пессимизм относительного собственного будущего.

С другой стороны, образ России в современных отечественных СМИ — это образ страны, пережившей в 90-е годы, в период либеральных реформ, некую катастрофу — историческую, политическую, социальную, экономическую, гуманитарную. Но эта страна, вопреки всем невыносимым тяготам, в конечном счете движется вперед, пытаясь задействовать то немногое позитивное, ради чего вся эта катастрофа совершалась. Это образ страны, имеющей великую историю, легендарное прошлое, бесценный клад позитивных традиций и ценностей. А потому Россия может претендовать на развитие своего собственного, не копирующего западный самобытного образа.

Общее впечатление об атмосфере сегодняшней России со стороны российских СМИ также противоречиво. Такая неоднозначность впечатлений, сформированных СМИ, свидетельствует об объективности освещения событий, об открытости информации, что немаловажно для доверия зрителя и читателя. Полемические программы и дискус-

сии по темам социальных и экономических преобразований способствуют более активному включению граждан в решение задач, стоящих перед обществом. Уровень социального и гражданского развития общества становится более высоким.

Что касается отражения личной перспективы развития в России, то можно отметить большое количество картин счастья, представленных в рекламе. Также СМИ активно поддерживают идею о возможности и реальности достижения эстрадного, экономического, профессионального и прочего успеха в стране.

Наши предыдущие исследования (2002, 2010) показывают, что при построении картины мира современный человек во многом опирается на символическую реальность, создаваемую в обществе при помощи СМИ. В результате происходит смешение знакового и символического уровней отражения реальностей. Поэтому при построении нового образа России важно выявить основные несущие конструкции этого образа в картине мира человека. Основываясь на работах по культурной антропологии, политологии и этнопсихологии, мы выделили в структуре образа России следующие составляющие (схема 1): представления о жизненном пространстве; представления о времени; образ себя через харизматических личностей (харизма лидера, героя, «звезды») и образа другого (друг — враг); представления об информационном пространстве и представления о духовном мире.

Взаимодействие этих составляющих дает нам чувство безопасности или опасности окружающего мира, оптимизма или пессимизма, самоуважения или неприятия себя; восприятие других, непохожих людей, враждебными или дружественными, ощущение комфорта во времени или дискомфорта, проявляющегося в спешке, дефиците времени или в ощущении потерянности в нем. Именно эти состояния являются сценарной основой современных художественных фильмов в России, драматических спектаклей, телевизионных и радиопередач.

Наиболее характерными базовыми сценариями представления этнокультурной идентичности нации являются способы выражения чувств, мыслей, игры и воли, а также категория ментальных программ Т. Хофстеде: особенности проявления в том или ином народе дис-

танции власти, отношения коллективизм — индивидуализм, образы маскулинности — феминности и способы избегания неопределенности (схема 1).



Схема 1. Культурные сценарии построения образа России в СМИ

Базовыми сценариями, воздействующими на стереотипы и представления о стране, являются следующие культурные сценарии:

Культурные сценарии

выражения чувств;
мышления;
игры;
проявления воли

Основными категориями этнокультурной идентичности, позволяющими воспринимать страну как отдельного субъекта международного информационного пространства, являются:

Категории этнокультурной идентичности

дистанция власти;
индивидуализм — коллективизм;
маскулинность — феминность;
избегание неопределенности

Логика развития СМИ сделала визуальную коммуникацию в качестве ведущей коммуникации как в межличностном, так и международном пространстве, а также значительно повысила степень мифологичности сознания.

3.2. Динамика характеристик и ценностей русского народа в телеконтенте

Журналистика, медиа, будучи мощным информационным фактором воздействия на общество (в том числе на молодежь), могут влиять как позитивно, так и негативно, деструктивно на него. Естественно, что проблема ценностей обостряется во время социальных потрясений и кризисов, переходного, неравновесного, хаотического, катастрофического состояния социума, когда преобладают разрушительные процессы, девальвируются нравственные ценности и человечество или страна стоит перед выбором значимой социокультурной модели.

В России процесс разрушения традиционных ценностей начался в 1990-е годы в связи с переменами в политическом строе, образе жизни россиян, культуре и СМИ. Исследование практики современной журналистики и результаты наших социологических исследований показывают, что СМИ, особенно телевидению, свойственен ценностный дуализм, который порой можно назвать ценностной неразборчивостью. Вместо взаимного уважения нередко пропагандируют агрессию и ненависть, вместо нравственных отношений — безнрав-

ственность, вместо гармонии духовных и материальных потребностей — безудержное восхваление потребительства, свободных сексуальных отношений и т. п.

К счастью, мы прошли период полной анархии, Россия возвращается к своим исконным ценностям. А корневые общенациональные ценности формировались веками и составляют становой хребет, ось, которая держит и сохраняет любую страну. Носителем базовых черт нации, ее ценностей является народ (от слав. *род),* связанная одинаковым происхождением и языком культурно-историческая общность людей, обычно проживающая на одной территории, население страны, часто связанное общим духовным состоянием, иногда говорят «ментальностью». Это общее народное, национальное чувство бывает так сильно, что даже в другой языковой и культурной, духовной среде человек чувствует себя представителем своего народа.

Безусловно, колоссальную роль в интеграционных процессах играют средства массовой информации как самые адекватные этим процессам. Адекватность эта проявляется во всеобщности и всепроникаемости информации, в ее многоуровневости, в быстроте или даже моментальности, симультанности распространения, в ее аксиологических, креативных, пассионарных, социономических и психологических свойствах и возможностях. Журнализм эпохи глобального информационного поля становится все более универсальным и всепроникающим, полифункциональным, супероперативным, интерактивным, саморегулируемым, синтезным и дуальным, совмещающим разные тенденции (шаблонизацию и креатизм, массовизацию и индивидуализм, масс-бульваризацию и элитаризм и т. п.), ценностно разностильным — одним словом, синтезным. Особенно это относится к электронным средствам распространения информации, к глобальным сетям как средствам влияния на аудиторию, выработки ее ориентаций. Подростки и молодежь в первом ряду объектов этого влияния. Поэтому изучение телеконтента с точки зрения трансляции образа страны и народа — задача суперважная. В связи с чем мы предприняли панельное контент-аналитическое исследование российского телевидения в динамике (2002–2018 гг).

В теоретической части главы мы определили черты и ценности русского народа, выявленные на основе частотного анализа пословиц и поговорок В.И. Даля. В соответствии с ними был составлен кодификатор и проведен клип-контент-анализ основных каналов российского ТВ в 2002, 2008, 2013 и в 2018 годах (автор Л.Г. Свитич). Проанализировано по 1304 телефрагмента в каждом из исследований — всего 5216 (Свитич, 2018).

Методика клип-контент-анализа состоит в том, что в течение 7 дней недели в различные временные отрезки с 8.00 до 24.00 ведется последовательное переключение выбранных каналов и фиксируются фрагменты всех передач подряд, включая новостные, фильмы, рекламу и т. п.

Фрагмент удерживается в поле внимания до тех пор, пока не будет понята суть доминирующей идеи, ценности или характеристики. Затем кнопка переключается на следующий канал, как это часто бывает и в нашей практике телесмотрения: мы обычно сканируем каналы, пока что-то не остановит наше внимание. Таким образом, каждый фрагмент фиксировался примерно полторы-две минуты. Были проанализированы основные, самые популярные у населения каналы на ТВ.

Первый клип-контент-анализ проведен в январе 2002 года, и он зафиксировал исходное состояние телеконтента в нашем панельном исследовании (табл. 1).

Таблица 1

Традиционные позитивные характеристики и ценности — негативные характеристики и антиценности. Клип-контент-анализ 2002 года

Традиционные характеристики и ценности русского народа *(Ранжировано по 2-му столбцу)*	**Число фрагментов**	**Число фрагментов**	**Негативные характеристики, антиценности**
Стремление к порядку, правосудие	93	24	Разрушительство, анархия, хаос
Творческое отношение к жизни, самодеятельность	62		Рутинность, шаблонность
Жизнелюбие, оптимизм, юмор	59	47	Пессимизм, обреченность, мрачность
Любовь как духовное единение, целомудрие в отношении полов до брака	51	30	Блуд, прелюбодеяние, порок, ранние половые связи, аномальные отношения
Правдолюбие, правда, справедливость	42	7	Ложь, клевета, несправедливость
Добротолюбие, исповедование добра	38	8	Злоделие, поклонение злу
Патриотизм, любовь к отечеству, почитание предков, традиций, духовного авторитета	38	2	Безродность, антипатриотизм, историческое беспамятство
Инициативность, активность, состязательность	36		Пассивность, инертность, застой
Любознательность, стремление к познанию, тайны природы, необычное	34		Леность ума, нелюбознательность
Свободолюбие, мужество	33	3	Рабская безропотность, покорность, трусость
Выживаемость, здоровье	33	20	Обреченность, болезни
Православная духовность	30	6	Безбожие, оккультизм, культ ведьм, колдунов и пр.
Уважительное отношение к семье, нормальное детство	30	21	Раздоры и конфликты в семье, разрушение семьи, исковерканное детство

Традиционные характеристики и ценности русского народа *(Ранжировано по 2-му столбцу)*	**Число фрагментов**	**Число фрагментов**	**Негативные характеристики, антиценности**
Миролюбие, дружелюбие	26	92	Агрессивность, жестокость, убийство
Стремление к красоте	21		Дисгармония, уродство, несообразность
Связь с природой	20		Разрушение природы
Душевность, сердечность	18	8	Бездушие, черствость, бессердечие
Милосердие, прощение, терпимость	15	75	Безжалостность, нетерпимость
Соборность, общинность, народоправие	13	21	Разъединенность, раздробленность, индивидуализм
Человеколюбие, любовь к ближнему	13	6	Человеконенавистничество, эгоизм, зависть
Трудолюбие	13	1	Леность, безделие
Созидательность, производство материальных ценностей	11	111	Превалирование потребительства, потребительская психология
Нравственность, стремление к благодати	10	5	Безнравственность, аморализм
Совестность, совесть, честность	8	5	Бессовестность, нечестность
Нестяжательство, щедрость	5	59	Стяжательство, жадность
Бережливость, запасливость	1		Расточительность, мотовство
Смирение, кротость, долготерпение			Гордыня, зависть
Итого	**753 57,7 %**	**551 42,3 %**	

Сопоставительный анализ позитивных характеристик и ценностей русского народа и негативных характеристик и антиценностей, транслируемых общенациональными программами российского телевидения в 2002 году, показал, что тогда не приходилось говорить о существенном превалировании позитивных свойств по принципу золотого сечения (то есть доминирование положительных тенденций

над негативными примерно в два раза). Единственный канал, несущий гуманистические ценности практически во всех своих передачах на то время был канал «Культура». Самый большой процент антиценностей продемонстрировали частные каналы, главным образом за счет показа агрессивных фильмов, в том числе, что особенно прискорбно, детских сериалов.

Общее процентное соотношение позитивных и негативных фрагментов в клип-контент-анализе 2008 года практически не изменилось, хотя изменилась структура различных характеристик. Общие результаты за 2002 и 2008 годы практически совпали с 58 % в позитивной части таблицы и с 42 % — в негативной.

Из положительных тенденций проявилось, что в контенте ТВ заметно превалировали жизнелюбие, юмор над пессимизмом, стремление к порядку и правосудие над анархией и хаосом, стремление к красоте и творческое отношение к жизни, инициативность, любознательность над рутиной, пассивностью и леностью ума. Это творческое, активное отношение к жизни, конечно, не только исконная черта русского народа, но и яркая тенденция нашего динамичного времени.

Но, к сожалению, отчетливо видна тенденция нарастания в 2008 году по сравнению с 2002 агрессивности, жестокости по сравнению с миролюбием и мирным решением конфликтов. Агрессивность, безжалостность в те годы просто захлестнули наше телевидение, даже в мультфильмах. Это был, безусловно, искаженный образ страны и ситуации в ней, и это вызывало страх и обреченность зрителей или привыкание к этому как к норме.

Другая пугающая тенденция — превалирование стяжательства и потребительства над созидательными тенденциями, производством материальных ценностей. Было такое телеощущение, что страна только потребляет, но не работает. Это, конечно, ложное представление — люди работали, и очень интенсивно. Телекартинка же, показывая роскошную жизнь, пропагандируя, рекламируя ненасытное потребительское изобилие, воспитывала комплексы неполноценности из-за невозможности обладать этими богатствами и формировала чисто потребительские, а не созидательные цели.

Третья диспропорция телеконтента — это превалирование блуда, порока, откровенной демонстрации секса, аномальных отклонений и пошлостей над показом нормальных чувств любви как духовного единения, сохранения добрачного целомудрия и супружеской верности, как это принято в российской традиции (первое показывалось в 2008 году на ТВ в 2,5 раза чаще). Здесь действительно очень велики под влиянием перемен в стране и СМИ сдвиги в общественном представлении о сущности взаимоотношений полов и большей, чем прежде, сексуальной свободе и раскрепощенности.

Значительно больше в 2008 году зафиксировано телефрагментов, в которых заметно стремление к красоте. Но порой это двуликий Янус: например, на Муз ТВ фиксировалась красота во многих фрагментах, но одновременно это очень откровенные сцены на сексуальные темы. Или реклама показывает красивые картинки, но одновременно формирует потребительскую психологию. И характерно, что контент ТВ как бы распался на две половинки, почти равноценных в 2008 году, — красота и уродство, дисгармония, странные персонажи, жуткие обезображенные лица, хаотические разрушения и т. п., особенно это характерно для фильмов, в том числе некоторых мультипликационных. Вообще сочетание несовместимого — яркая черта постмодернизма, которая, конечно, сейчас прекрасно себя чувствует и в нашей жизни, и на нашем телевидении.

ТВ стало человеколюбивее, но, к сожалению, в 2008 году не росло число публикаций, связанных с высокими нравственными качествами, добротой, правдолюбием, справедливостью (эта тема в то время колоссального расслоения и зримой социальной несправедливости весьма непопулярна на ТВ), православной духовностью. Вообще о традиционном понимании православной духовности, которая пронизывала всю жизнь российского общества в прошлом, в телеобразе в 2008 году не приходится говорить, скорее, мы видим абсолютно перевернутую, негативную картину. В 7 раз больше по сравнению с 2002 годом зафиксировано фрагментов, связанных с оккультизмом. Регулярно и весьма доброжелательно демонстрируются ведьмы и колдуны, рассказывается о технике приворотов и отворотов, вампирах, инопланетянах и т. п., причем этим грешат очень многие каналы.

Фрагментов о чувстве любви мужчины и женщины как духовном единении стало в два раза меньше, тогда как о блуде, напротив, в два раза больше, чем шесть лет назад. Например, на МузТВ — рейтинг мачо в юбках: об актерах, которые играли гомосексуалистов, женщин, трансвеститов с жуткими, антиэстетичными картинками. Ведущий сам называл этот юмор туалетным. Все это крайне негативно влияет на подростков и молодежь, которая ищет модели для подражания.

Резко увеличилось количество фрагментов, демонстрирующих различные уродства и разрушения, пожары, катастрофы, бои, драки, взрывы, войны, убийства, в принципе кадры с агрессивным поведением. Например, на ДТВ (теперь не существующем канале) в 2008 году активно пропагандировали «стрелялки» под рубрикой «захватывающие видеофильмы»: очень грубые, агрессивные, с убийствами и кровью. Закадровые комментарии к сюжетам из фильмов: *«Сваливаются штаны, задница, застегни штаны покрепче...», «Японские полицейские надрали преступнику задницу...». «Они набрасываются на него, как рыцари на мясной фарш, и делают из него колету...»* — это комментарий к тому, как полицейские берут угонщиков самолета.

Как и в 2002 году, и даже более отчетливо, проявилось сильное доминирование агрессивности, жестокости по сравнению с показом миролюбия и мирного решения конфликтов — в 2002 г. в 3,5 раза, а в 2008 — в 6,2 раза.

Но, к счастью, начались в те годы и положительные тенденции, которые в последующие годы укрепились. Меньше на ТВ стало пессимизма, обреченности, разъединенности, что отражает и динамичные тенденции в жизни: нация постепенно консолидируется, становится человеколюбивее, сердечнее, милосерднее.

Заметно было значительное превалирование позитивного ТВ-образа России в государственных каналах — ОРТ, «Россия», «Культура», «Звезда», ТВЦ. Больше негативных черт проявлялось на частных каналах.

К счастью, негативные тенденции, которые развивались и пропагандировались до 2008 года, в последующие годы начали постепенно преодолеваться. Об этом говорит телеконтент 2013 и особенно 2018 г. (табл. 2).

Таблица 2

Традиционные позитивные характеристики и ценности — негативные характеристики и антиценности. Клип-контент-анализ 2018 года

Традиционные характеристики и ценности русского народа *(Ранжировано по 2-му столбцу)*	**Число фрагментов**	**Число фрагментов**	**Негативные характеристики, антиценности**
Стремление к порядку, правосудие	109	7	Разрушительтсво, анархия, хаос
Творческое отношение к жизни, самодеятельность	93	1	Рутинность, шаблонность
Патриотизм, любовь к отечеству, почитание предков, традиций, духовного авторитета	76	2	Безродность, антипатриотизм, историческое беспамятство
Жизнелюбие, оптимизм, юмор	63	10	Пессимизм, обреченность, мрачность
Любознательность, стремление к познанию, тайны природы, необычное	60	2	Леность ума, нелюбознательность
Выживаемость, здоровье	41	13	Обреченность, болезни
Инициативность, активность, состязательность	40	0	Пассивность, инертность, застой
Уважительное отношение к семье, нормальное детство	40	39	Раздоры и конфликты в семье, разушение семьи, исковерканное детство
Человеколюбие, любовь к ближнему	40	5	Человеконенавистничество, эгоизм
Свободолюбие, мужество	38	4	Рабская безропотность, покорность, трусость
Стремление к красоте	37	29	Дисгармония, уродство, несообразность
Целомудрие в отношении полов до свадьбы, любовь как духовное единение	35	22	Блуд, прелюбодеяние, порок, ранние половые связи, аномальные отношения
Правдолюбие, правда, справедливость	35	1	Ложь, клевета, несправедливость

Традиционные характеристики и ценности русского народа *(Ранжировано по 2-му столбцу)*	**Число фрагментов**	**Число фрагментов**	**Негативные характеристики, антиценности**
Миролюбие, дружелюбие	29	37	Агрессивность, жестокость, убийство
Трудолюбие	28	2	Леность, безделие
Православная духовность	27	25	Безбожие, оккультизм, культ ведьм, колдунов и пр.
Милосердие, прощение, терпимость	25	24	Безжалостность, нетерпимость
Совестность, совесть, честность	24	2	Бессовестность, нечестность
Соборность, общиность, народоправие	24	21	Разъединенность, раздробленность, индивидуализм
Созидательность, производство материальных ценностей	23	85	Превалирование потребительства, потребительская психология
Органическая связь с природой	20	0	Разрушение природы
Нравственность, стремление к благодати	16	4	Безнравственность, аморализм
Душевность, сердечность	16	5	Бездушие, черствость, бессердечие
Добротолюбие, исповедование добра	14	1	Злоделие, поклонение злу
Бережливость, запасливость	10	4	Расточительность, мотовство
Смирение, кротость, долготерпение	8	3	Гордыня, зависть
Нестяжательство, щедрость	4	4	Стяжательство, жадность
Итого 1304	**961**	**343**	
	73,7 %	**26,3 %**	

За пять лет, прошедших с предыдущего исследования, телевидение стало больше внимания обращать на позитивные ценности, особенно на укрепление порядка, творческое отношение к жизни, инициативность, патриотизм. Это, безусловно, положительные тенденции, потому что Россия постепенно выбирается из коллапса, в котором была

в 1990-е годы и начале нулевых. Радует, что доминирующие прежде семейные раздоры и конфликты уравнялись с уважительным отношением к семье.

И в целом динамика ценностных тенденций телеконтента выглядит весьма позитивной. Контент-анализ показал, что если в 2002 и 2008 годах соотношение позитивных ценностей и антиценностей было одинаковым — 58 и 42 %, то в 2013 году уже 63 и 38 %, а в 2018 году — 74 и 26 %, то есть отчетливо видна положительная динамика (табл. 3).

Таблица 3

Сводная таблица по ценностям

Годы исследования	**2002**	**2008**	**2013**	**2018**
Традиционные позитивные характеристики и ценности русского народа (число фрагментов)	753	758	817	961
Процент	**57,7**	**58,1**	**62,6**	**73,7**
Негативные характеристики и антиценности (число фрагментов)	551	546	487	34
Процент	**42,3**	**41,9**	**37,4**	**26,3**
Всего фрагментов	1304	1304	1304	1304

В два раза возросло число фрагментов о патриотизме, почитании отечественных традиций. По-прежнему превалируют: жизнелюбие, юмор над пессимизмом, стремление к порядку и правосудию над анархией и хаосом, творческие отношение к жизни, инициативность, стремление к познанию над рутиной и пассивностью. Безусловно, телевидение стало человечнее, сердечнее, милосерднее, нравственнее. И во многом изменение ценностного контента связано с созданием новых государственных каналов, с появлением телеканала «Спас».

Меньше за последние пять лет стало на ТВ агрессии, насилия и жестокости, хотя они по-прежнему доминируют над миролюбием. Радует, что стали чуть реже появляться сюжеты об оккультизме, хотя их еще достаточно. Открытой пропаганды порока, нарушения нравственных норм тоже стало меньше, но ценностный дисбаланс в области взаи-

моотношений полов, пик которого мы зафиксировали в 2008 году, аукнулся увеличением конфликтов в семьях. Но в 2018 году стало больше сюжетов о доброжелательных отношениях в семьях.

Существенно сократились количество сюжетов о стяжательстве, жадности, но, к сожалению, все еще доминирует пропаганда потребительства, хотя в 2018 году заметно выросло число сюжетов о созидательных, новаторских проектах, и в два раза чаще стал появляться на экране человек труда.

Итак, российский телеэкран, безусловно, стал за последние годы более позитивным, нравственным, человечным, патриотичным, креативным, созидательным, познавательным, милосердным, семейным, то есть приверженным базовым российским ценностям. Но все еще слишком велико расхождение между базовыми чертами русского народа и медиаобразом России, предстающим с телеэкрана. И это несовпадение связано с двумя причинами: с тем, что действительно реальный образ поврежден был в процессе перестройки и перехода России в другую парадигму развития, и тем, что телеконтент сознательно искажает реальный образ страны и народа, его ценностей, акцентируя внимание на негативных, агрессивных, разрушающих, скандальных, безнравственных, оккультных сторонах жизни, педалируя их, чтобы привлечь внимание аудитории и заработать на рекламе.

Все это крайне негативно действует на аудиторию, особенно на молодежь, которая потребляет сейчас телеинформацию в основном в сетях, которые и без того переполнены деструктивным контентом. Но обнадеживает позитивная динамика телевидения, а парадигма возрождения России как могучей, динамичной, справедливой и духовной державы может быть связана только с возвращением к корневым традиционным ценностям нашего народа, обогащенным, конечно, спецификой нового времени.

3.3. Деформации образа семьи в подростковых журналах

Актуальность проводимого нами исследования определяется процессами, протекающими в современном обществе (Свитич, Тюрина, 2019)[2]. Традиционная парадигма заменилась инновационной парадигмой ценностных ориентиров, в основе которой лежат саморазвитие и автономия личности в вопросах выбора стратегии поведения (Рукавишников, Халман, Эстер, 1998). Либерализация жизни общества во всех сферах привела и к либерализации отношений полов, изменению моделей семьи и семейных ценностей. Между тем семья является важнейшим социальным институтом, в котором формируются личность человека, морально-нравственные ценности и ориентиры. Каждый член общества, помимо социального статуса, этнической принадлежности, имущественного и материального положения, с момента рождения и до конца жизни обладает такой характеристикой, как семейно-брачное состояние. Роль семьи в обществе определяется ее важнейшими функциями, среди которых основные:

— репродуктивная: рождение потомства;
— воспитательная: воспитание детей, самореализация родительских чувств;
— хозяйственно-бытовая: удовлетворение материальных потребностей членов семьи;
— рекреативная: восстановление физических и интеллектуальных сил;
— психотерапевтическая, эмоциональная: удовлетворение потребностей в симпатии, уважении, признании, поддержке, эмоциональной защите;
— духовная: совместное проведение досуга и духовное обогащение;
— социальная: социальный контроль, социализация и инкультурация;

[2] Исследование проведено магистрантом факультета журналистики МГУ Е.С. Тюриной под руководством Л.Г. Свитич.

— сексуально-ориентированная: преимущественно нацеленная на сексуальное удовлетворение;
— регенеративная, социально-статусная, воспроизводство статуса, социальной структуры.

Современная семья во всем мире переживает серьезный кризис, и это одновременно кризис цивилизации. До конца XX — начала XXI века все социально-экономические, политические, демографические и технологические изменения в отдельных странах и в мире происходили в рамках фамилистической культуры, казавшейся неизменной данностью. Теперь же возникает угроза отказа от фамилистической цивилизации, переход к бессемейной организации массового воспроизводства населения. Увеличивают свою популярность тренды сожительств и разводов, увеличения среднего возраста вступления в брак, возраста матери при рождении детей и последнего ребенка, удлинения интервалов между рождениями детей, увеличения числа неполных семей, одиночных родителей (Антонов, 2017).

СМИ транслируют образы и модели поведения, которые во многом становятся ориентирами для молодой аудитории, у которой нет своего четкого представления о том, как выстраивать отношения с противоположным полом и создавать семью. Усвоив, например, ценность крепкой большой семьи, человек начинает испытывать потребность в такой семье, и наоборот. Создание позитивного или негативного образа семьи в СМИ формирует широкий спектр стереотипов поведения, например, моду на многодетность или бездетность.

Ключевую роль в пропаганде негативных семейных ценностей и отношений среди подростков играют телевидение, «желтые» издания и специализированные журналы, ориентированные на молодежь. Поэтому главной целью нашего контент-аналитического исследования было выяснить соотношение ценностного и девиантного поведения, пропагандируемого подростковыми журналами. Важно было изучить, как в данных журналах освещаются вопросы взаимоотношения полов: любовь, секс, брак, семья, отношения с родителями. Кроме того, ставилась задача исследовать, как авторы отражают современные тенденции в информатизации отноше-

ний и повсеместном использовании Интернета и социальных сетей для знакомств и общения.

Выборка для контент-анализа включала три наиболее популярных среди подростков-школьников журнала «Oops!», «ElleGirl» и «Yes!», рассчитанных в основном на тинейджеров 12–17 лет.

Кодификатор в связи с необходимостью сравнения исследований и с проводимыми ранее включал категории и признаки кодификатора, разработанного выпускницей факультета журналистики МГУ Е.А. Литовченко (Литовченко, 2008), но был существенно расширен в связи с нашей концепцией и спецификой выбранных для исследования журналов. Представим эти издания.

Журнал «**Oops!**» позиционируется как «журнал для девушек о звездах, красоте, моде. «Oops!» изначально был универсальным ежемесячным журналом для девушек. Печатная версия журнала выпускалась издательским домом «Бурда» с 5 марта 2001 года. Но в 2016 году журнал перестал издаваться в печатном варианте и полностью перешел на онлайн-версию. Целевая аудитория «Oops!» — молодые девушки от 16 до 24 лет, живущие в большом городе, имеющие активную жизненную позицию. Для контент-анализа нами были выбраны номера журнала за 2016 год с января по июль. Мы анализировали только те публикации, которые освещали семейные ценности (118 материалов).

«ElleGirl» — журнал для девушек от 14 до 23 лет, которые стремятся стать внутренне свободными, самостоятельными и женственными. Издание дает советы по созданию собственного стиля, статьи об отношениях с противоположным полом, рецепты красоты, обзоры литературных, кино- и музыкальных новинок. В России «ElleGirl» издается с апреля 2003 года, в печатной версии не выходит с декабря 2017 года. Теперь «ElleGirl» — онлайн-издание о моде, красоте и отношениях. Для контент-анализа выбраны номера журнала «ElleGirl» за 2017 год с января по декабрь (95 материалов).

«Yes!» — универсальный ежемесячный журнал для девушек-тинейджеров. Выпускается с 1998 года, но в 2015 году тоже стал онлайн-журналом. Для контент-анализа выбраны три последних печатных номера журнала «Yes!» за 2015 год с января по март (48 материалов).

Таким образом, в выборку попала 261 публикация на данную тему. Кодификатор основан на положениях, описанных в предыдущем разделе, то есть публикации проанализированы методом контент-анализа по дихотомическому принципу — традиционные и девиантные ценности (табл. 4).

Таблица 4

Сопоставление традиционных представлений о семье и взаимоотношениях людей и девиантных ценностей и типов поведения *(в % к числу публикаций)*

Традиционные представления о семье и интимных отношениях людей	**%**	**%**	**Девиантные ценности и типы поведения**
Любовь как высшее проявление человеческих чувств	9,6	4,2	Пропаганда секса как замены любви
Традиционные половые отношения	0,4	2,7	Пропаганда альтернативных форм секса
Традиционный в русской культуре взгляд на интимные отношения в рамках семьи и брака	0<	6,1	Пропаганда внебрачных отношений, презрение к институту брака
Право женщин рожать	0,4	0<	Пропаганда стерилизации или «чайлдфри»
Право до определенного возраста не знать о сексе	0,4	2,7	Секспросвет с ранних лет
Деликатность в публичном обсуждении интимных отношений	1,1	6,5	Вторжение в интимную закрытую и деликатную тему
До определенного возраста за детей отвечают родители и должны регулировать их поведение в этой сфере	0<	1,5	Дети вправе сами выбирать форму поведения и сексуальных отношений
Право на невинность	2,0	6,1	Пропаганда права на снятие запретов
Нормальные половые отношения после полового созревания	0,4	3,1	Пропаганда ранних половых отношений
Воспитание и поощрение целомудрия	0,8	5,0	Пропаганда личного выбора в интимной сфере

Традиционные представления о семье и интимных отношениях людей	**%**	**%**	**Девиантные ценности и типы поведения**
Родители — главные воспитатели ребенка, он должен уважать их мнение	2,7	3,4	Критика права родителей на воспитание детей в сфере половых отношений, критика родительских запретов на ранний секс
Пропаганда безопасных интимных отношений	3,1	3,1	Пропаганда беспорядочных половых связей
Аборт— это детоубийство	0<	0,1	Пропаганда прерывания беременности, в том числе на поздних сроках
Отношения двоих — дело двоих	1,1	4,2	Пропаганда «информатизации» отношений и выставления их на всеобщее обозрение
Непосредственное общение	3,8	36,4	Культ виртуального общения, соцсетей и Интернета
Адекватное отношение к родителям	2,3	1,1	Право ребенка на защиту от родителей, необоснованный акцент на правах ребенка
Семья как высшая ценность человека (семья — мама, папа и пр.)	7,7	1,6	Позиция поскорее отделиться от семьи и жить своей взрослой жизнью
Ответственность за любые отношения. Пропаганда вступления в законный брак	5,4	5,0	Снятие с себя ответственности, нежелание отвечать за свои действия (нежелание вступать в брак)
Понимание, что отношения в любом возрасте — это серьезно	2,7	12,3	Легкая сменяемость партнеров
Акцент на духовной составляющей человека	6,9	34,5	Культ внешности
Поиск единственнного, нужного тебе человека, акцент на развитии собственной личности (одиночество не порок)	9,6	15,7	Пропаганда вступления в отношения ради отношений (если ты одинок — ты никто)
Акцент на собственном пути и индивидуальности	6,5	12,6	Пропаганда подражания образу жизни знаменитостей

Традиционные представления о семье и интимных отношениях людей	**%**	**%**	**Девиантные ценности и типы поведения**
Люди самодостаточны, не стереотипны, не «должны» обладать определенным набором качеств, чтобы не быть одинокими	10,0	34,5	Пропаганда долженствования и стереотипизации. Девушка должна быть красивой, сексуальной, парень — классным (красивым и популярным)
Итого к числу упоминаний	**29,0**	**71,0**	

Первое, что с очевидностью следует из результатов нашего исследования, — пропаганда негативных семейных ценностей, девиантного поведения более чем в два раза доминирует над утверждением традиционных позитивных ценностей в сфере семьи. Из 23 признаков только две позитивные ценности существенно превалируют в этих дихотомиях: любовь по сравнению с сексом, как ее подменой (9,6 и 4,2 %), семья как высшая ценность в сопоставлении с желанием поскорее отделиться от семьи (7,7 против 1,6 %). Однако эти позиции выражены в небольшом проценте текстов.

В подавляющем большинстве публикаций девиантные модели поведения значительно доминируют над нормативными, традиционными семейными ценностями, одобряемыми большинством населения России (в том числе и молодежью) в качестве желаемых. Но реальное поведение и ориентации подростков и молодежи, скорее, соотносятся с моделью, которую пропагандируют тинейджерские журналы. Особенно заметно в нашем исследовании превалирование пропаганды виртуального общения по сравнению с обычными непосредственными отношениями — в 10 раз (36,4 и 3,8 % текстов). Доминируют тексты о внешней форме, яркости, модности над духовной внутренней состоятельностью молодых людей, которая в пять раз реже встречается в текстах (34,5 и 6,9 %). В три раза чаще журналы пропагандируют обязательный набор стереотипных качеств, без которых молодой человек или девушка обречены на одиночество, чем защищают право человека оставаться самим собой, быть личностью, а не подражать со-

мнительному поведению шоу-звезд (34,5 и 10,0 %) Также в разы чаще утверждается на страницах выбранных журналов, что нужно чаще менять партнеров, чем устанавливать прочные отношения; вступать в случайные интимные отношения, но не ждать единственного, которого полюбишь.

В результате контент-анализа этих журналов можно выделить несколько тенденций в освещении взаимоотношений полов, семейных ценностей.

— ***«Культ внешности»***. Авторы публикаций зацикливают внимание читателя на физической, внешней оболочке девушки и молодого человека. Девушки представлены в основном как сексуальные объекты без внутреннего, интеллектуального, духовного, нравственного начала.

— ***«Культ долженствования»***. Авторы пишут, что молодой человек, девушка непременно должны обладать определенными качествами, чтобы привлечь внимание противоположного пола.

— ***«Культ виртуального общения, соцсетей»***. Авторы публикаций акцентируют внимание на социальных сетях и Интернете, давая советы, как заводить друзей, влюбляться, делиться чем-то сокровенным и важным, зарабатывать деньги в Интернете.

— ***«Культ подражания жизни звезд»***. Авторы акцентируют внимание на жизни знаменитостей, причем чаще всего зарубежных, возводя их образ жизни и мысли в эталон, хотя часто он далек от идеала, и таким образом подталкивают подростков к подражательности, отказу от саморазвития.

— ***«Культ «неодиночества»***. Авторы навязывают читателю идею: если ты одинок — ты никто, намекают читателю, что если у нее (чаще всего) нет классного парня, то с ней что-то не так.

— ***«Культ безответственности»***. Авторы формируют у читателя безответственное восприятие отношений, ориентацию на быструю смену партнеров.

Потребление подростками таких моделей поведения и ценностей и привели к тем последствиям, о которых мы писали в начале.

Итак, мы выяснили, что количество публикаций о традиционных нормах поведения в два с половиной раза меньше, чем с пропагандой девиантных форм поведения, что является крайне неблагоприятной тенденцией во влиянии на ориентации и поведение подростков, которые в будущем должны создать полноценную семью, построенную на любви, доверии и верности.

Наши данные соотносимы с выводами, которые получила С.Б. Стебловская, исследуя в 2010 году методом контент-анализа ценностно-смысловое поле журналов для подростков «Маруся», «Бумеранг», «BRAVO», «I Love You», «Лиза-girl»: «Содержание современных журналов для подростков находится в явном противоречии с традиционными представлениями о должном вообще, и о русском представлении в частности. Таким образом, на сегодняшний день мы под видом этого медиапласта, к сожалению, имеем дело с легитимизированным ресурсом мировоззренческой деформации юного поколения и еще большего размывания национальных традиционных ценностей» (Стебловская, 2010).

Справедливости ради стоит сказать, что за последние годы в таких журналах стало меньше публикаций с пропагандой девиантного поведения в сфере взаимоотношений полов в процентном отношении. В 2008 году, когда было проанализировано 500 публикаций на эти темы в журналах «Молоток», «I love you», «Teen`s», «Cool» и «Bravo», соотношение позитивных ценностей и антиценностей было вообще угрожающим — 8 и 92 % (Литовченко, 2008). Позднее одиозные журналы были закрыты под напором общественности или прекратили существование по другим причинам, и контент подростковых журналов стал более позитивным, но по-прежнему, как показывает наше исследование, ситуация довольно тревожная. СМИ весьма сильно влияют на образ мыслей подростка, его мировосприятие и поведение, поэтому такое количество негативных тенденций в молодежных журналах (тем более что они теперь перешли в Интернет) может исказить представление подростка о семье и браке, что приведет к дальнейшему разрушению института семьи при помощи деформации ценностно-культурного кода молодежи. Проанализированные нами наиболее

популярные издания для подростков пропагандируют в основном западные семейные ценности, либерализацию отношений и толерантность к любым моделям семьи, в том числе и девиантным, которые несоотносимы с российскими базовыми ценностями и менталитетом.

Контент-анализ наиболее популярных среди подростков изданий «выявил, что данные медиа транслируют, скорее, антиценности, которые могут привести к девиантному поведению подростка. Среди них: культ внешности, культ «неодиночества», культ интернет-общения как замены непосредственных отношений молодых людей, культ подражания. Возводится на пьедестал образ жизни зарубежных звезд, которые, как правило, не являются нравственным примером для подражания. Молодежные журналы с раннего возраста акцентируют внимание на внешности как факторе и критерии счастливой жизни, обретения партнера, не содействуя духовному, интеллектуальному развитию молодежи. Исследование зафиксировало, что данные подростковые журналы содействуют процессу стереотипизации подростков, «подгону» всех под определенные шаблоны, в то же время редко заходит речь о самореализации и индивидуализации молодого человека как духовной и креативной личности» (Свитич, Тюрина, 2018, с. 221). Исследование показало, что данные журналы нередко способствуют искаженному представлению о базовых семейных ценностях, трансформации ценностно-смыслового кода молодежи и могут спровоцировать девиантное поведение.

В связи с этим на повестке дня остро стоит вопрос о доступной качественной отечественной подростковой и молодежной прессе, а также финансовой помощи со стороны государства таким СМИ, которые будут ориентировать молодых людей на базовые модели семьи и семейные ценности: любовь, верность, ответственность в отношениях, важность сочетания духовного и физического воспитания детей в полной благополучной семье.

3.4. Семейные ценности в женских глянцевых изданиях

Традиционные семейные ценности российского общества в связи с изменением общественного устройства в стране сменились стремительно распространяющейся западной цивилизационной парадигмой. Прежние установки в сфере брачно-семейных взаимоотношений оказались под негативным влиянием массовой культуры и СМИ.

В рамках моноцивилизационной парадигмы журналистика обретается в сфере понятий: глобализация, медиаглобализация; развитие информационного общества; превалирование информационных технологий, цифровых медиа; медиатизация, конвергенция. Основные характеристики: новостная рипотинговость, технологизация, стандартизация, прагматизация, коммерциализация, ценностная дуальность по типу западных медиа. В контексте полицивилизационной парадигмы, признания своеобразия российской медиасферы акцентируются: важность общественной миссии журналистики; приоритет отечественных ценностей; понимание профессии как вида творчества, а не просто информационной службы; учет своеобразия ментальности российской аудитории. Данные наших исследований с однозначностью говорят о том, что хотя процесс интеграции различных типов журнализма (и соответственно стран) идет достаточно динамично, что связано с моноцивилизационной парадигмой и нашим общим движением к информационному массовому открытому обществу, но глубинное менталитетное основание, которое заложено в разных культурах, оказывается весьма сильным и как бы поляризует ориентации редакций и журналистов во многих случаях (особенно когда это касается социальных, творческих, этических ориентаций). Это отчетливо проявляется в разных сферах.

Особенно заметно проявилось влияние западной парадигмы на институте семьи и семейных отношениях. Этот процесс начался уже с перестройки в 1980-х годах, изменения политического и социального строя в стране, когда в результате замещения отечественных

ценностей, в том числе в сфере семейных отношений, стал размываться институт семьи.

И одним из главных стимуляторов этих процессов, к сожалению, оказались средства массовой информации, особенно телевидение и желтые издания. Просветительские журналы в связи с тяжелой финансовой ситуацией либо закрылись, либо сократили до десятков тысяч свои прежде миллионные тиражи. На их место хлынули западные аналоги коммерческих изданий с нероссийскими контентом и системой ценностей. Глянцевые журналы, издаваемые в основном западными издателями, заполонили российский рынок и стали пропагандировать западные ценности в сфере семейных отношений, взаимоотношения полов. Немало содействовали этому и женские и подростковые журналы западных брендов, искажающие образ семьи, деформирующие традиционные семейные ценности и негативно влияющие на молодое поколение.

Официальная статистика показывала крайне негативные тенденции в сфере семейных отношений в те годы, зафиксированные в сборнике «Семья в России-2008» Федеральной службы государственной статистики[3]. В результате российское правительство предприняло ряд мер по улучшению ситуации. Были приняты важные документы: «Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» (2007), «Национальная стратегия действий в интересах детей на 2012–2017 годы» (2012), «Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года» (2014), в которой также намечались меры по созданию необходимых условий для реализации семьей ее ключевых функций, повышения качества жизни и обеспечения прав всех членов семьи. Особое внимание в этой Концепции уделяется ценностному аспекту проблемы, говорится, что приоритетами государственной семейной политики являются сегодня «утверждение традиционных семейных ценностей и семейного образа жизни, возрождение и сохранение ду-

[3] Семья в России-2008. Федеральная служба государственной статистики: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08_69/IssWWW.exe/Stg/01–11.htm

ховно-нравственных традиций в семейных отношениях и семейном воспитании, создание условий для обеспечения семейного благополучия, ответственного родительства, повышения авторитета родителей в семье и обществе и поддержания социальной устойчивости каждой семьи»[4].

К традиционным семейным ценностям, провозглашаемым Концепцией, относятся «ценности брака, понимаемого как союз мужчины и женщины, основанный на государственной регистрации в органах записи актов гражданского состояния, заключаемый в целях создания семьи, рождения и (или) совместного воспитания детей, основанный на заботе и уважении друг к другу, к детям и родителям, характеризующийся добровольностью, устойчивостью и совместным бытом, связанный с взаимным стремлением супругов и всех членов семьи к его сохранению»[5].

В том же 2014 году Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) провел репрезентативный опрос 1600 россиян в 46 субъектах РФ о том, какие цели в жизни россияне считают наиболее важными. Подавляющее большинство опрошенных называют первостепенными задачами создание хорошей семьи (94 %), воспитание детей и обеспечение их будущего (95 %)[6].

В ходе общероссийского репрезентативного исследования о формировании семейно-ориентированной политики в современной России, проведенного фирмой «Циркон», выяснилось, что, несмотря на трансформацию семейных отношений в ходе деструктивных процессов 1990–2000-х гг., ориентация на базовые традиционные семейные ценности у большинства россиян сохранилась[7]. Исследование доказательно зафиксировало, что превалирует мнение людей, ориентированных на нормальную, дружную, здоровую, полноценную семью с детьми,

[4] Об утверждении Концепции государственной семейной политики в России на период до 2025 года // Правительство Российской Федерации. С. 9. URL: http://government.ru/docs/14494/

[5] Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года. М., 2014. С. 10.

[6] Еженедельный опрос «Омнибус ВЦИОМ» 2014. http://wciom.ru/

[7] Формирование семейно-ориентированной информационной политики в современной России: запрос, содержание, методы (2013). М.: ЦИРКОН.

в том числе и приемными, которая живет в официальном браке, с уважением относится к старшим, совместно занимается домашним хозяйством. И неприятие вызывают все формы квазибраков и аномальных отношений, супружеские измены и добровольная бездетность.

Однако молодое поколение, воспитанное в ситуации практически безграничной свободы выбора в вопросах самоопределения и моделей поведения в социуме, дезориентированное массмедиа, пропагандирующими беспредельную толерантность во взаимоотношениях полов, весьма подвержено влиянию девиантных семейных ценностей. Немалую роль, как показывают исследования, играют глянцевые журналы, как правило, зарубежных брендов, весьма популярные у молодых девушек и подростков. Глянцевые периодические издания нередко являются не столько трансляторами той или иной информации, сколько диктаторами, предопределяющими стиль жизни и модели поведения своей аудитории. Читатели модных журналов склонны соотносить себя с героями публикаций, охотно принимая их образ мышления, мировоззрение и поступки в качестве нормы.

В данном разделе мы анализируем результаты контент-аналитического исследования по изучению отражения семейных ценностей в глянцевых журналах для женщин (Свитич, Шведова, 2020)[8]. Для исследования были отобраны самые популярные журналы, в которых есть постоянные рубрики, посвященные взаимоотношениям полов. Лидирующие позиции в нише женских изданий занимают издания западных журналов, адаптированные под российского медиапотребителя (далее они именуются западными): «Cosmopolitan», «CosmopolitanShopping», «Elle», «ElleDecoration», «ElleGirl», «Glamour», «Harpes'sBazaar», «InStyle», «MarieClaire», «TopBeauty», «Vogue», «Домашний очаг». Среди западных изданий постоянная рубрика об отношениях мужчин и женщин присутствует в журналах «Cosmopolitan» и «Домашний Очаг». Именно данные издания были подвергнуты подробному контент-анализу.

[8] Исследование было проведено аспиранткой факультета журналистики МГУ Т.И. Шведовой под руководством Л.Г. Свитич.

Российские глянцевые издания, выходящие на территории России и территории бывшего СССР, прежде всего определяются как носители русской культуры. «Счастливая и красивая», «Работница» — отечественные журналы для женщин, представленные в исследовании. Примечательно, что они пользуются значительно меньшей популярностью у аудитории, нежели их западные конкуренты, занимающие топовые позиции в рейтингах медиаисследований (Air, тыс. чел.: «Cosmopolitan» — 2925,6; «Домашний Очаг» — 988,9; «Glamour» — 1164,7; «Счастливая и красивая» —79,5).

Помимо этого, в итоговые данные включена информация об отражении традиционных или современных семейных ценностей и в материалах изданий «Glamour» и «Красота и здоровье», в которых заданная тематика освещается нестабильно и недостаточно полно.

Контент-анализ женских изданий проведен на основе тридцати шести выпусков изданий с августа 2018 по январь 2019 года включительно. Всего было выделено и закодировано 186 публикаций (97 в западных журналах и 89 в российских), связанных с семейной проблематикой и взаимоотношениями полов. Кодификатор включал рубрики, тематику журнала и семейные ценности, разделенные на традиционные и так называемые современные, которые в значительной степени репрезентируют западную систему ценностей в этой сфере.

Исследование популярных глянцевых изданий показало, что они по-разному рисуют образ семьи и часто придерживаются противоположных ценностных ориентиров (табл. 5).

Исследование с очевидностью зафиксировало, что традиционные семейные ценности в два раза чаще транслируются в отечественных журналах (44,0 %), чем в западных (23,7 %), и наоборот, так называемые современные ценности в разы чаще встречаются в западных журналах (23,7 %), чем в российских (3,3 %).

Таблица 5

Контент-анализ женских глянцевых журналов
(в % к числу публикаций)

Тематика *(Ранжировано по 3-му столбцу)*	**Зарубежные издания**	**Российские издания**
Пропаганда традиционных семейных ценностей	**23,7**	**44, 0**
Любовь как основа семьи	18,5	23,5
Семья — высшая ценность	15,4	23,5
Культивирование верности и порядочности в отношениях	3,0	8,9
Патриархальный уклад семьи (мужчина — глава семьи)	1,0	3,3
Благоприятное отношение к деторождению	2,0	3,3
Пропаганда целомудрия	1,0	2,2
«Традиционные» интимные отношения	1,0	1,1
Забота о безопасности интимных отношений	2,0	0,0
Отказ от абортов		
Внедрение «современных» семейных ценностей	**23,7**	**3,3**
Разрушение нравственных основ семьи	1,0	3,3
Пропаганда феминизма и женской независимости	1,0	2,2
Пропаганда «гражданского» брака, ненужности вступления в официальный брак	1,0	1,1
Пропаганда «сексуальной свободы»	19,5	1,1
Высшая ценность — стремление быть сексуальной и желанной	3,0	1,1
Пропаганда беспорядочных половых связей	7,2	0,0
Популяризация девиантных сексуальных отношений	10,3	0,0
Отказ от рождения детей («Child-free»)		

Однако и в той и в другой группе изданий есть стремление расширить спектр ценностей: в одном случае не забывать о базовых российских ценностях, в другом — не упускать из виду современные тренды. Подобный факт связан с разнонаправленностью и разнообразием ориентаций современного общества (и, следовательно, аудитории) в области семейного уклада, что ведет порой к нежеланию изданий явно обозначать свою позицию, чтобы не терять потенциальную аудиторию.

Далее, общей тенденцией является игнорирование важных социальных проблем семьи: при анализе тематической структуры изданий обнаружилось, что в журналах и той и другой группы в меньшей степени освещаются вопросы взаимоотношений семьи и государства, помощи в решении материальных и жилищных проблем (несмотря на то что данные проблемы стоят особо остро).

А теперь о различиях. Трансляция так называемых современных семейных ценностей характерна в большей степени, как уже было сказано, для западных брендов. Именно зарубежные глянцевые журналы отражают в публикациях идею о необходимости полной сексуальной свободы, а также отсутствии необходимости в официальной регистрации брака. Это они связывают, скорее, с удовлетворением индивидуальных потребностей, чем с желанием создать крепкую семью. Контент журналов может быть обозначен идеей «Любовь (секс) ради удовольствия». Независимая и раскрепощенная читательница журналов «Cosmopolitan» и «Glamour» будто бы вовсе не планирует рожать детей: данная тематика отсутствует вовсе. Однако в журнале «Домашний Очаг» именно она являет собой основу содержания большинства публикаций (56,8 %). Таким образом, семейные ценности определяются не только типом издания (западным или российским), но и целевым назначением издания и редакторской политикой. Однако следует отметить, что в рамках анализируемых изданий журнал «Домашний Очаг» значительно отличается от «Cosmopolitan» и «Glamour». Для последних характерна ориентация на западные семейные ценности, для «Домашнего Очага» в соответствии с его концепцией — на традиционные, с упором на детскую тематику.

В рамках публикаций **отечественных изданий** прослеживается сквозная идея о базовых семейных ценностях, которую можно определить как «Любовь ради семьи», что означает ориентацию любых взаимоотношений мужчин и женщин на создание крепкого союза, при этом, как правило, официально зарегистрированного. Аудитории отечественных изданий транслируется идея о важности любви, верности, уважения и доверия в браке, стремления сглаживать конфликты для его сохранения.

В российских журналах значительное внимание уделяется вопросам воспитания детей. Читательница подобных изданий стремится успешно реализоваться во всех важных ипостасях: женщина-жена, женщина-мать, женщина-хранительница домашнего очага. Однако в отличие от западных в российских журналах практически нет материалов на тему сексуального воспитания.

В то же время публикаций о взаимоотношениях мужчин и женщин гораздо больше в отечественных изданиях (37 %), чем в зарубежных (14,4 %). Но об активном поиске партнера пишется только в 6,7 % публикаций российских журналов, что может быть связано с их ориентацией на женщин, находящихся в браке и воспитывающих детей. В западных изданиях таких материалов в два раза больше (15,4 %), а женщин знакомят со способами обретения «женского счастья» в лице потенциального партнера, при этом он не воспринимается как будущий супруг.

Западные издания вводят моду на тотальную сексуальную свободу (19,5 % публикаций). Читательницам внедряют мысль о том, что быть сексуально активной хорошо, а менять половых партнеров при возникновении такого желания абсолютно нормально. В 10,3 % текстов популяризируются девиантные сексуальные отношения и в 7,2 % — беспорядочные половые отношения (в российских журналах таких текстов не встретилось вовсе).

Итак, кардинальные изменения в сфере семейных ценностей ввиду трансформации общественного устройства привели к тому, что традиционные семейные ценности российского общества сменились современной парадигмой. Прежние установки в сфере брачно-семей-

ных отношений размываются. Российские граждане стали адептами гибридной культуры: моральные и ценностные установки советской культуры слились с заимствованной западной парадигмой. Для современного общества характерен плюрализм в сфере супружеских и родительским взаимоотношений: в России сосуществуют как традиционные, так и альтернативные «современные» ценности.

В ходе проведенного исследования было выявлено несоответствие западной и российской парадигмы семейных ценностей. Для российских изданий характерно превалирование следующих ролевых моделей: женщина-жена, женщина-мать и женщина-хранительница домашнего очага, упор делается на реализацию женщиной ее важных социальных функций: быть любящей женой и матерью, а также хорошей хозяйкой. В рамках подобной целевой направленности предлагаются материалы об укреплении и гармонизации семейных отношений, воспитании детей, а также внимании к бытовым аспектам и создании уюта в доме.

В зарубежных изданиях упор делается на представление образа женщины-любовницы, активной раскрепощенной в сексуальном плане охотницы за мужчиной. Таким образом, в материалах журналов представлены ценностные ориентиры в виде стремления быть сексуальной и желанной, концентрации на внешнем облике, а также развитии навыков искусной любовницы, уделяя гораздо меньше внимания созданию крепкой семьи.

Таким образом, западные и российские издания в основном противоположны по вектору ценностей, в то же время вариативны, что определяется направленностью на ту или иную аудиторию, предполагающую тот или иной социальный статус (одинокая независимая женщина или женщина, находящаяся в браке), на разные ценностные ориентиры. И это репрезентирует полицивилизационную парадигму. Одновременно в рамках моноцивилизационной парадигмы для журналов разных направлений первые места в контенте занимают, хотя и с разным весом, две базовые ценности: «Любовь как основа семьи» (18,5 % в западных журналах и 23,5 % в российских), а также «Семья — высшая ценность» (15,4 и 23,5 %).

Материалы глянцевых изданий не способны заполнить отсутствие базовых убеждений и незыблемых семейных ценностей, а российские издания, способные реализовать эту функцию, значительно уступают по охвату аудитории западным конкурентам. Подобный факт свидетельствует о том, что трансляция традиционных семейных ценностей в рамках отечественных журналов не способна оказать ощутимого воздействия на аудиторию. В связи с этим остро стоит вопрос о трансформации содержания разделов женских изданий любого типа, посвященных взаимоотношениям полов, а также смене вектора в сторону традиционных семейных ценностей. Таким образом, журналы для женщин могут определить для себя путь дальнейшего развития и сделать свой выбор: стать надежной опорой для государства, его «правой рукой» в эффективной реализации семейной политики, направленной на укрепление семьи и традиционных семейных ценностей, или идти по пути наименьшего сопротивления и потворствовать моральному разложению общества и усугублению кризиса семьи. Это, безусловно, ставит задачу создания адекватных потребностям современной семьи изданий, которые ориентировались бы на базовые отечественные ценности, не забывая о динамизме современной жизни и адаптационных механизмах семьи к сегодняшними реалиям.

3.5. Эволюция образа культуры в публикациях издания «Культура»

Издание «Культура» является долгожителем качественной отечественной журналистики. Впервые предпринято изучение эволюции «Культуры» за 90 лет не только историческим и текстологическим методами, но и психолого-социологическим методом контент-анализа. В выборку попало 10 периодов с 1929 по 2019 год (первые номера за апрель и ноябрь), всего закодировано 710 публикаций[9].

[9] Исследование осуществлено на факультете журналистики МГУ магистрантом М.С. Шульгой под руководством Л.Г. Свитич.

Исследование показало, что издание «Культура» на протяжении всех 90 лет своего существования оставалось важнейшей частью отечественной медиасистемы (Кузнецов, 2017), носителем культурного наследия страны, хранителем ее базовых ценностей и развивалась в контексте общей истории России, разделяя ее успехи и трудности. Издание постепенно двигалось от массовой к качественной журналистике, к аналитичности, к жанровому и тематическому разнообразию, адекватно отражая культурную жизнь страны и ее базовые ценности.

«Культура» является долгожителем качественной отечественной журналистики, одним из старейших доныне существующих российских изданий. «Культура» представляет собой тип специализированного общекультурного издания, единственного среди печатных изданий. Такого рода газеты крайне редки и в зарубежных странах с развитыми средствами массовой информации и давними журналистскими традициями. Между тем у «Культуры» давняя история, богатые журналистские традиции, высокопрофессиональные авторы и преданный читатель. Изучение секретов ее долголетия, изучение контентных и динамических аспектов ее эволюции — крайне важная и интересная задача для исследователя и предпринимается впервые комплексом методов, включая контент-анализ, впервые за все время ее существования.

В выборку исследования попало 30 номеров издания «Культура». Выпуски отбирались с интервалом в 7 лет от начала работы «Культуры» с 1929 году по 1978 год. В новейшей истории издания в выборку попали 1999 и 2019 годы. Из каждого исследуемого года было отобрано по два номера: первый апрельский и первый ноябрьский, в которых кодировались все публикации. Таким образом закодировано 710 публикаций.

Первое, что мы проанализируем, это **функции**, которые проявляются в публикациях, поскольку это основная концептуальная характеристика любого издания и базовый показатель его миссии и эволюции в историческом процессе (табл. 6).

Таблица 6

Функция публикации
(в % к числу публикаций)

Функция публикации	**1929/1932, n=76**	**1936, n=59**	**1943/1944, n=43**	**1950, n=45**	**1957, n=54**	**1964, n=72**	**1971, n=82**	**1978, n=55**	**1999, n=139**	**2019, n=81**	**Среднее n=710**
Информационная	48,6	62,7	86,0	95,5	88,8	90,2	100	98,1	95,6	100,0	**87,4**
Культурно-просветительская, образовательная	7,8	40,6	44,1	37,7	42,5	23,6	19,7	32,7	15,8	41,9	**27,8**
Идеологическая	14,4	10,1	6,9	15,5	40,7	18,0	23,2	27,2	5,7	8,6	**15,7**
Рекреативная	1,3	6,7	9,3	6,6	20,3	15,2	10,4	18,1	15,8	22,2	**13,2**
Организаторская	22,3	15,2	13,9	26,6	44,4	12,5	5,8	7,2	4,3	11,1	**12,2**
Рекламная, справочная	14,4	6,7	0,0	0,0	0,0	6,9	0	1,8	17,2	7,4	**7,1**
Эстетическая	1,3	5,0	0,0	2,2	7,4	5,5	2,3	3,6	1,4	1,2	**2,8**
Воспитательная	0,0	3,3	2,3	0,0	3,7	6,9	0	0	0,7	3,7	**1,9**

Основными функциями «Культуры» всегда были информационная (87 % публикаций) и культурно-просветительская (28 %). Весомое место занимает идеологическая (16 %), рекреативная (13 %) и организаторская (12 %). Меньшее внимание уделяется рекламной функции (7 %), хотя она нарастала по мере коммерциализации прессы. Вес идеологической функции колебался вместе с особенностями исторического периода и типом власти: минимум зафиксирован в годы войны (7 %) и сегодня (9 %), максимален в переломные послесталинские годы, когда к власти пришел Н.С. Хрущёв: в 1957 достиг 41 %. Отчетлива тенденция усиления рекреативной, развлекательной функции газеты от 1950-х годов. Эстетическая и воспитательная функции слабо проявлены. В переломное время 1999 года, когда издание существенно «пожелтело», как и вся пресса, в нем в два раза больше стало развлекательной информации. Это характерно для всего периода «Культуры» с 1991 по начало 2012 года, когда выходило больше всего материалов развлекательного характера по сравнению с другими периодами.

Естественно, что основная **тематика** посвящена культуре и искусству (табл. 7).

Таблица 7

Тематика

(в % к числу публикаций)

Тематика	1929/1932	1936	1943/1944	1950	1957	1964	1971	1978	1999	2019	Среднее
Культура и искусство	67,1	89,8	88,3	100	87,0	95,8	90,6	80,0	78,4	67,9	82,9
Общество	2,6	6,7	13,9	22,2	33,3	15,2	24,4	61,8	22,4	32,0	23,3
Политика, управление	11,8	3,3	9,3	6,6	42,5	19,4	24,4	32,7	14,3	22,2	18,5
Экономика, производство	11,8	1,6	0	2,2	11,1	5,5	12,7	18,1	4,3	7,4	7,6
История, этнография, народные промыслы	0	8,4	6,9	6,6	3,7	2,7	1,1	1,8	2,1	9,8	4,0
Наука, образование	6,5	5,0	0	2,2	3,7	4,1	1,1	0	1	6,1	2,9
Развлечения, досуг, туризм	0	3,3	4,6	0	0	0	1,1	3,6	7,1	3,7	2,8
Творческое развитие человека, самодеятельность и т. д.	6,5	8,4	2,3	0	0	2,7	1,1	3,6	0	0	2,2
Здоровье, спорт	0	0	0	0	0	0	0	1,8	0,7	8,6	1,2
Технологии	0	0	0	2,2	0	2,7	1,1	0	0	0	0,5
Семья, воспитание	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1,2	0,1

Материалы по культуре и искусству занимают 83 % всех проанализированных публикаций. На втором и третьем местах по количеству находятся журналистские материалы на тему общества (23 %) политики, управления (19 %). Публикации другой тематической направленности менялись в зависимости от характера этапа развития издания и его концепции. Из значимых акцентов стоит отметить тот факт, что резкий подъем внимания к теме политики был зафиксирован в 1957 году (43 %), характеризуя первое время прихода во власть Хрущёва, и в 1978 (33 %), когда на горизонте появился новый лидер — Брежнев. В этот же год заметен бурный рост публикаций об обществе (62 %). Структура контента сегодняшней «Культуры» сосредоточена, по сути,

на трех темах: культура, общество и политика, включая историю, экономику, науку, технологии и спорт. Снизился интерес к проблемам творческого развития личности, досуговым публикациям. Таким образом, можно говорить о том, что сегодняшняя «Культура» имеет более широкую и уравновешенную тематическую модель, чем в другие годы.

Еще глубже понять специфику медиамодели «Культуры» помогают сведения о **видах искусства**, которые становятся объектом описания (табл. 8).

Таблица 8

Вид искусства
(в % к числу публикаций)

Вид искусства	1929/1932	1936	1943/1944	1950	1957	1964	1971	1978	1999	2019	Среднее
Театр	31,5	27,1	67,4	31,1	14,8	8,3	30,2	21,8	12,9	16,0	23,3
Музыка	6,5	33,8	65,1	28,8	9,	16,6	15,1	12,7	20,1	7,4	19,2
Кинематограф	19,7	3,3	16,2	20,0	16,6	8,3	16,2	12,7	17,2	11,1	14,3
Живопись	6,5	25,4	58,1	15,5	3,7	19,4	16,2	5,4	6,4	8,6	14,2
Литература	11,8	8,4	46,5	20,0	7,4	4,1	4,6	27,2	3,5	4,9	10,9
Народное искусство, фольклор	7,8	5,0	9,3	2,2	1,8	9,7	1,1	3,6	3,5	3,7	4,5
Опера	0	5,0	6,9	4,4	0	2,7	0	3,6	3,5	1,2	2,5
Хореография	1,3	1,6	4,6	6,6	0	6,9	2,3	3,6	0	1,2	2,3
Архитектура	0	1,6	4,6	6,6	1,8	0	0	5,4	2,1	0	1,8
Балет	0	1,6	2,3	2,2	1,8	1,3	1,1	5,4	0	3,7	1,6
Скульптура	0	0	4,6	0	0	2,7	3,4	0	1,4	2,4	1,5
Эстрада	0	3,3	4,6	2,2	0	0	0	0	2,1	0	1,1
Радио-искусство	0	5,0	9,3	0	0	0	0	0	0	0	0,9
Графика	0	0	0	2,2	0	4,1	1,1	0	0	0	0,7
Фотография	0	0	0	0	0	0	1,1	0	0,7	1,2	0,4
Цирк	0	0	2,3	4,4	0	0	0	0	0	0	0,4
Декоративно-прикладное искусство	0	0	0	0	0	0	1,1	0	0	0	0,1

Граффити	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Комикс	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

В среднем по массиву публикаций в качестве предмета описания лидируют театр (23 %), музыка (19 %), кинематограф и живопись (по 14 %), а также литература (11 %). Но здесь вырисовывается такая динамика: падает интерес к музыке, литературе и живописи.

Поразителен всплеск многих искусств в военное время. Они расположились в издании военного времени (1943–1944 годах), в таком порядке: доминируют театр (67 %), музыка (65 %), живопись (58 %), литература (47 %) по сравнению с кинематографом (16 %). Сегодня на первом месте — театр, на втором кинематограф, то есть динамичные зрелищные виды искусства в полном соответствии с динамичностью общества. Соответственно **персонажи** публикаций чаще всего — писатели (особенно в 30–40-е годы), художники, работники театра, музыканты.

Особо следует сказать о недостаточном внимании современной газеты к народному творчеству. Между тем концепция государства сегодня состоит в том, чтобы наращивать культурный потенциал российской глубинки и развивать туризм, который может привлечь приток туристов в те области, которые богаты народными промыслами.

Самые часто освещаемые культурные мероприятия в газете — театрализованные представления (17 %), концерты (11 %) и выставки (9 %). Но сегодня все эти мероприятия реже освещаются в «Культуре», так же как и встречи, совещания, заседания. Последнее связано с тем, что они вообще стали реже практиковаться в культурной жизни страны. Совсем не зафиксировано на страницах, попавших в выборку 2019 года, ярмарок, народных гуляний, праздников, которые встречались в первые годы выхода газеты. Это тоже подтверждает вывод о том, что массовым мероприятиям на ранних этапах существования газеты уделялось больше внимания, чем сейчас, о чем уже шла речь.

Постепенно издание расширяло и **хронологические рамки** объектов описания: сегодня в «Культуре» 12 % публикаций посвящено XIX веку, 7 % — XVIII веку, и даже по 1–2 % — античности и Средневековью. Понятно, что в категории **локальность** основное внимание уделяется отечественной культуре, но и другие регионы мира появля-

лись в газете, а в последние годы этот список расширяется. При этом в 36 % публикаций газета пишет о Москве, в 19 % — о центрах регионов, и только в 4 % материалов речь идет о малых населенных пунктах, хотя там много самобытных талантов и народных промыслов. Такая тенденция зафиксирована и в других наших исследованиях (Свитич, Смирнова, Ширяева, Шкондин, 2015).

К счастью, сегодняшней «Культуре» удалось преодолеть перекосы рубежа века, она вновь уточняет концепцию, расширяя функционально-тематическую и жанровую структуру, состав авторов и героев публикации, выходит на другие информационные платформы, следуя стандартам качественного творческого издания, сохраняя традицию лучших культурологических газет, приверженность просветительской миссии и базовым ценностям страны.

Заключая анализ, можно констатировать, что издание «Культура» на протяжении всех 90 лет своего существования оставалось важнейшей частью отечественной медиасистемы, оно всегда была *важнейшим и авторитетным носителем исторического и культурного наследия страны, хранителем ее базовых ценностей, ее ценностно-культурного кода.* Архивы номеров показывают, как менялась страна за последние 90 лет, какие тенденции в искусстве были популярны, какая ситуация в обществе и крупные международные события влияли на развитие России и ее культуры. Оно, за исключением переломных лет перестройки, всегда следовала высоким образцам культуры, не забывая о своих читателях, старалось просветить их и ознакомить с событиями в сфере отечественной культуры и искусства.

Газета относительно свободна от рекламной и коммерческой конъюнктуры, выполняет культурно-просветительские задачи, освещает разнообразную, актуальную для страны культурную проблематику, использует широкую жанрово-стилистическую палитру, привлекает талантливых авторов, а героями ее публикаций являются достойные деятели культуры и искусства. Результаты контент-анализа показывают, что советская функционально-тематическая информационно-просветительская модель во многом близка современной, естественно, с учетом динамической специфики сегодняшней культурной жизни.

Современному изданию «Культура» удалось преодолеть перекосы рубежа века, и она являет собой качественное информационно-просветительское издание с разнообразной тематикой, широкими жанровыми возможностями, профессиональными авторами, но с некоторым уклоном в элитарность, недостаточным вниманием к широкому читателю и его культурным потребностям. И хотя в сегодняшней «Культуре» освещение культурной жизни разных поселений более сбалансированное, чем прежде, но по-прежнему глубинка остается вне поля зрения газеты, хотя там много культурных событий и самобытных талантов.

«Культура» вновь уточняет концепцию, ищет новые творческие подходы к полноценному освещению сферы культуры и искусства, расширяя функционально-тематическую и жанровую структуру, состав авторов и героев публикаций, круг источников информации, адаптируется к цифровой среде, выходит на другие информационные платформы, сохраняя при этом традиционные для «Культуры» стандарты качественного творческого издания, которое старается сохранить традиции лучших культурологических газет, которые были привержены просветительской миссии и базовым отечественным ценностям.

3.6. Сравнительный анализ особенностей восприятия творческой молодежью российской, западной и восточной цивилизаций

Кроме исследований самого современного информационного пространства и его влияния на формирование образа России, было проведено отдельное исследование творческой молодежи города Москвы, которая обучается по программам подготовки будущих работников СМИ. Именно они во многом создают сейчас информационную повестку нашей страны. Участникам исследования была предложена авторская анкета, которую необходимо было заполнить в формате небольшого сочинения. Были предложены основные темы, представленные на рис. 1, которые респонденты должны были расписать на осно-

ве собственных представлений по каждой цивилизации (российской, восточной, западной).

Отдельно стоит отметить, что исследование проходило в период с 2019 по 2020 год и отражает те представления творческой молодежи, которые формировались на основе актуальной повестки тех лет. Этот фактор необходимо учитывать, так как информационная повестка СМИ во многом определяла те представления, которые будущие работники СМИ стремились донести в своих ответах. Но именно сейчас эти бывшие студенты уже сами начинают формировать актуальную повестку в СМИ.

Перед началом работы с участниками исследования была проведена установочная беседа, в ходе которой были разъяснены основные понятия и концепции, связанные с цивилизационным подходом и выделением трех основных мегацивилизаций (Н.Я. Данилевский, О. Шпенглер, В.Н. Стёпин, В.Н. Расторгуев, Л.Г. Свитич). После заполнения анкеты была проведена статистическая обработка данных, полученных в ходе применения контент-анализа по группам, основанная на гендерном признаке. В качестве единицы счета принимались слова и словосочетания, отражающие ценностно-смысловые характеристики представлений о России, для которых подсчитывалась относительная частота встречаемости (Fo(i)). Для сравнения количественной значимости различий между тремя цивилизациями был использован корреляционный анализ.

Выделение основных категорий и единиц контент-анализа анкеты проводилось экспертной группой в составе: Л.В. Матвеева, Т.Я. Аникеева, А.Г. Макалатия, Ю.В. Мочалова.

Выборка исследования

Участниками исследования являлись студенты творческих вузов Москвы, обучающиеся по программам подготовки будущих работников СМИ. Всего в исследовании принимали участие 200 человек. Из них мужчины составляли 43 %, а женщины 57 %. Средний возраст участников располагался в диапазоне от 18 до 22 лет.

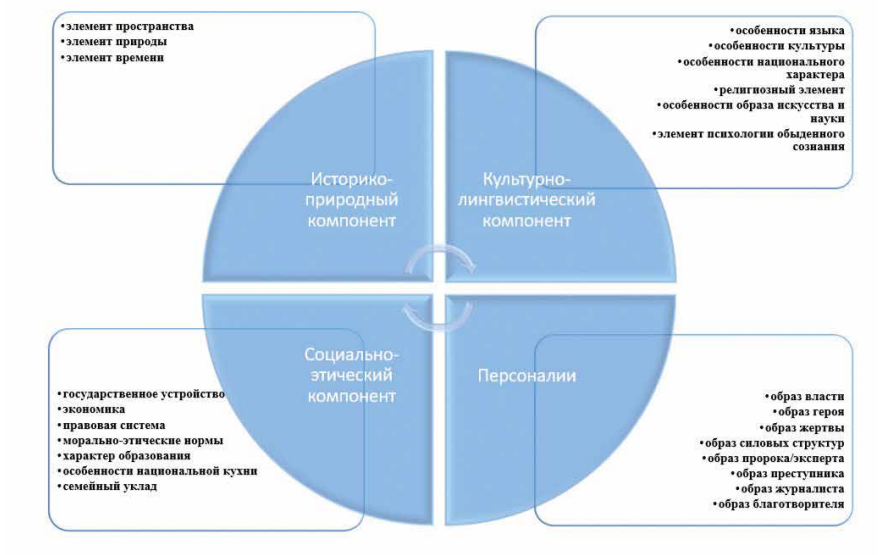


Рис. 1. Структура опроса о культурных представлениях Российской, Западной и Восточной цивилизаций.

При сравнении результатов оценок восприятия творческой молодежью трех различных цивилизаций следует обратить внимание также на общее количество категорий по каждой из представленных цивилизаций (табл. 9).

Таблица 9

Количественный анализ категориальной структуры восприятия российской, западной и восточной цивилизаций

Цивилизация	Количество категорий	
	Мужчины	Женщины
Российская	217	242
Западная	186	173
Восточная	187	189

Таблица показывает, что наибольшее количество категориальных единиц для участников исследования связано именно с российской цивилизацией. Восточная и западная цивилизации имеют практически равное количество различных категорий.

Если сравнивать мужскую и женскую выборки, то значимые отличия обнаруживаются в оценке российской и западной цивилизаций. При описании российской цивилизации женщины выделяли значительно больше категорий в каждом из представленных разделов анкеты. В западной же, напротив, — мужчины ненамного, но дали более дифференцированную структуру категорий.

Историко-природный компонент. В историко-природном компоненте в итоге для сравнения трех цивилизаций было выделено 13 категорий, объединенных в различные элементы. Первый элемент представлял собой «Пространство». В нем было представлено две категории — размер и расположение (рис. 2).

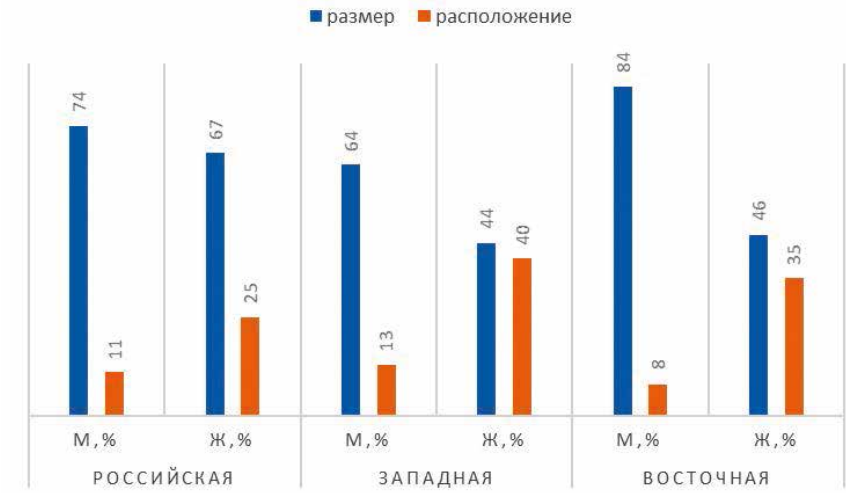


Рис. 2. Элемент «Пространство» историко-природного компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для всех групп респондентов размер территории имеет важное значение при оценке восприятия образа цивилизации. Но для мужчин данная категория является основополагающей при сравнении всех трех цивилизаций. Для женщин при оценке российской цивилизации категория размера близка к мужчинам, но при их описании западной и восточной цивилизаций более существенной оказывается категория расположения.

В элементе прошлого выделяются три основные категории — войны и революции, эмоциональное отношение к прошлому, выделение определенных исторических этапов и дат (рис. 3).



Рис. 3. Элемент «Прошлое» историко-природного компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Наибольшее эмоциональное отношение у респондентов обращено к прошлому российской цивилизации. Девушкам не свойственно эмоционально оценивать прошлое других цивилизаций. Но они часто используют категорию исторических этапов, которая имеет крайне дифференцированную структуру. Мужчинам такая структура свойственна только в отношении к восточной цивилизации. Отдельно выделяется и категория войн и революций. По мнению участников

исследования, прошлое всех трех цивилизаций неразрывно связано с моментами военных конфликтов, причем особенно данную категорию они выделяют для западной цивилизации.

Настоящее трех цивилизаций для участников исследования делится в основном на эмоциональный и когнитивный компоненты (рис. 4).



Рис. 4. Элемент «Настоящее» историко-природного компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Треть и мужской, и женской выборок выражают свое эмоциональное отношение к российской цивилизации в настоящем. Мужчины также склонны эмоционально оценивать настоящее западной цивилизации, причем и в том и в другом случае эта оценка имеет в основном отрицательную коннотацию. Образ настоящего восточной цивилизации практически полностью связан только с когнитивным компонентом. Участники признают значимость развития восточной цивилизации в настоящем, но не имеют эмоциональной привязки к этому настоящему.

У девушек также была выделена отдельная категория для российской и восточной цивилизаций — отставание от Запада. Для них важно сравнивать настоящее своей цивилизации с успехами западной культуры.

Но особо стоит обратить внимание на такой элемент времени, как будущее. Именно образ будущего во многом определяет ориентиры для дальнейшего развития той или иной культуры, степень выраженности национальной и цивилизационной идентичности. Здесь участники исследования также выделяли эмоциональный и когнитивный компоненты (рис. 5).



Рис. 5. Элемент «Будущее» историко-природного компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Будущее российской цивилизации вызывает у участников исследования наиболее значимое преобладание эмоционального компонента. Для женщин оно формируется в основном в позитивном ключе, мужчины оценивают его как положительно, так и отрицательно. Также стоит отметить, что женщины не имеют большой эмоциональной привязки к будущему восточной цивилизации. А для мужчин, напротив, появляется отдельная категория ориентации на Восток для будущего российской цивилизации.

В историко-природном компоненте участники исследования чаще выражали свое эмоциональное отношение к географическим, природным и временным элементам российской цивилизации, чем к остальной

ным двум цивилизациям. Респонденты также признавали значимость и развитость определенных природных и исторических элементов в восточной и западной цивилизаций, но эмоционально не воспринимали их. Особенно показательным в этом плане было восприятие времени — прошлого, настоящего и будущего. На всех этих временных этапах участники исследования использовали намного чаще эмоциональную оценку по отношению к российской цивилизации. Для двух других цивилизаций они просто констатировали конкретные исторические факты, возможности их индустриального развития. Кроме того, прошлое получило большее количество вариантов различных ответов и категорий, успехи настоящего либо не могли быть выражены, либо сами респонденты не до конца осознавали их значимость. Это соотносится с результатами исследований русской ментальности, которые отмечают благоприятную оценку прошлого, но не настоящего (Стефаненко, 2005).

Одним из самых значимых элементов историко-природного компонента оказалось пространство. Для мужчин оно выражалось в одной главной категории для всех трех цивилизаций — размере. За эталон брался размер российской цивилизации, и происходило сравнение остальных цивилизаций с этим эталоном. Мужчинам было важно выделить значимость собственной цивилизации по сравнению с другими, показать ее превосходство — в этом выражалась их национальная и цивилизационная идентичность.

Для женщин категория размера была практически так же значима, как и у мужчин, только для российской цивилизации. При оценке восточной и западной цивилизаций часто употреблялась и другая категория — расположение. В целом данные результаты соотносятся с концепцией типов цивилизационного развития В.С. Стёпина, где традиционный тип цивилизаций тяготеет к пространственному существованию, а техногенный — к временному, более интенсивному способу жизни (Стёпин, 2011).

Культурно-лингвистический компонент. Для сравнения культурно-лингвистического компонента трех цивилизаций было выделено 34 категории. Первый элемент представляет собой языковые особенности каждой из цивилизаций (рис. 6).

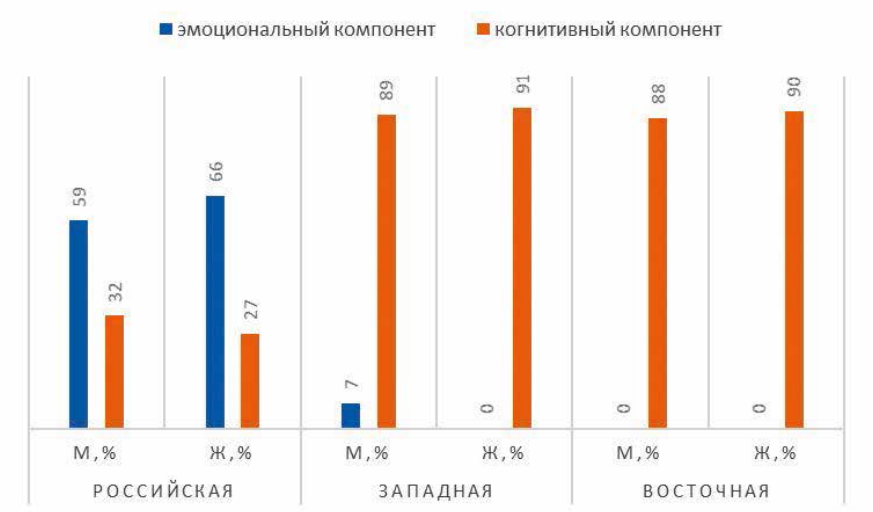


Рис. 6. Элемент «Особенности языка» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Только для российской цивилизации у респондентов выделяется и преобладает категория эмоционального отношения к языку. К восточной и западной цивилизациям относят только категории, которые описывают когнитивные особенности: разные языковые группы, сложность, простоту, способы написания.

При описании особенностей культуры получается довольно дифференцированная структура для всех цивилизаций (рис. 7).

В российской цивилизации выделялись четыре основных категории особенностей культуры: через описание индивидуально-личностных качеств ее обладателей, через ее многонациональность, религиозность и оценку значимости. Для девушек наиболее важной (в 2 раза больше, чем у мужчин) оказалась категория религиозности.



Рис. 7. Элемент «Особенности культуры» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Западную цивилизацию описывали, напротив, всего двумя категориями — многонациональностью и большим распространением массовой культуры. Причем категория массовой культуры встречается только по отношению к западной цивилизации и выделяется больше мужской частью аудитории. Женщины склоны оценивать западную культуру прежде всего через ее многонациональность.

У восточной цивилизации выделяются четыре категории, три из которых соответствуют категориям российской цивилизации (индивидуально-личностная характеристика, религиозность, оценка значимости). Но самой важной оказывается последняя категория — самобытность. Она встречается только при описании восточной цивилизации.

Национальные особенности трех цивилизаций описывались участниками исследования через различные категории, некоторые из которых были характерны только для одной из цивилизаций (рис. 8).



Рис. 8. Элемент «Национальные особенности» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Так, в описании российской цивилизации была выделена специфичная только для нее категория тяги к справедливости. В западной цивилизации такой категорией стала «американская мечта». А в восточной особо выделилась категория трудолюбия.

Качество доброжелательности охотнее выделяла женская часть группы, причем у всех трех цивилизаций, но российская цивилизация выделялась по этой категории с большим отрывом. Категорию «обычаи, приметы» участники исследования особо выделили у российской и восточной цивилизаций. Причем для восточной культуры она играла определяющую роль. Многонациональность была выделена у западной и российской цивилизаций, но именно для западной культуры она, по мнению респондентов, играет более значимую роль.

Религиозный состав цивилизаций, по мнению участников исследования, выглядит следующим образом (рис. 9).

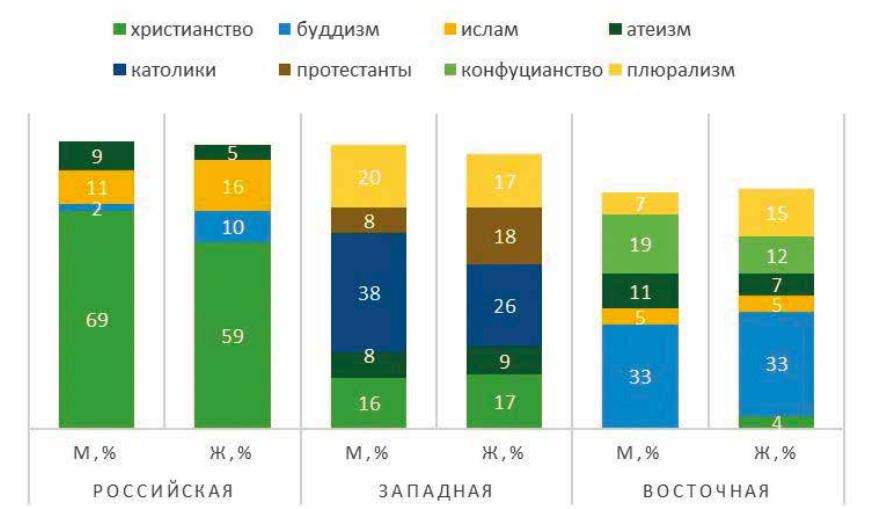


Рис. 9. Элемент «Религия» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для Российской цивилизации значительно преобладает категория христианства (православие). Самая дифференцированная категориальная структура религий получилась у западной цивилизации, причем женская часть выборки больше выделяла категорию протестантов, а мужская — католиков. Для восточной цивилизации главной категорией оказался буддизм.

Интересно то, что в западной и восточной цивилизациях довольно значимой оказалась категория плюрализма, то есть множественности религий без жесткой привязки к какой-то определенной. У российской цивилизации такой не оказалось.

Элемент «Искусство» описывался участниками исследования в основном через определенные его виды (рис. 10).

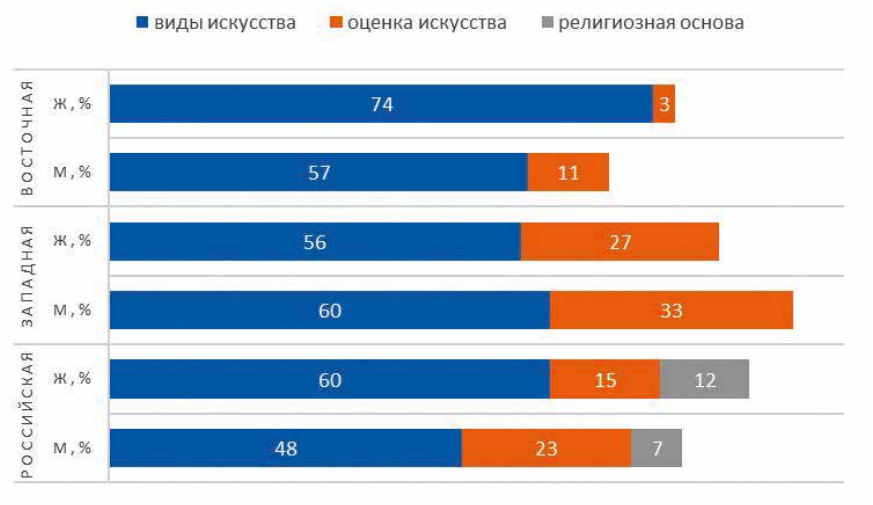


Рис. 10. Элемент «Искусство» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

К восточному искусству у респондентов практически не было никакого эмоционального отношения (только в малой степени у мужчин). К российскому и западному искусству эмоциональная и когнитивная оценка была существенна. Если женщины оценивали его в позитивном ключе, то мужчины выносили, скорее, негативные оценки к искусству западной цивилизации.

Отдельно стоит отметить категорию значимости религии в искусстве, которая была отмечена только по отношению к российской цивилизации.

В элементе «Наука», напротив, именно эмоциональная и когнитивная оценки значительно превосходили другие категории (рис. 11).

Отдельно стоит отметить, что только для российской цивилизации выделялась категория восприятия науки посредством конкретной личности. Фамилии конкретных ученых составляют значимую часть в образе науки России для участников исследования.



Рис. 11. Элемент «Наука» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Категориальная структура психологии обыденного сознания значительно отличается для всех трех цивилизаций (рис. 12)



Рис. 12. Элемент «Психология обыденного сознания» культурно-лингвистического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

В российской цивилизации для мужчин самой значимой категорией является традиционность, соблюдение всех исторически сложившихся обычаев и правил. Для женщин самой значимой оказалась категория психологии потребителей. Традиционность также выделяется для восточной цивилизации, а психология потребителя выделяется для западной цивилизации и имеет там основополагающее значение.

Для западной цивилизации также мужчинами значимо выделяется категория психологии избранности. А для восточной цивилизации все участники исследования выделяют категорию, которая описывает психологию обыденного сознания через индивидуально-личностные качества представителей восточной культуры. Причем если у мужчин это в основном положительные качества, то женщины значимо выделяют и отрицательные характеристики.

Для культурно-лингвистического компонента характерно то, что во многих его элементах для каждой цивилизации обозначается какая-либо категория, которая не употребляется для других цивилизаций. Это говорит о том, что главные цивилизационные особенности формируются на основании культурного ядра — тех ценностей, которые приняты в данной культуре, представляют основу для данной цивилизационной идентичности.

Категории с эмоциональными компонентами намного чаще встречаются при описании культурных элементов российской цивилизации. Кроме этого, значимой категорией также выступает религиозный аспект в культурных традициях российской цивилизации. Он подчеркивается участниками исследования (особенно женской частью выборки) и в особенностях культуры, национальных особенностях и религиозном составе.

Главным элементом в культурно-лингвистическом компоненте оказалась психология обыденного сознания. И здесь особенно стоит отметить то, что для российской цивилизации она вбирает в себя категории из восточной цивилизации (традиционность, коллективизм) и западной (психология потребителя) одновременно, имея при этом и собственную категорию (психология жертвы). Так и во многих других элементах данного компонента прослеживается некоторая срав-

нительная характеристика российской цивилизации с другими двумя. И в целом заметно большее соответствие (особенно у мужской части выборки) категориальных структур восточной и российской цивилизаций, чем российской и западной.

Социально-этический компонент. Социально-этический компонент сравнения трех цивилизаций содержит 30 категорий. В первом элементе государственного устройства всего было выделено участниками исследования две из них — форма государственного устройства и форма правления (рис. 13).

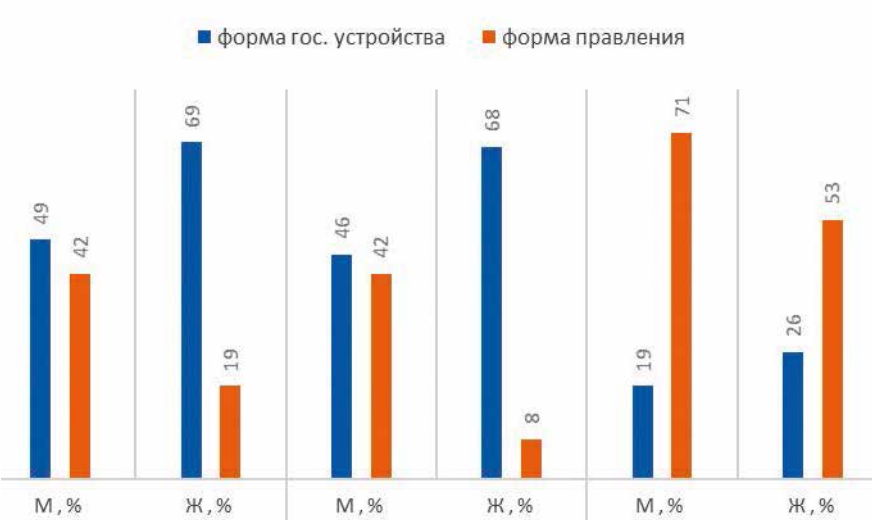


Рис. 13. Элемент «Государственное устройство» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для российской и западной цивилизаций мужчины практически в равной степени выделяли две эти категории. У женщин же для этих двух цивилизаций на первом плане с огромным отрывом выделялась категория формы государственного устройства (федерация, республика, штаты и т. д.).

В представлениях о восточной цивилизации, напротив, все участники исследования выделяли прежде всего форму правления, как

главную характеристику государственного устройства (монархия, диктатура, коммунизм).

Характер развития экономики цивилизаций респонденты описывали также при помощи двух основных категорий (рис. 14).



Рис. 14. Элемент «Экономика» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

В данном случае наметилось важное отличие российской цивилизации от восточной и западной. Для российской цивилизации чаще использовались описания основных институтов экономики. А для восточной и западной участники исследования использовали в основном оценку экономических процессов двух этих цивилизаций и их значимость для всего мира.

При рассмотрении стратификации общества были выделены три главенствующие категории (рис. 15).

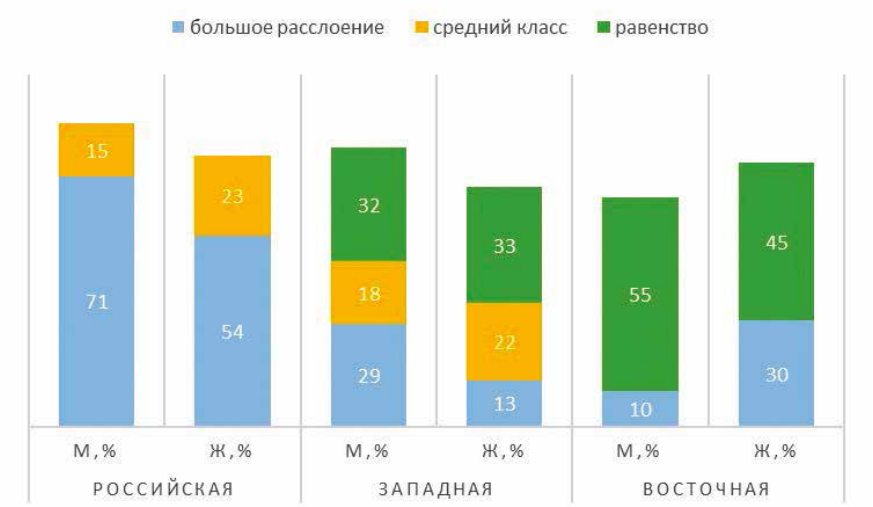


Рис. 15. Элемент «Социально-классовая организация общества» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для российской цивилизации отсутствует категория равенства, которая играет заметную роль при описании западной и восточной цивилизаций. Зато определяющую роль играет категория значительного расслоения общества.

Стоит отметить и еще один интересный результат. Категории среднего класса у восточной цивилизации среди ответов респондентов не обнаружилось, в отличие от других цивилизаций.

В описании правовой системы ситуация похожа на предыдущий элемент (рис. 16).

Для российской цивилизации отсутствует категория справедливой правовой системы. У мужчин здесь основную роль играет категория несправедливости системы, а для женщин — ее традиционности. В описании западной цивилизации, напротив, справедливость системы преобладает в ответах респондентов, особенно мужчин. Для мужчин категория несправедливости отсутствует при описании правовой системы восточной цивилизации, а у женщин — при описании западной.

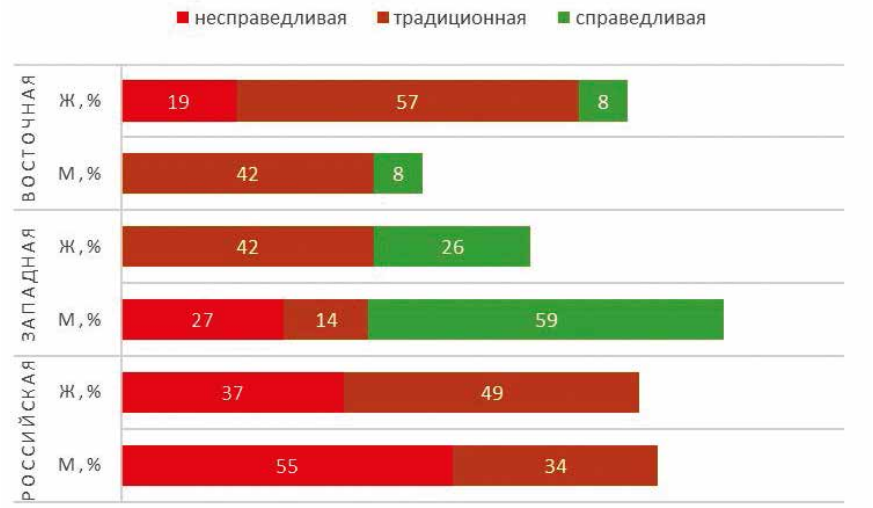


Рис. 16. Элемент «Правовая система» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

При оценке морально-этических норм восточная и российская цивилизации практически полностью повторяют категориальную структуру друг друга (рис. 17).



Рис. 17. Элемент «Морально-этические нормы» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для восточной цивилизации наиболее значимым становится ее традиционность в своих моральных нормах. А, описывая российскую цивилизацию, участники исследования больше ориентировались на эмоциональную оценку моральных качеств. Для двух этих цивилизаций важным оказалась и религия, которая, по мнению респондентов, значимо влияет на все нормы и установки в обществе.

Для западной цивилизации главной моральной установкой респонденты выбирали ориентацию на успех и достижения. Мужчины также высказывали свое эмоциональное отношение к моральным нормам Запада, что в основном носило негативный характер оценки. Женщины отмечали такое качество, как независимость, свойственное идеалам морали западной культуры.

При описании характера образования выделялись две основные категории — эмоционального и когнитивного компонента (рис. 18).



Рис. 18. Элемент «Характер образования» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Наиболее эмоционально на характер образования респонденты реагировали для российской и восточной цивилизаций. Для западной цивилизации в основном выделялись различные аспекты функционирования ее образовательной системы.

В особенностях национальной кухни сразу стоит отметить явные отличия в структуре для всех трех цивилизаций (рис. 19).

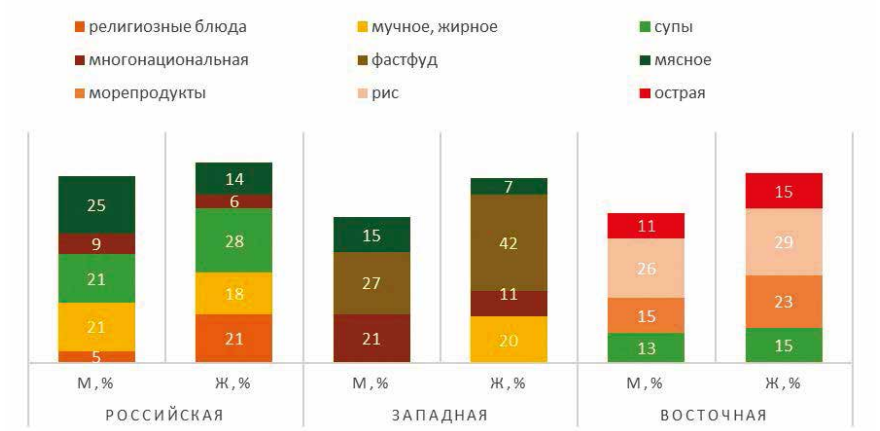


Рис. 19. Элемент «Особенности национальной кухни» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Если западная и российская цивилизации похожи в своих особенностях по категориям мучной, жирной пищи и обилия мясных блюд, то структура восточной цивилизации значительно отличается от всех остальных.

В особенностях семейного уклада российская и западная цивилизации имеют собственную категорию, которая не встречается у других (рис. 20).

Так, российская и восточная цивилизации в целом похожи по показателю традиционности в семейном укладе. Но участники исследования также высказывали свое эмоциональное отношение к семейному укладу российской цивилизации. Для восточной же цивилизации традиционность семейного уклада не имеет других конкурирующих категорий.

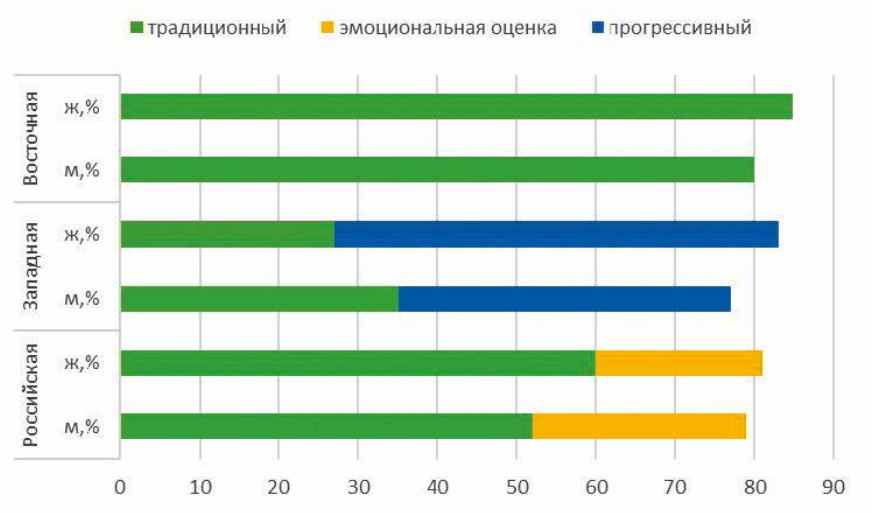


Рис. 20. Элемент «Семейный уклад» социально-этического компонента для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Западная цивилизация имеет основополагающую долю категории прогрессивности в семейном укладе. Она отходит от формата традиционной семьи и семейных отношений.

Для социально-этического компонента характерно четкое разделение на две части: первая связана с социально-экономической и политической деятельностью, а вторая представляет собой традиции и обычаи, характерные для определенной культуры. В ходе первой части участники исследования отдавали должное и высоко оценивали экономическую, политическую и социальную системы восточной и западной цивилизаций. Оценки российской цивилизации по данным компонентам выражались в меньшей степени.

Во второй части, которая касалась морально-этических вопросов, ситуация изменилась. Категориальные структуры ответов участников исследования для восточной и российской цивилизаций стали практически совпадать. То есть в данных элементах прослеживалась тесная духовная и морально-этическая связь этих двух цивилизаций, что говорит о близости данных цивилизационных идентичностях.

Главным элементом в социально-этическом компоненте оказались морально-этические нормы. Для восточной и российской цивилизаций категории полностью совпадали между собой. Основополагающим для построения норм данных цивилизаций является традиционность, соблюдение традиций, правил и выраженность религиозного подтекста в их реализации. Западные моральные ценности успеха и достижения, индивидуальной независимости резко отличаются от норм этих двух цивилизаций и не признаются своими для участников исследования.

Таким образом, важно отметить, что в коллективном сознании творческой молодежи прослеживается понимание различных этических систем для представленных цивилизаций.

Персоналии. Для компонента персоналий всего участниками исследования было отмечено 34 категории. При описании образа власти представленных цивилизаций получились следующие результаты (рис. 21).

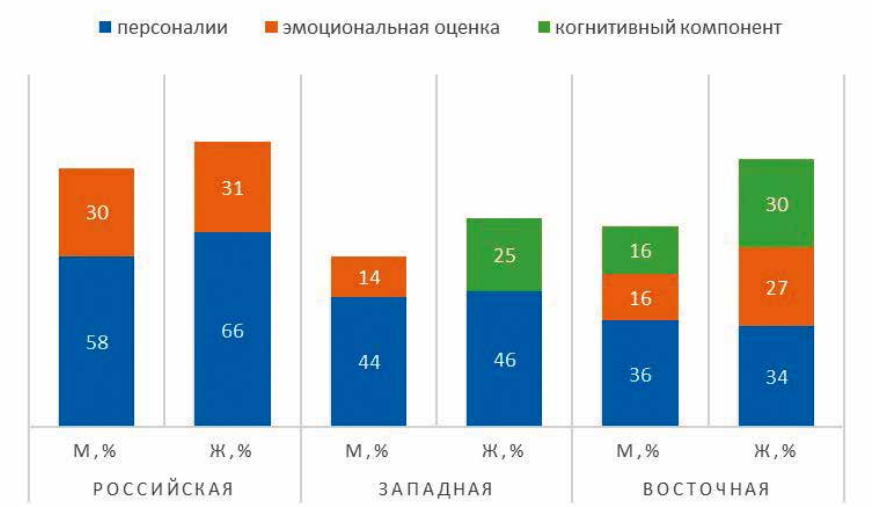


Рис. 21. Элемент «Образ власти» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для всех цивилизаций основной категорией оказалось личностное представление власти в виде реальных политических и общественных деятелей. Для российской цивилизации образ власти практически полностью ассоциировался с личностью В.В. Путина. При оценке российской цивилизации также важным оказалась категория эмоционального отношения к образу власти.

В образе героя преобладание категории конкретной личности уменьшилось по сравнению с образом власти (рис. 22).

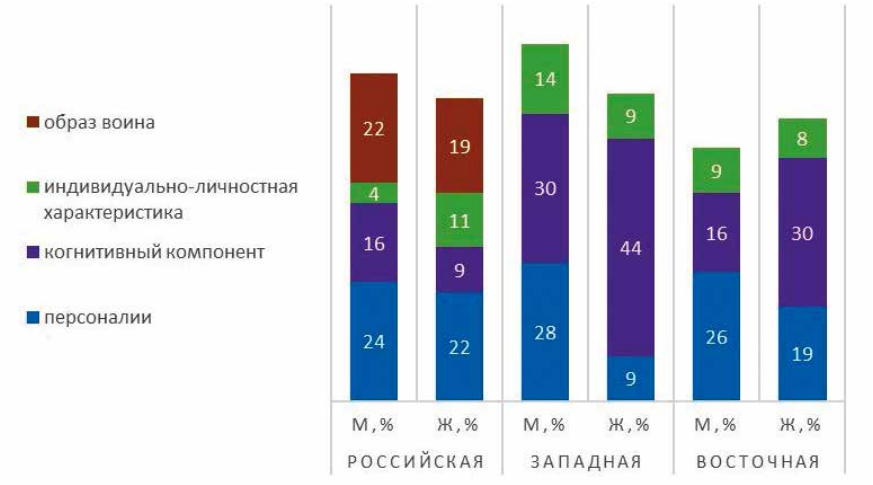


Рис. 22. Элемент «Образ героя» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Кроме личностного воплощения для всех цивилизаций также выделилась категория конкретных индивидуально-личностных качеств, которым должен соответствовать герой (трудолюбивый, амбициозный, храбрый, умный). Но важное отличие российской цивилизации от двух остальных в том, что для нее участники исследования использовали отдельную категорию — воин. Образ героя в значительной степени связан с образом защитника Отечества, с участниками боевых действий, ветеранами.

Категориальная структура образа жертвы практически совпадает у российской и восточной цивилизаций (рис. 23).



Рис. 23. Элемент «Образ жертвы» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Народ и беспомощность — основные две категории образа жертвы российской и восточной цивилизаций. Для западной цивилизации структура получилась совсем иной. Важной категорией здесь оказалось аутсайдерство, так как философия лидерства в принципе ставится во главу угла функционирования западного общества, по мнению респондентов. Для мужчин оказались важными также конкретные личностные воплощения образа жертвы для западной цивилизации.

Образ силовых структур построен на когнитивных и эмоциональных компонентах вместе с конкретным личностным воплощением (рис. 24).

Для описания западной и восточной цивилизаций в основном использовались категории конкретных силовых подразделений, характерных для каждой из них. Для восточной цивилизации в эмоциональной оценке данного образа в основном использовались положительные отзывы респондентов.

Для российской цивилизации эмоциональные оценки были также выражены, но они имели частично негативный характер, особенно характерный для мужчин.



Рис. 24. Элемент «Образ силовых структур» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для образа эксперта и пророка характерно совпадение у мужчин категориальной структуры российской и восточной цивилизаций, а у женщин российской и западной (рис. 25).

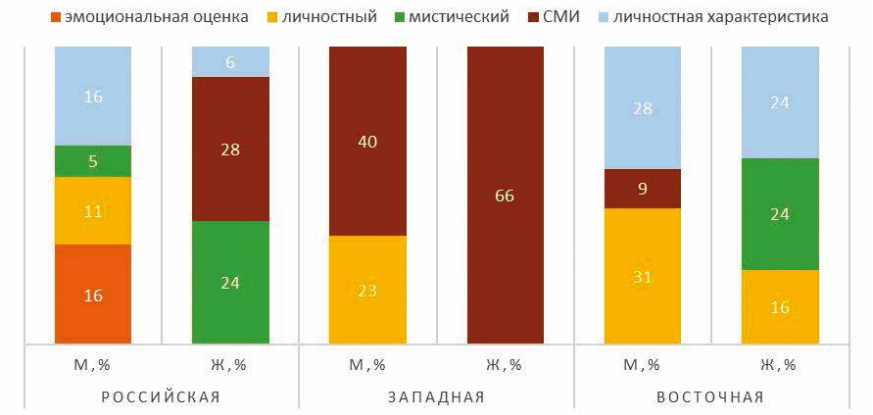


Рис. 25. Элемент «Образ пророка/эксперта» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Мужчины негативно эмоционально оценивают образ пророков и экспертов для российской цивилизации. Для них также важны конкретные личностные характеристики при описании образа эксперта российской и восточной цивилизаций. Женщины склоны оценивать образ эксперта через его принадлежность к СМИ. При описании западной цивилизации в принципе использовалась только данная категория.

Для восточной и российской цивилизаций образ журналиста в основном описывался через индивидуально-личностные характеристики его обладателя (наглый, лживый, справедливый, образованный, уверенный) (рис. 26).

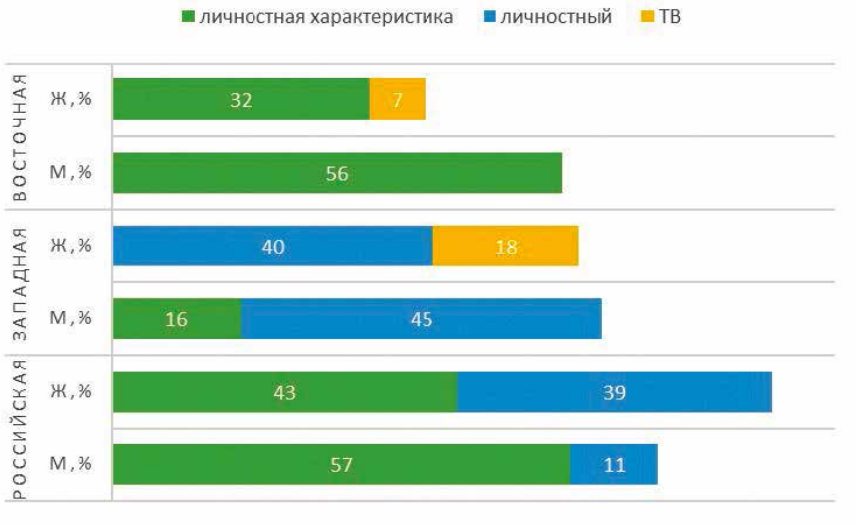


Рис. 26. Элемент «Образ журналиста» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

Для российской и западной цивилизаций общей оказалась категория конкретных личностей, воплощающих в себе образ журналиста. Также для женщин выделялась отдельная категория представителей телевидения.

Образ благотворителя для трех цивилизаций складывался на основе категории известных, богатых людей (рис. 27).

Для мужчин важной была и категория государства как главного благотворителя для каждой из цивилизаций. При описании российской цивилизации женщины отмечали особо категорию обычных людей как главных благотворителей. Данная категория также проявляется и в восточной цивилизации.



Рис. 27. Элемент «Образ благотворителя» компонента «Персоналии» для сравнения российской, западной и восточной цивилизаций

В компоненте персоналий сразу стоит выделить ту особенность, что при описании персоналий российской цивилизации намного чаще, чем для других цивилизаций, использовалась личностная категория, то есть пример конкретной исторической или известной личности. Это связано с тем, что участники лучше осведомлены о конкретных личностях, составляющих основу российской цивилизационной идентичности. Они находятся на повестке дня СМИ и поэтому легко ассоциируются с основными образами, представленными в данном компоненте. Для западной цивилизации также характерно заметно большее употребление конкретных личностей по сравнению

с восточной цивилизацией. Западная массовая культура более популярна в российской действительности, чаще транслируется в СМИ и воспринимается легче и эмоциональнее.

Если говорить о гендерных различиях, то мужчины почти по всем элементам персоналий склонны чаще употреблять в категориях конкретных личностей, причем не только больше в абсолютном количестве, но и значительно разнообразнее в употреблении различных имен. Образная структура основных институтов представленных цивилизаций в значительной степени ассоциирована у мужчин с определенными персоналиями, как историческими, так и встающими на повестке дня у СМИ. Женщины же больше обращают внимание на характеристики и эмоциональные аспекты определенного элемента.

Главным элементом структуры персоналий оказался образ героя. И если для восточной и западной цивилизаций участники исследования в основном выделяли в данном элементе категории, скорее связанные с культурными особенностями и личностными характеристиками, то для российской цивилизации одной из самых важных оказалась категория воинов, участников и ветеранов боевых действий, образ защитника Отчизны. Для представителей российской цивилизации герой воспринимается как человек, готовый на подвиг, защищающий свою страну от агрессора в глобальном масштабе.

Глава 4. Культурные представления о России у молодежи, проживающей в различных регионах страны

4.1. Процедура проведения исследования

В данной главе представлено исследование, которое рассматривало три уровня модели культурных представлений Г. Хофстеде: ритуальную составляющую, реализованную в виде праздников России; исторические символы развития России; образы героев страны и героев регионов проживания молодежи (см. Приложение 1). Исследование проводилось в период с 2020 по 2021 год, выявленные результаты соответствуют культурным представлениям молодежи, актуальным для того временного промежутка.

Выборка исследования

Всего на данном этапе исследования в каждой из трех частей приняли участие 318 человек. Возраст всей выборки составляет от 14 до 28 лет (M = 21,5, SD = 7,2). Респондентами стала молодежь из 8 макрорегионов страны (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). 36 % составляли мужчины и 64 % — женщины.

В первой части данного этапа исследования респондентам предлагалось выбрать из предложенных в анкете 9 вариантов групп праздников: три наиболее важных типа праздников лично для себя, три наиболее важных типа праздников для жителя своего региона, три наиболее важных типа праздников для гражданина России.

Данные группы праздников были выбраны для исследования на основе эмпирических результатов работ и теоретических концептов М.И. Воловиковой с коллегами (Воловикова, 2003, 2012). Итоговый список праздников, предложенный респондентам, выглядел следующим образом: государственные праздники (День независимости, День конституции, День народного единства и т. д.); региональные празд-

ники (День города, День региона, местные праздники); религиозные праздники (Крещение, Пасха, Рождество и т. д.); семейные праздники (день рождения, именины, годовщина и т. д.); Новый год; День Победы (9 мая); «мужские» праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т. д.); «женские» праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т. д.); спортивные праздники (Олимпийские игры, чемпионаты мира и т. д.). Последняя строчка оставалась свободной для заполнения респондентами в случае, если они предложат собственную группу праздников.

Во второй части исследования использовался проективный тест «Незаконченные предложения» Сакса-Леви (Sacks-Levy, 1950), адаптированного Г.Г. Румянцевым в 1969 году. Испытуемые должны были закончить описание образа героя России и образа регионального героя исходя из собственных представлений о данных объектах. При этом описанием могла являться как определенная личностная характеристика, так и пример конкретного вымышленного или реального исторического персонажа.

Интерпретация результатов данного этапа проводилась на основе классификация героев З. Франко и Ф. Зимбардо с коллегами, где было выделено 12 подтипов героизма, которые объединялись в три основных типа: военный героизм, гражданский героизм, социальный героизм (Zimbardo, Boyd, 1999; Franco, Blau, Zimbardo, 2011).

В третьей части исследования предлагалось оценить по степени значимости различные символы для каждого из выделенных исторических периодов развития страны. Ранжирование символов проводилось участниками исследования исходя из следующей шкалы: «1» — наиболее важный символ, «4» — наименее важный. Данное ранжирование осуществлялось для каждого исторического этапа по отдельности.

Разделение на исторические периоды происходило по принципу, который обусловлен сменой политического курса, появлением новых укладов экономической, социальной и культурной жизни страны. Таким образом, выделены следующие этапы: Древняя Русь, Царская Россия, Советский Союз, современная Россия. Такая периодизация

принята в учебной исторической литературе и в общем выделяется многими исследователями-историками как основная (Полищук, 2007; Михеев, 2012).

Далее осуществлялось выявление различных групп символов, отражающих историческое развитие представлений о России, в том числе: образ политического лидера, образ значимой культурной личности, образ главного исторического события, образ географической территории. Данное разделение основано на междисциплинарных исследованиях Е.Н. Богдан и Л.В. Матвеевой, посвященных классификации символов в медиаобразе и образе России (Богдан, 2007; Матвеева, 2008; Литвинов, Матвеева, 2021).

Методология исследования. Испытуемые делились на группы по регионам своего проживания. Данный территориальный уровень исследования был определен в силу того, что в рамках данного этапа рассматривались представления молодежи о региональных героях и праздниках, которые формируются на уровне субъекта Российской Федерации. Таким образом, были представлены жители из субъектов всех макрорегионов страны.

Результаты третьего этапа исследования обрабатывались методом контент-анализа. Для обработки использовались различные математико-статистические алгоритмы (программы SPSS, Microsoft Excel) и статистический критерий Кохрана.

4.2. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме праздничных ритуалов, у молодежи страны

Для проверки меры различий групп праздников между представлениями молодежи о важности этих праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя страны использовался статистический критерий Кохрана, который позволяет соотнести данные различия между собой. Гипотеза критерия состояла в том, что группы праздников по важности одинаковы между собой для этих трех представлений (для себя лично, для жителя своего региона, для жителя России).

Результаты проверки гипотезы:

1) относительно трех типов праздников (спортивные праздники, «мужские» праздники», Новый год) было получено подтверждение гипотезы, выявлена значимая связь (p>0,05) между ответами молодежи;
2) все остальные группы праздников опровергли нулевую гипотезу, значимой связи выявлено не было (p<0,05).

Результаты статистической обработки по типам праздников, у которых была обнаружена значимая связь, представлены в табл. 10.

Таблица 10

Оценка значимости различий между представлениями лично для респондента, для жителя собственного региона и для жителя России для спортивных праздников, «мужских» праздников и Нового года по критерию Кохрана

Статистические критерии	Спортивные праздники	«Мужские» праздники	Новый Год
	318	318	318
Q Кохрана	3,5	2,2	2,5
Ст. св.	2	2	2
Асимптотическая значимость	0,170	0,336	0,281

После статистической проверки производился количественный анализ результатов по выбору респондентами наиболее значимых праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России (рис. 28).

На рисунке проиллюстрированы три основные группы праздников, получившие максимальное количество упоминаний среди опрашиваемой молодежи страны: День Победы (9 мая), Новый год, семейные праздники. Причем, данные группы праздников оказались важны для респондентов на всех трех изучаемых уровнях идентичности: личном, региональном, на уровне страны.

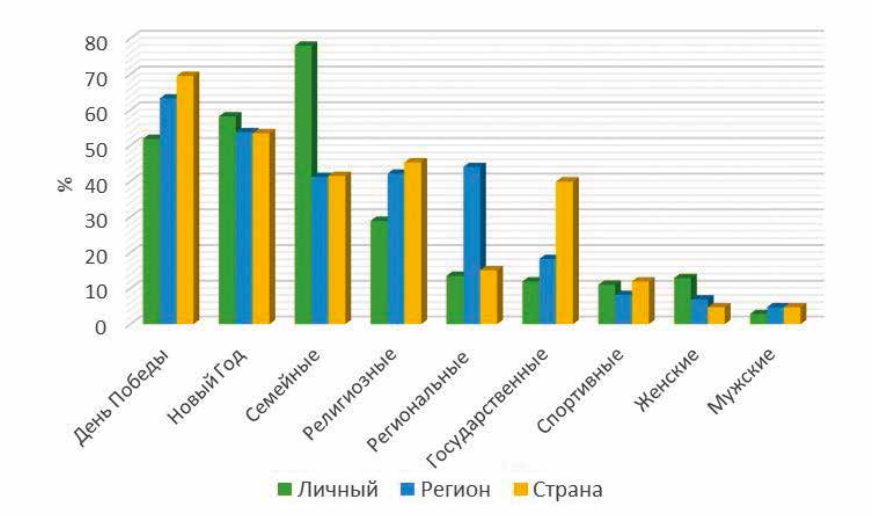


Рис. 28. Рейтинг наиболее значимых типов праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%)

Чтобы более точно понять различия данных уровней, были обработаны количественные показатели по каждому из них в отдельности. На рис. 29 можно наблюдать количественные результаты по наиболее значимым праздникам лично для себя, полученные в ходе опроса всей выборки исследования.

Лично для себя респонденты чаще всего выбирали группу праздников «семейные праздники» (день рождения, именины, годовщина и т. д.). С этим связана личностная идентичность человека, данные праздники имеют наиболее сильную эмоциональную привязку для респондентов.

Второе и третье место в количественном значении заняли праздники Нового года и Дня Победы. Такой выбор обусловлен проявлением уровня социальной идентичности индивида, важностью участия в общественных событиях с целью сплоченности со своей социальной группой, влияниям на решение этой группы.

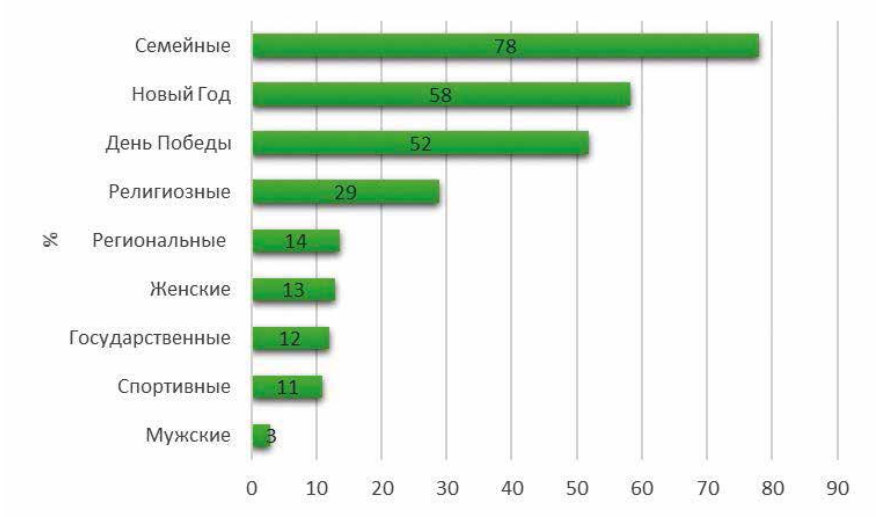


Рис. 29. Рейтинг наиболее значимых праздников лично для респондента по всей выборке (%)

Праздник День Победы (9 мая) важен для молодежи из различных регионов страны в культурно-историческом контексте как проявление культурной идентичности, передачи памяти поколений. Праздник Нового года связан с образом будущего для человека, с его надеждами на будущие улучшения и достижения определенности в жизни. А День Победы (9 мая) связан с символами прошлого, с памятью о своих семейных героях, об истории своего народа и своей семьи.

Чуть ниже в количественном отношении оказались религиозные праздники, особо выделяющиеся на фоне остальных групп праздников. Религиозные ритуалы имеют важное значение для респондентов при выборе оценки значимости праздников лично для себя, это важная составляющая культуры и личности.

Количественные показатели по наиболее значимым праздникам для респондентов в представлении о жителях собственных регионов проиллюстрированы на рис. 30.

В данном случае чаще всего респонденты выбирали следующие праздники (по порядку их важности): День Победы, Новый год, регио-

нальные праздники, религиозные праздники, семейные праздники. Представления о своем регионе у респондентов формируются при непосредственном сопоставлении с представлениями о родной стране, вбирают в себя весь культурно-исторический контекст России. Но региональные и местные праздники также важны для респондентов своей ритуальной составляющей, оказывают воздействие на личностное восприятие индивидом своего региона. Хотя категория региональных праздников в представлении респондентов для себя лично не оказывалась важной и значимой, то есть в личностном отношении респонденты воспринимают данные ритуалы в меньшей степени.

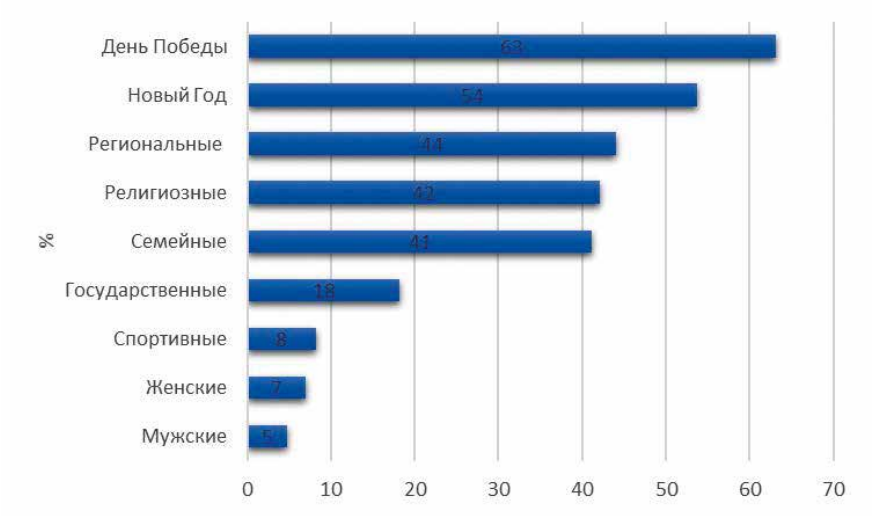


Рис. 30. Рейтинг наиболее значимых праздников в представлении респондентов для жителей собственных регионов (%)

Важное изменение, что в представлениях о жителях своего региона у молодежи на первое место вышел праздник День Победы (9 мая). Представления о своем регионе и его жителях для респондентов связываются с историческими символами страны, которые играют важную роль при формировании образа региона.

Рисунок 31 иллюстрирует количественные результаты по наиболее важным праздникам респондентов в их представлении для жителя России.

Первая пятерка наиболее важных праздников для участников исследования оказалась следующей: День Победы (9 мая), Новый год, религиозные праздники, семейные праздники, государственные праздники. Первые два места по количеству упоминаний сохранились такими же, какими они были в представлении молодежи о жителях своих регионов.

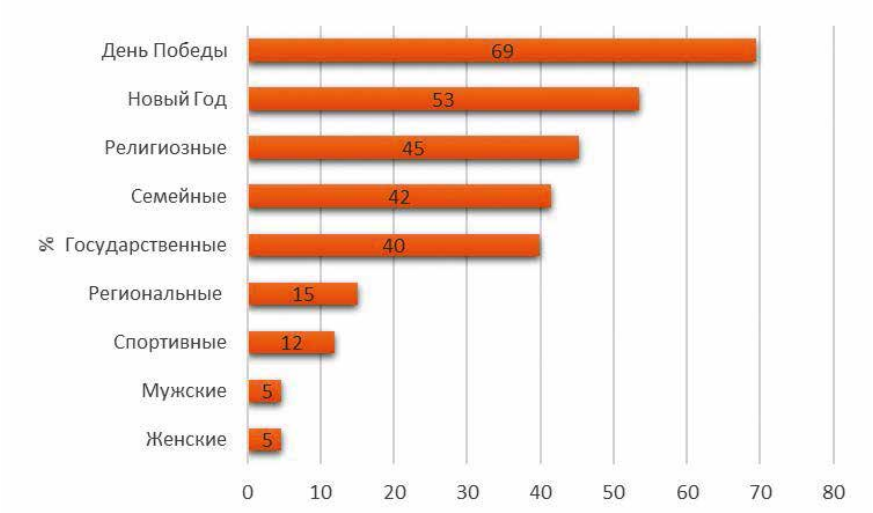


Рис. 31. Рейтинг наиболее значимых праздников в представлении респондентов для жителей России (%)

Интересно отметить следующее: религиозные праздники вышли на третье место, обогнав по количеству упоминаний и государственные, и региональные праздники. Именно религиозные праздники оцениваются респондентами как непосредственно связанные с гражданской идентичностью россиян. Даже личные семейные праздники не оказываются настолько важны, как религиозные обряды и традиции. Это очень важный и интересный результат данного этапа иссле-

дования, который показывает значимость духовного фактора в представлениях молодежи о своей стране.

Следующим шагом исследования была возможность изучить макрорегиональные различия, связанные с оценкой значимости выделенных типов праздников. Результаты данных различий для государственных и региональных праздников проиллюстрированы на рисунке 32, а, б.

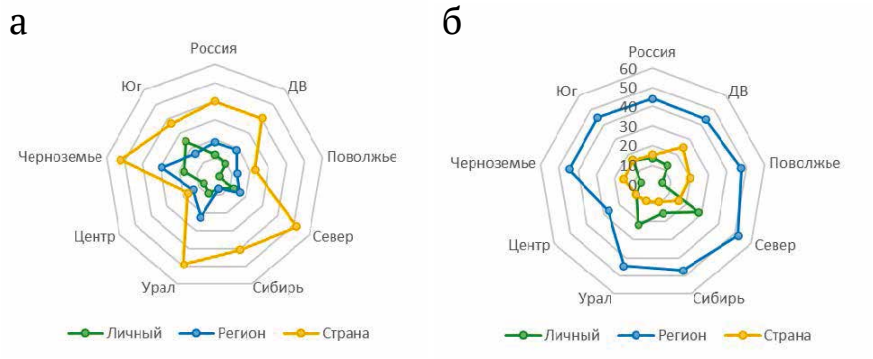


Рис. 32, а, б. Рейтинг государственных (а) и региональных (б) праздников для себя лично, для жителей собственного региона и для России в целом в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%)

На рисунке можно наблюдать неоднородную оценку государственных праздником молодежью из различных макрорегионов страны (рис. 32, а). Для жителей Поволжья и Центральной России наблюдается низкий показатель ответов (20 %) с выделением значимости государственных праздников в их представлении для жителей России в целом.

При рассмотрении региональных праздников получается другая картина (рис. 32, б), хотя по-прежнему заметна неоднородность и различия в представлениях молодежи из различных макрорегионов страны. Представители из Центральной России и в данном случае оценивают низко значимость региональных праздников для жителей своего региона (27 %) в сравнении с другими респондентами. Особенно выделяются и результаты молодежи Севера России — для себя лично они

оценивают значимость региональных праздников значимо выше респондентов из других макрорегионов страны (28 %).

Значимость праздников Нового года и Дня Победы (9 мая) для молодежи из различных макрорегионов страны показана на рис. 33, а, б.

Для праздника Нового года наблюдается более выравненная однородность по ответам молодежи из различных регионов страны (рис. 33, а). Правда, респонденты из макрорегионов Черноземья и Юга России лично для себя и для жителя своего региона оценивают ниже остальных данный праздник.

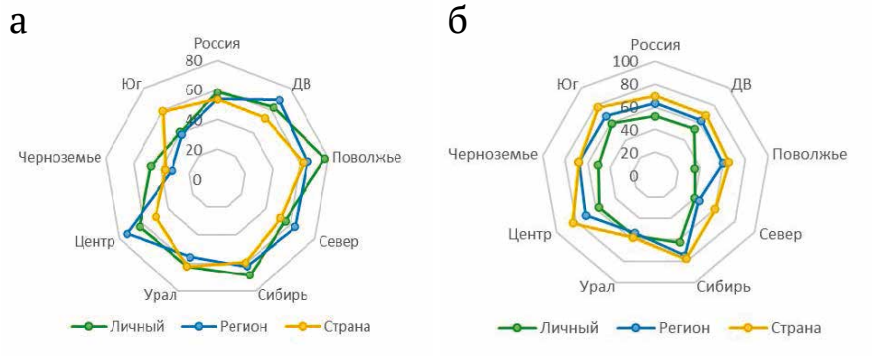


Рис. 33, а, б. Рейтинг праздников Нового года (а) и Дня Победы (б) для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%)

Праздник Дня Победы (9 мая) имеет наиболее однородную структуру оценки значимости для молодежи из всех макрорегионов страны (рис. 33, б). Причем это проявляется на всех рассматриваемых уровнях идентичности молодежи (лично для себя, для жителя своего региона, для жителя России).

Эти результаты согласуются с исследованиями М.И. Воловиковой, в ходе которых три группы праздников (День Победы (9 мая), Новый год, семейные праздники) также оказались наиболее важными для испытуемых со всей России (Воловикова, 2003). Но в отличие от этих исследований, нам удалось показать значимость праздников для мо-

лодежи на различных уровнях идентичности: лично для себя, для жителя собственного региона, для жителя России.

Стоит отметить, что ритуальные элементы в виде праздников оказывают важное воздействие на формирование идентичности индивида и его представлений о своей стране. Как показало наше исследование, на личном уровне молодежь больше оценивает праздники личного характера, связанные с самим собой или своими близкими. На региональном и государственном уровне идентичности важными становятся праздники единения со своей социальной группой в виде Нового года и Дня Победы (9 мая).

В этих праздниках соединяются и личные эмоциональные переживания респондентов, и чувство единения и сплоченности с жителями своего региона, всей России. Данные результаты подтверждают наши ранние исследования, где школьники и студенты из города Москвы оценивали праздник Нового года и парад Дня Победы (9 мая) как наиболее важные ритуалы в жизни всей страны (Матвеева, 2008).

Важным результатом данного этапа исследования следует считать и то, что действительно были показаны количественные различия в оценке респондентами групп праздников на уровне лично для себя, на уровне для жителя своего региона и на уровне для жителя страны. Для каждого уровня идентичности в большинстве случаев молодежь выбирала разные тройки по важности праздников. В их представлении сами они, житель региона и житель России ценят разные группы праздников, разные категории ритуалов и символов. На уровне региональной и гражданской идентичности у них во многом формируются стереотипные представления, которые главным образом основываются на текущей повестке СМИ, что подтверждают наши исследования на пилотном этапе исследования (Литвинов, 2020).

Эти результаты позволяют нам говорить о том, что ценностно-смысловое содержание представлений молодежи из различных регионов России о рассматриваемых группах праздников складывается неоднородно, зависит от оцениваемого ими уровня идентичности. Для себя лично они выбирают прежде всего категорию семейных ценностей, традиций своего рода и ближнего окружения в виде

семейных праздничных ритуалов. Уровень представлений о жителе своего региона направлен на ценность единства своей социальной группы, связан с ощущением и осознанием себя частью единого целого, где есть общие культурно-исторические корни, выражающиеся в виде праздников Дня Победы (9 мая) и Нового года. Уровень представлений о жителях России формируется на основе представлений о своем регионе, связанных не только с культурно-историческим единством социальной группы, но и с единой религиозной основой, укрепляющей это единство при помощи религиозных обычаев, ритуалов, норм религиозного поведения. Данное отношение к группам праздников на различных уровнях идентичности репрезентует в определенной степени структуру представлений о своей стране и своем собственном регионе проживания, оказывается важным для последующего изучения.

Важным результатом исследования стоит отметить и то, что для респондентов из разных макрорегионов страны выделяется разная структура оценки значимости изучаемых групп праздников. Эти различия были продемонстрированы для всех групп праздников, кроме праздника Дня Победы (9 мая), который в оценках оказался устойчивым для жителей всех макрорегионов на всех уровнях идентичности (рис. 33, б). Данный эмпирический факт может свидетельствовать о том, что все государственные программы и мероприятия, которые активно проходят в честь этого события, действительно способствуют формированию ценностных основ у молодежи, связанных с культурно-исторической значимостью данного события. Постоянно появляются новые ритуалы и символы в честь Дня Победы (9 мая): Георгиевская ленточка, Бессмертный полк, военная форма. Данная трансформация ритуальных действий делает этот праздник особенным, способствует сохранению памяти и ее передачи между поколениями россиян.

4.3. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме образов героев, у молодежи страны

В результате обработки данных методом контент-анализа получены обобщенные характеристики и конкретные примеры описания образа героя России у молодежи страны (рис. 34).



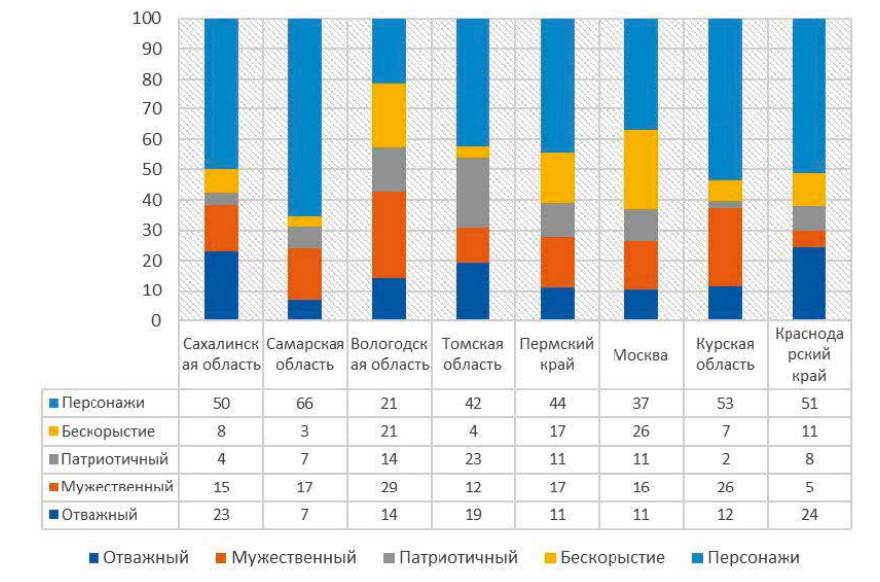
Рис. 34. Описание образа героя России (по всей выборке)

В описании образа героя России респонденты из различных регионов страны руководствовались прежде всего персонифицированными представлениями героя (48 %). А личностные обобщенные характеристики обозначались такими понятиями, как мужественный, отважный, патриотичный, что по классификации З. Франко и Ф. Зимбардо принадлежит к группе описаний военного героизма. Это подтверждается в вариантах ответов с персонифицированными образами героя России у молодежи — воин, ветеран ВОВ, Г.К. Жуков. Но также выделяется и категория гражданского героизма, которая прежде всего соответствует имени космонавта Юрия Гагарина, и социального героизма — в лице действующего руководителя страны В.В. Путина. Интересно и то, что выделяется отдельная категория врачей как представителей граждан-

ского героизма. Это связано с тем, что исследование проводилось в период пандемии коронавирусной инфекции, и для респондентов особенно важным оказался именно образ врача как героя России.

Таким образом, молодежь из различных регионов страны представляет образ героя России, с одной стороны, через конкретных персонажей, основываясь на критерии их личного поступка как проявлении доблести и благородства, а с другой стороны, выделяет конкретные качества личности, свойственные, по их мнению, герою страны.

На рис. 35 представлено процентное соотношение образа героя России для молодежи, проживающей в различных субъектах страны.



	Сахалинская область	Самарская область	Вологодская область	Томская область	Пермский край	Москва	Курская область	Краснодарский край
Персонажи	50	66	21	42	44	37	53	51
Бескорыстие	8	3	21	4	17	26	7	11
Патриотичный	4	7	14	23	11	11	2	8
Мужественный	15	17	29	12	17	16	26	5
Отважный	23	7	14	19	11	11	12	24

Рис. 35. Описание образа героя России у молодежи из различных регионов страны (%)

Отдельного упоминания заслуживает категория бескорыстия, которая имеет важное значение для молодежи при формировании образа героя страны. Особенно данная категория важна для представителей Москвы, Вологодской области и Пермского края. Эту характеристику можно отнести к проявлению социального героизма.

Наибольший процент в общей структуре образа героя (26 %) данная категория набрала именно для молодежи из Москвы. Только категория персонажей обгоняет характеристику бескорыстия в общей структуре образа героя молодежи из Москвы.

Для молодежи из Сахалинской, Курской и Самарской областей характеристика патриотичности не выступает столь существенной по сравнению с молодежью из других регионов. Для них оказывается важным именно военный героизм, выраженный в конкретных персоналиях (ветеран ВОВ, воин, Юрий Гагарин). Напротив, молодежь из Томской области на второе место в своей структуре образа героя ставит именно характеристику патриотичности.

Можно в целом говорить о том, что была обнаружена региональная специфика в формировании образа героя России для молодежи из различных регионов страны (рис. 35). И данные структурные отличия влияют на представление о России в целом.

Теперь рассмотрим описание образа героя своего региона у молодежи страны (рис. 36).

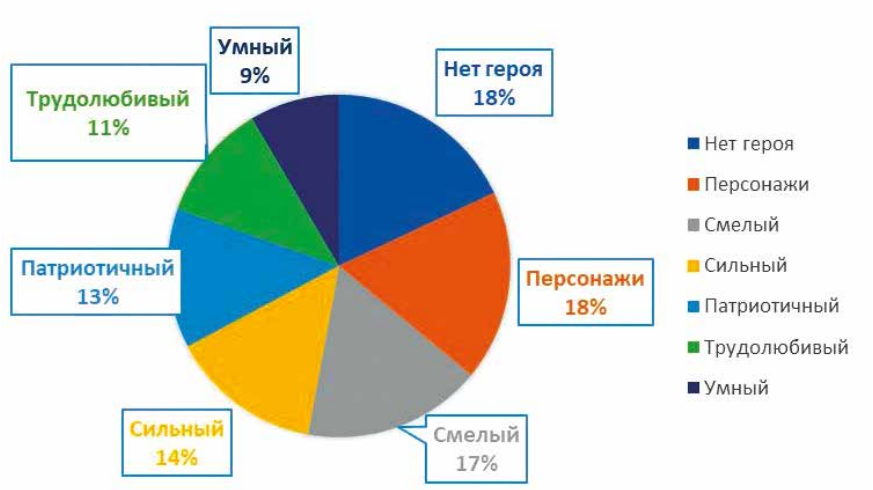
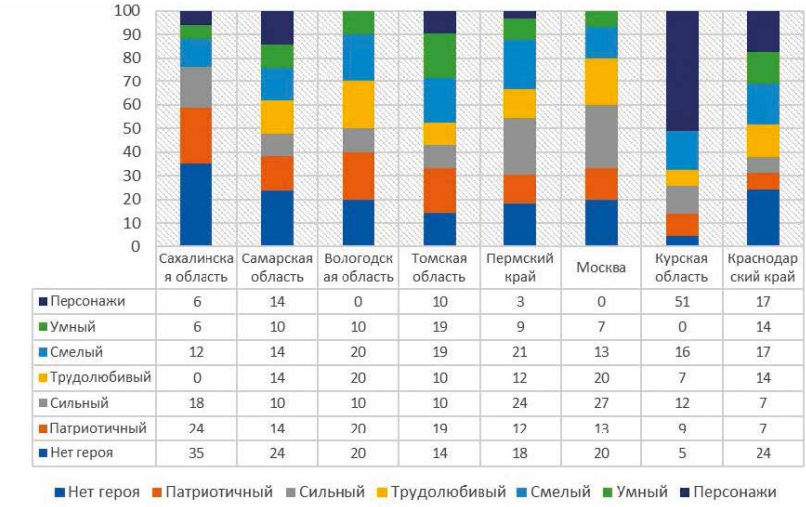


Рис. 36. Описание образа героя своего региона по всей выборке

В образе регионального героя на первый план выходят характерологические качества личности (64 %), а именно характеристики социального героизма: патриотичный, трудолюбивый, умный. Герой собственного региона для молодежи из различных регионов страны — это не просто воин, который встает на защиту своего региона и готов пожертвовать собственной жизнью ради него. Это также и личность, способная на социальную жертву во благо своего региона.

В отличие от образа героя России значительно сократилась категория конкретных персонажей в ответах респондентов по образу героя собственного региона. И появилась отдельная новая категория — отсутствие регионального героя. Получается так, что для молодежи не сформировано конкретного личностного воплощения, которое формирует образ регионального героя. Данный образ недостаточно актуализирован и не наполнен осмысленными репрезентациями из реального жизненного опыта для респондентов.

На рис. 37 представлено процентное соотношение образа героя собственного региона для молодежи, проживающей в различных субъектах страны.



	Сахалинская область	Самарская область	Вологодская область	Томская область	Пермский край	Москва	Курская область	Краснодарский край
Персонажи	6	14	0	10	3	0	51	17
Умный	6	10	10	19	9	7	0	14
Смелый	12	14	20	19	21	13	16	17
Трудолюбивый	0	14	20	10	12	20	7	14
Сильный	18	10	10	10	24	27	12	7
Патриотичный	24	14	20	19	12	13	9	7
Нет героя	35	24	20	14	18	20	5	24

Рис. 37. Описание образа героя собственного региона у молодежи из различных субъектов страны (%)

Характеристика отсутствия регионального героя особенно сильно проявляется в двух приграничных регионах — Сахалинской области и Краснодарском крае. Для молодежи из Курской области, напротив, эта характеристика не так важна как ярко выраженный образ героя в качестве конкретного персонажа. Вместе с Самарской областью это единственные два региона, где молодежь указывала в качестве региональных героев живущих в настоящее время людей.

Для молодежи Краснодарского края, Вологодской и Томской областей характеристики социального героизма (умный, трудолюбивый, патриотичный) являются наиболее существенными по сравнению с респондентами из других регионов (35, 50, 48 % соответственно).

В целом можно отметить, что если образ героя собственного региона формировался на стыке представлений о военном и социальном героизме с преобладанием второго, то для образа героя России преобладают именно представления о военном героизме. Образ героя России достаточно полно и глубоко сформирован в сознании современной российской молодежи, представляющей различные регионы нашей страны. Образ же регионального героя сформирован в меньшей степени и не имеет ярко выраженной конкретной персонификации.

4.4. Особенности представлений о России и ее регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, у молодежи страны

Результаты третьей части данного этапа исследования подвергались статистической обработке данных по критерию Фридмана для выявления меры дифференциации в ответах респондентов между различными группами символов, отражающих историческое развитие представлений о России, для каждого отдельного периода (табл. 11).

Таблица 11

Статистические меры различия в оценках респондентами значимости символов, отражающих определенный этап исторического развития России (по критерию Фридмана)

Статистические меры различия	Категории символов, отражающих определенный этап исторического развития России			
	Политические лидеры	*Культурные персоналии*	*Исторические события*	*Географические места*
Хи-квадрат	150,4	59,7	81,5	8
Степени свободы	3	3	3	3
Асимптотическая значимость (p)	0,000*	0,000*	0,000*	0,045*

* — уровень значимости p<0,05.

Результаты статистической обработки данных свидетельствуют о том, что респонденты по-разному оценивают каждую группу предложенных символов для разных исторических этапов (p<0,05).

Нами получены следующие средние ранги символов, отражающих определенный период исторического развития России у молодежи из различных макрорегионов страны (табл. 12).

Таблица 12

Средние ранги оценок символов, отражающих историческое развитие России, по всей выборке

Исторические этапы	Категории символов, отражающих определенный этап исторического развития России			
	Политические лидеры	*Культурные персоналии*	*Исторические события*	*Географические территории*
Древняя Русь	2,2*	3,0	2,2	2,5
Царская Россия	1,5	3,4	2,4	2,7
Советский союз	1,5	3,4	2,4	2,7
Современная Россия	1,5	3,0	2,8	2,6

* — ранжирование символов проводилось участниками исследования исходя из следующей шкалы: «1» — наиболее важный, «4» — наименее важный.

Для всех исторических этапов развития России респонденты указали главными символами группу «Политические лидеры». В каждом этапе в истории России самыми значимыми выступают прежде всего политические и государственные деятели, которые олицетворяют собой те исторические этапы, во время которых они правили страной. Именно через образы этих личностей складываются представления о России в историческом аспекте.

Но стоит также отметить, что если для царской России, Советского Союза и современной России символ политических лидеров всегда занимал первое место, то для Древней Руси он играет менее значимую роль и оценивается на одном уровне с символом «Исторические события». Этап Древней Руси меньше связан с конкретным политическим лидером, чем другие исторические этапы. Для периода Древней Руси характерную важность приобретают именно определенные события и географические места, с которыми связано это событие или за счет которых происходило расширение территории страны.

Группа символов «Исторические события» по значимости для молодежи России идет на втором месте практически для всех исторических этапов (кроме периода современной России).

Группа символов «Географические территории» в целом менее значима для молодежи России, чем конкретные исторические события. Но для периода современной России данные символы оказываются более значимыми по той причине, что многие респонденты отмечали важность воссоединения Крыма с Россией в представлениях о современной России.

Группа символов «Культурные персоналии» в наименьшей степени выделяется респондентами как значимая для всех этапов исторического развития России. Причем для Древней Руси и современной России данный символ имеет более важное значение, чем для всех остальных периодов. Это связано с мощной мифологизированностью героев Древней Руси и тем, что на респондентов большое влияние оказывает современная повестка СМИ.

Также стоит отметить, что исторические периоды царской России и Советского Союза имеют в определенной степени схожую структу-

ру групп символов. Средние ранги оценок респондентов для данных двух периодов по разным символам формируют одинаковые значения. Для участников исследования два рассматриваемых периода сопоставимы по значимости представленных исторических символов.

Кроме того, рассматривалась структура ассоциаций, связанных у респондентов с каждым историческим периодом развития России. В итоге в табл. 13 показана структура основных ассоциаций, связанных с периодом Древней Руси.

Таблица 13

Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами Древней Руси, в структуре представлений о России

Политические лидеры (36,8 %, всего)	**% упоминаний**	**Исторические события (31,5 %)**	**% упоминаний**
Владимир Красно Солнышко	12,9	Крещение Руси	29,6
Рюриковичи	6,6	Куликовская битва	1,9
Вещий Олег	5		
Иван Грозный	4,7		
Княгиня Ольга	2,8		
Александр Невский	1,9		
Владимир Мономах	1,6		
Ярослав Мудрый	1,3		
Географические символы (9,4 %)	**% упоминаний**	**Культурные персоналии (0 %)**	**% упоминаний**
Русь	4,7	—	—
Золотая Орда	3,1		
Объединение Руси	1,6		

Самой распространенной группой по различным ассоциациям стала группа символов «Политические лидеры». Период Древней Руси для участников исследования ассоциируется именно с личностями, которые на определенном промежутке времени управляли государ-

ством. Причем нет какого-то особого яркого лидера, чье имя полностью охватывает данный этап.

Треть опрошенных респондентов связывают период Древней Руси прежде всего с историческим событием принятия христианства. Как с самим событием, так и с политическим деятелем — князем Владимиром. Историческое прошлое России, по мнению участников исследования, тесно связано с религиозными традициями и ритуалами, которые составляют важную часть культурно-исторического наследия. Но кроме этой даты других важных событий практически не упоминалось. Это может быть связано с тем, что для молодежи отсутствует особая когнитивная значимость данного периода и важным становится только те факты, которые наиболее представлены в СМИ, постоянно обсуждаются в информационных сетях.

Это подтверждается и тем, что для 5 % респондентов правление Ивана Грозного вошло в исторический период Древней Руси. Для части респондентов нет четкого когнитивного разделения периодов Древней Руси и царской России, они просто не могут определить точных временных рамок для событий тех времен.

Географические символы присутствуют для Древней Руси незначительно (9,4 % от всех упоминаний). Но все-таки респонденты обращают на них внимание, таким образом, наблюдается некоторая пространственная привязка к образу Древней Руси.

В табл. 14 представлены основные ассоциации, связанные с периодом царской России.

Для исторического периода царской России также наибольшее количество ассоциаций представлено в группе символов политических лидеров. Но здесь уже выделяется яркая личность Петра I, с персоной которого связывает данный период почти треть респондентов. На втором месте со значительным отставанием располагается личность Ивана Грозного. Совсем немного упоминаний для рассматриваемого периода российской истории связано с историческими событиями (10,1 %), а географические символы практически не упоминаются.

Таблица 14

Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами царской России, в структуре представлений о России

Политические лидеры (65,1 %, всего)	**% упоминаний**	**Исторические события (10,1 %)**	**% упоминаний**
Петр I	32,4	Отмена крепостного	
Иван Грозный	11	права	6,6
Романовы	6,6	Отечественная война	
Екатерина II	6,6	1812 г.	1,9
Николай II	6,6	Революция 1917 г.	1,6
Александр II	1,9		
Географические символы (1,6 %)	**% упоминаний**	**Культурные персоналии (0 %)**	**% упоминаний**
Северная война	1,6	—	—

Особо стоит отметить тот факт, что Отечественная война 1812 года практически не отражается в ассоциациях респондентов. Одно из важнейших исторических событий данного периода остается без внимания участников исследования и не несет для них значимой эмоциональной окраски, не входит в структуру представлений об историческом прошлом страны.

Молодежь из различных регионов России слабо осведомлена об основных исторических событиях данного периода. Для нее имеют значение только известные исторические лидеры, которые наиболее представлены в рамках повестки дня СМИ.

В табл. 15 показаны наиболее важные ассоциации, связанные с историческим периодом Советского Союза.

Таблица 15

Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами Советского союза, в структуре представлений о России

Политические лидеры (38 %, всего)	**% упоминаний**	**Исторические события (37,8 %)**	**% упоминаний**
Сталин	22,6	Великая Отечественная	
Ленин	13,8	война	5,8
Брежнев	1,6	Развал Советского союза	7,9
		Первый полет в космос	2,5
		Перестройка	1,6
Географические символы (0 %)	**% упоминаний**	**Культурные персоналии (0 %)**	**% упоминаний**
—	—	—	—

Для периода Советского Союза самой дифференцированной группой символов по различным ассоциациям является группа «Исторические события». В целом важно отметить, что для рассматриваемого исторического этапа наблюдается значительно меньше вариантов ассоциаций в сравнении с предыдущими историческими этапами. Несмотря на то что период Советского Союза наиболее приближен к современной молодежи, но и он оказывается относительно слабо изученным ею.

Определяющей становится категория Великой Отечественной войны. Практически также значимым становится и ассоциация, связанная с личностью И.В. Сталина. Выходит, что война и политический деятель, при котором она была, во многом определяют лицо данного исторического периода. Важно отметить то, что в отличие от Отечественной войны 1812 года для современной молодежи события Великой Отечественной войны по-прежнему остаются актуальными и эмоционально значимыми. Все мероприятия, связанные с этим событием на государственном уровне, действительно способствуют формированию у молодежи сильного образа, который тесно связан с периодом Советского Союза. Это очень важно для патриотического воспитания молодежи и пробуждения интереса к истории

своего государства. Данные результаты согласуются с эмпирическими результатами предыдущего этапа исследования, посвященного ритуальным составляющим праздников России. Там также было показано, что праздник День Победы (9 мая) является важной структурной составляющей представлений молодежи о России, значимым элементом при формировании их региональной и гражданской идентичности.

В табл. 16 представлены основные ассоциации участников исследования для периода современной России.

Таблица 16

Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами современной России, в структуре представлений о России

Политические лидеры (50 %, всего)	**% упоминаний**	**Исторические события (5,4 %)**	**% упоминаний**
В.В. Путин	48,4	Экономические кризисы	2,2
Ельцин	1,6	Изменение Конституции	1,6
		Коронавирус	1,6
Географические символы (17,6 %)	**% упоминаний**	**Культурные персоналии (0 %)**	**% упоминаний**
Воссоединение с Крымом	14,8	—	—
Олимпийские игры в Сочи	2,8		

Для исторического периода современной России показано наибольшее количество ассоциаций по всем группам символов. Особенно важной становится группа «Политические лидеры». Но данная группа выражена практически полностью всего одной личностной категорией — президентом В.В. Путиным. Ни в какой другой период не была столь велика роль одной личностной ассоциации в общей структуре символов, как личность В.В. Путина для современной России. Данная

ассоциация настолько сильна и важна для молодежи, что перекрывает все другие ассоциации, связанные с периодом современной России.

Стоит отметить, что на втором месте расположился географический символ воссоединения Крыма с Россией, а третье место занял символ Олимпийских игр в Сочи. Именно факт территориальной значимости Сочи и Крыма определил выделение в общем ранге для современной России группы символов «Географические символы» (табл. 12), которая заняла второе место.

Также респондентами упоминаются актуальные события последнего времени (экономический кризис, поправки в Конституцию, пандемия коронавируса), то есть события, непосредственно переживаемые участниками исследования в период прохождения опроса (2020–2021 гг.).

В итоге можно говорить о том, что у молодежи не происходит актуализации группы символов культурных персоналий по всем периодам исторического развития России. Упоминаются в основном только политические лидеры и исторические события, без особой пространственной привязки. Символов, которые были бы связаны с культурными элементами, практически нет.

Для разных исторических этапов определяющую роль играют конкретные исторические лидеры, которые управляли страной в тот или иной период. Именно через конкретного правителя происходит ассоциация с историческим периодом и определяется эмоциональное отношение к нему. Важным фактором выступают и яркие исторические события, играющие роль связующих элементов в построении исторической картины мира. Пространственный фактор играет меньшую роль для периодов прошлого, но определяет во многом представления о настоящем.

Глава 5. Категориальная структура образа России и образов регионов России в менталитете молодежи страны

В данной части исследования мы использовали метод семантического дифференциала (Серкин, 2004) с целью выявления основных семантических категорий восприятия образов стран в сознании респондентов. Этот метод позволяет выявить элементы картины мира, в которых отражаются субъективное отношение к содержанию образа, поведенческие реакции и оценки.

Метод семантического дифференциала относится к психосемантическим методам. Идея самой методики появилась в ходе исследования феномена синестезии, суть которого состоит в ассоциативной связи разномодальных ощущений у субъекта. В поисках свидетельства общечеловеческой универсальности психологических механизмов синестезии Ч. Осгуд (1957) поставил задачу — выделить инвариантные коррелирующие «пучки» прилагательных, описывающих наиболее общие сенсорно-эмоциональные впечатления субъекта. В многочисленных экспериментах Ч. Осгуда и его сотрудников было выделено три значимых фактора, объяснявших 50 % общей дисперсии данных. Факторы были проинтерпретированы как: Emotion — Оценка (хороший/плохой, красивый/безобразный, добрый/злой); Potency — Сила (сильный/слабый, твердый/мягкий, большой/маленький); Activity — Активность (активный/пассивный, горячий/холодный, быстрый/медленный). Соответствующее пространство EPA (ОСА) стало стандартной моделью представления результатов экспериментов с использованием семантического дифференциала.

В психологии с середины прошлого века были очень популярны поиски устойчивых личностных факторов. В частности, в понятийный аппарат психологии вошло словосочетание «Большая пятерка факторов» (Big Five), описывающее категории межличностного восприятия людей, принадлежащих к различным социальным слоям и культурам. На сегодняшний день не сформировано единого мнения о Большой

пятерке, но имеются предположения, что ее открытие принадлежит Р. Кэттеллу, так как выявленные им еще в 50-е годы «вторичные факторы», объединяющие «шестнадцать личностных факторов» опросника 16PF в более емкие и обобщенные факторы, обладают несомненным сходством с Большой пятеркой. Названия Большой пятерки несколько различаются у разных авторов. Наиболее общепризнанным считается вариант, предложенный Л. Голдбергом: 1) экстраверсия, энергичность; 2) согласие, дружелюбие; 3) сознательность, самоконтроль; 4) эмоциональная стабильность, устойчивость; 5) интеллектуальная и культурная открытость новому опыту (Гольдберг, Шмелев, 1993). Важно отметить, что данный метод применяется не только в отношении образа человека, но и любого другого образа, который возникает в сознании человека и может быть как-то оценен и описан. Например, таким образом может выступить коллективный образ телевизионной передачи, собирательный образ героя русских сказок, образ города или страны и т. д.

Частные формы семантического пространства, построенные для более узкого набора шкал и шкалируемых понятий, подвержены индивидуальным различиям. Исследования отечественных авторов Е.Ю. Артемьевой, В.Ф. Петренко, А.Г. Шмелёва (2005) показывают, что универсального личностного семантического дифференциала не существует, и в зависимости от задачи исследования и выборки испытуемых необходимо в каждом конкретном случае строить семантическое пространство заново.

5.1. Методология проведения эмпирического исследования

Выборка исследования

Всего на данном этапе эмпирического исследования приняли участие 755 человек. Средний возраст выборки колеблется от 14 до 35 лет (M = 24,5, SD = 10,2), что соответствует возрастным рамкам молодежи согласно ФЗ №-489 «О молодежной политике в Российской Федерации». Из них 68 % составляли женщины и 32 % — мужчины.

Процедура исследования

Исследование проводилось в два этапа: в марте-мае 2020 года и в марте-мае 2021 года. Сбор данных проходил в дистанционном цифровом формате с помощью онлайн-сервиса Testograf.ru. Данный сервис представляет собой специальную лицензированную площадку для сбора данных, в которой респонденты дают свое официальное согласие на обработку полученных данных в научных целях.

Выборка исследования складывалась из нескольких групп респондентов. Основными критериями формирования выборки являлись: возраст респондентов (от 14 до 35 лет); проживание респондентов в различных регионах страны (исключая регионы с ярко выраженной этнической идентичностью); по возможности, исключение участников, которые обучаются на психологическом и социологическом факультетах (наиболее подготовленных к опросной форме исследований).

Основная часть выборки состояла из представителей студенческих региональных сообществ различных субъектов России. Сбор данных происходил при сотрудничестве с лидерами мнений определенного региона. Участие респондентов носило добровольный характер.

В исследовании в общей совокупности принимала участие молодежь, которая проживает в 8 макрорегионах России (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). Данные макрорегионы выделены на основе сетки федеральных округов и экономических районов Российской Федерации. Они являются политически и культурно-исторически признанными территориальными образованиями, развивающимися долгое время на единых основаниях (Туровский, 2003; Головнева, 2013). Такая сетка макрорегионов формируется на основе Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р.

В среднем в каждом макрорегионе принимала участие молодежь из 3–4 субъектов РФ (всего было представлено в исследовании 30 субъектов РФ). При выборе количества субъектов учитывались

площадь представленных макрорегионов, численный состав населения, количество входящих в него в целом субъектов Российской Федерации, в связи с чем, макрорегион Черноземья представлен в исследовании всего одним субъектом (Курская область), так как это самый маленький по площади, количеству населения и количеству субъектов Российской Федерации макрорегион среди всех заявленных в исследовании. Напротив, макрорегион Сибири включает в себя 6 субъектов Российской Федерации. Это связано с тем, что макрорегион Сибири обладает одной из наиболее крупных площадей среди остальных макрорегионов, отличается большой численностью населения. Данное соотношение макрорегионов и субъектов представлено в табл. 17.

Таблица 17

Распределение участников исследования по макрорегионам РФ

Макрорегион	**Кол-во респондентов в каждом макрорегионе**	**Субъекты РФ, входящие в макрорегионы**	**Кол-во респондентов в каждом субъекте**
Дальний Восток	74	Сахалинская область	34
		Приморский край	16
		Хабаровский край	24
Поволжье	105	Самарская область	54
		Пензенская область	32
		Нижегородская область	19
Север России	110	Вологодская область	30
		Архангельская область	12
		Калининградская область	14
		Санкт-Петербург (с Ленинградской областью)	54

Макрорегион	**Кол-во респондентов в каждом макрорегионе**	**Субъекты РФ, входящие в макрорегионы**	**Кол-во респондентов в каждом субъекте**
Сибирь	95	Томская область	40
		Алтайский край	8
		Кемеровская область	10
		Красноярский край	12
		Новосибирская область	12
		Омская область	13
Урал	98	Пермский край	55
		Свердловская область	27
		Челябинская область	16
Центральная Россия	112	Москва (с Московской областью)	74
		Рязанская область	27
		Ярославская область	11
Черноземье	78	Курская область	78
Юг России	83	Краснодарский край	38
		Ростовская область	24
		Республика Крым (с Севастополем)	8
		Ставропольский край	13

Использовалась психосемантическая шкала с 33 биполярными характеристиками. Респонденты из каждого макрорегиона страны отдельно оценивали образ России и отдельно оценивали образ родного региона проживания.

Также рассчитывались факторные значения по каждому из представленных макрорегионов, на которые делилась вся выборка исследования (Север России, Урал, Сибирь, Центральная Россия, Черноземье, Поволжье, Юг России, Дальний Восток). В среднем по каждому из макрорегионов выборка составляла по 94 человека, что позволяет говорить о корректном использовании факторизации данных и получении надежных результатов исследования (Наследов, 2004; Сидоренко, 2004).

Результаты данного этапа обрабатывались с использованием программ Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 23 и ее процедур, в том числе показателя меры адекватности выборки Кайзера — Мейера — Олкина; критерия Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторного факторного анализа; таблицы сопряженности.

5.2. Факторная структура представлений о России у молодежи из различных макрорегионов страны

Обработка результатов полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) позволила получить следующую факторную структуру представлений о России, описывающую 64,1 % дисперсии всех данных (табл. 18).

На первом месте оказался фактор «Процветание и безопасность», описывающий 27,4 % дисперсии. Особо важно отметить, что он содержит существенную часть всей дисперсии (более четверти всех данных). Данный фактор включает в себя характеристики безопасности и миролюбия, а также и нравственно-этический блок.

Данный факт говорит о том, что при оценке представлений о собственной стране молодежь ориентируется не на ее силу и мощь, а на особое когнитивное ощущение безопасности и эмоциональную связь с территорией в виде ее визуальной привлекательности. Причем все эти характеристики важны в равной степени.

Таблица 18

Факторная структура представлений о России у молодежи из различных макрорегионов страны

Фактор 1 (27,4 %) «Процветание и безопасность (комфортности проживания)»	**Вес**	**Фактор 2 (11,5 %) «Социальная дистанция»**	**Вес**
Оптимистичный — пессимистичный	0,75	Просторный — тесный	0,71
Чистый — грязный	0,73	Родной — чужой	0,65
Вежливый — грубый	0,72	Прекрасный —	
Процветающий — умирающий	0,70	уродливый	0,54
Теплый — холодный	0,69	Остроумный —	
Мирный — воинственный	0,69	неостроумный	0,52
Веселый — грустный	0,69	Яркий — тусклый	0,52
Милосердный — жестокий	0,68		
Безопасный — опасный	0,68		
Прогрессивный — отсталый	0,67		
Надежный — ненадежный	0,65		
Добрый — злой	0,64		
Трудолюбивый — ленивый	0,62		
Открытый — замкнутый	0,60		
Нравственный — безнравственный	0,57		
фактор 3 (11,2 %) «Сила и могущество»	**Вес**	**Фактор 4 (6 %) «Духовность и патриотичность»**	**Вес**
Принципиальный —		Верующий —	0,85
беспринципный	0,66	атеистический	0,64
Сильный — слабый	0,63	Духовный —	0,40
Могущественный — немощный	0,59	материальный	
Авторитетный — неавторитетный	0,57	Патриотичный —	
Надежный — ненадежный	0,52	непатриотичный	
фактор 5 (4 %) «Когнитивная сложность»	**Вес**	**Фактор 6 (4 %) «Самобытность»**	**Вес**
Хитрый — простодушный	0,87	Самобытный —	
Сложный — простой	0,53	похожий на других	0,70
		Сложный — простой	0,65

Также стоит отметить, что на второе место по степени значимости вышел фактор «Социальная дистанция», описывающий 11,5% дисперсии. В данном факторе основными характеристиками выступают просторность (отсылка к физическому пространству), социальная дистанция, характеристика красоты (эстетический компонент) и остроумность (когнитивный компонент). Данный факт свидетельствует о том, что при оценке представлений о собственной стране молодежь ориентируется на более тесную эмоциональную связь с ней, психологическая близость территории становится во многом определяющей для них.

Третий фактор, «Сила и могущество» (11,2% дисперсии), описывается характеристиками принципиальности, силы, могущества, авторитета и надежности. Респондентам важен не только образ силы, но и принципиальность, борьба за справедливость в образе родной страны.

Четвертый фактор, «Духовность и патриотичность» (6% дисперсии), описывается характеристиками веры, духовности и патриотичности. По мнению респондентов, характеристика патриотичности напрямую связана с верой и духовностью, а атеистичность — с характеристикой, противоположной патриотизму. Это очень важный результат, который позволяет говорить об особой духовно-нравственной составляющей в картине мира молодежи нашей страны.

Пятый фактор, «Когнитивная сложность» (4%), описывается характеристиками хитрости и сложности.

Стоит отметить, что выделился еще один, шестой, фактор, который раскрывает уникальные характеристики России. Данный фактор можно обозначить как фактор «Самобытность» (4% дисперсии). Он отражает не внешние проявления различий, которые могут отличать образ России от других объектов, а, скорее, внутригрупповые различия в представлениях о родной стране, связанные с ее многонациональностью и многоконфессиональностью.

В итоге факторное пространство представлений о России для молодежи из различных макрорегионов страны представлено на рис. 38.

Сразу стоит сказать, что данное психосемантическое пространство репрезентует оценочную структуру респондентов исключительно в поле сравнения восьми выделенных объектов (молодежь из различных макрорегионов страны). Поэтому, если по какому-то фактору объект переходит в отрицательную плоскость оценки, это не свидетельствует об однозначно отрицательном отношении молодежи по этому фактору к объекту. Данный рисунок иллюстрирует отношение этих объектов в едином поле данных для сравнения между собой.

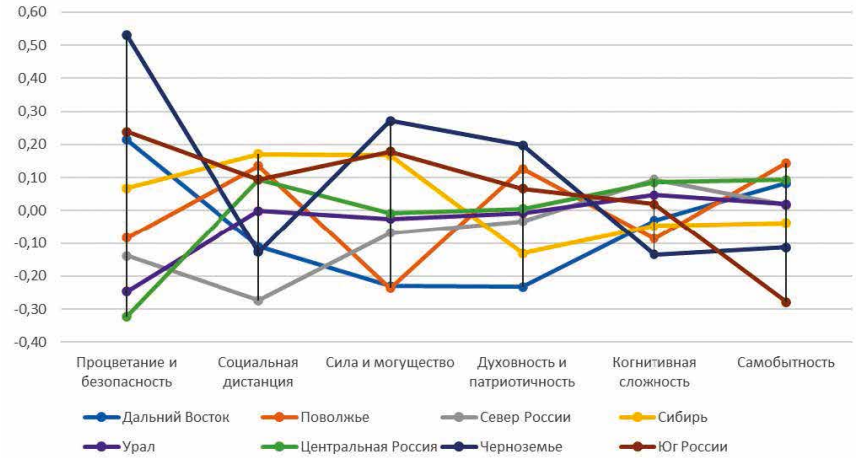


Рис. 38. Категориальная структура представлений о России у молодежи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось — названия факторов; вертикальная ось — значения факторов)

По первому фактору, «Процветание и безопасность», выше среднего уровня показаны факторные значения молодежи из макрорегиона Черноземье. Для местной молодежи образ России вызывает наибольший интерес, представляется визуально привлекательным и безопасным. Для молодежи Юга России, Сибири и Дальнего Востока факторные значения выделяются несколько выше среднего уровня. Для представителей Севера России, Центральной России и Урала данный фактор приобретает значения ниже остальных регионов.

Данную структуру значений можно объяснить тем, что макрорегион Черноземья имеет благоприятные условия для проживания и находится в непосредственной близости от основных культурных центров страны и стратегически важных объектов. И данный образ своего макрорегиона переносится у молодежи макрорегиона в целом на образ России. А жители Севера России, Центральной России и Урала наблюдают менее визуально привлекательные аттрактивные образы своей территории, связанные с более суровыми природными условиями проживания и более резкой сменой климатических периодов в году.

Второй фактор, «Социальная дистанция», для представителей практически всех макрорегионов занимает область средних значений. Особо выделяется молодежь Севера России, которая по данному фактору ниже остальных оценивает образ России. Для них образ страны характеризуется, скорее, как тесный и чужой. Это может быть связано с приграничным положением макрорегиона, а также относительно неблагоприятными условиями для проживания населения и ведения хозяйственной деятельности. Пространство данного региона ограниченно естественными природными барьерами, что и отражается на восприятии психологической близости данной территории и России в целом.

Третий фактор, «Сила и могущество», принимает максимальные положительные значения для молодежи из Черноземья, Юга России и Сибири. Они высоко оценивают авторитет страны, ее силу и могущество. Для представителей макрорегионов Поволжья и Дальнего Востока данный фактор опускается в плоскость значений ниже остальных регионов. И в данном случае возможно предположить, что для представителей макрорегиона Дальнего Востока такой образ России складывается по причине перенесения релевантных представлений с образа своего региона. Дальний Восток — это наиболее удаленный от центра макрорегион, характеризуемый наиболее высокими показателями миграционного оттока местного населения, по причине чего молодежь не ощущает реальной силы своего региона в образе страны в целом.

Четвертый фактор, «Духовность и патриотичность», располагается в области средних значений для всех объектов. Выше остальных он оценивается респондентами из Черноземья, Юга России и Поволжья. Существенно ниже остальных оценивается представителями Дальнего Востока, которые считают образ России как более материальный и неверующий. Это может быть связано с суровостью климата Дальнего Востока, с преобладанием у местных жителей материальных качеств, которые способствуют выживанию в таком климате. И для местной молодежи такой образ жителя переносится на образ региона, что, в свою очередь, непосредственно влияет на представления о России в целом.

Пятый фактор, «Когнитивная сложность», в оценках респондентов наименее дифференцирован. В целом все респонденты оценили данный фактор на среднем уровне.

Шестой фактор, «Самобытность», также сосредоточен в оценках в области средних значений. В сторону высоких значений выделяются оценки респондентов из Поволжья, Дальнего Востока и Центральной России. Наименьший показатель отражен в оценках молодежи Юга России. Для них характеристики самобытности и сложности слабо выражены в образе России. Макрорегион Поволжья, напротив, несет в себе достаточно разнообразную и яркую этническую составляющую. Сквозь призму данных межэтнических представлений молодежь смотрит и на целостный образ России, что позволяет оценивать его как весьма самобытный.

В целом важно отметить, что наиболее значимыми оказались первые три фактора категориальной структуры представлений о России («Процветание и безопасность», «Социальная дистанция», «Сила и могущество»). И по этим трем факторам можно выделить два макрорегиона, где молодежь наиболее позитивно оценивала свои представления о России — это макрорегионы Черноземья и Юга России. Наиболее низкие показатели в представлениях о России были продемонстрированы молодежью из макрорегионов Севера России, Урала и Центральной России.

5.3. Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны

На данном этапе выявлялась факторная структура представлений о собственном регионе проживания у молодежи каждого из изучаемых макрорегионов страны.

Результат обработки полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) позволил получить следующую факторную структуру представлений молодежи о собственных регионах проживания, описывающую 67,1 % дисперсии всех данных (табл. 19).

Стоит отметить, что если в категориальной структуре представлений о России были выявлены три наиболее важных фактора (со значимым преобладанием первого фактора), то в категориальной структуре представлений о собственном регионе респондентами выделяются сразу пять наиболее важных факторов. Первый фактор также имеет значимый перевес, но в меньшей степени.

На первом месте оказался фактор «Процветание и сила», который значительно опережает по весу все остальные факторы (21,1 % дисперсии). Современная молодежь России формирует представления о собственном регионе прежде всего исходя из его авторитета и мощи по сравнению с другими регионами. В данном факторе также присутствуют личностные характеристики (независимость, чистота, ум, трудолюбие), которые также оказались важными для респондентов.

Второй фактор «Безопасность и миролюбие» описывает 13,2 % дисперсии. Он содержит характеристики мира, безопасности и нравственно-этические характеристики (вежливость, милосердие, доброта, нравственность). В факторном пространстве представлений о России данные характеристики входили в один общий первый фактор, здесь же данные характеристики выделяются в отдельный фактор.

Таблица 19

Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны (анализ данных только по образу своих регионов)

Фактор 1 (21,1 %) «Процветание и сила»	**Вес**	**Фактор 2 (13,2 %) «Безопасность и миролюбие»**	**Вес**
Прогрессивный — отсталый	0,80	Мирный — воинственный	0,75
Процветающий — умирающий	0,78	Безопасный — опасный	0,65
Авторитетный — неавторитетный	0,76	Вежливый — грубый	0,60
Могущественный — немощный	0,75	Милосердный — жестокий	0,57
Сильный — слабый	0,73	Добрый — злой	0,56
Независимый — зависимый	0,70	Нравственный — безнравственный	0,53
Решительный — нерешительный	0,64	Надежный — ненадежный	0,50
Чистый — грязный	0,52		
Умный — глупый	0,50		
Трудолюбивый — ленивый	0,47		
Фактор 3 (9,7 %) «Духовность и патриотичность»	**Вес**	**Фактор 4 (9,1 %) «Визуальная (эстетическая) привлекательность»**	**Вес**
Верующий — атеистический	0,83	Веселый — грустный	0,60
Духовный — материальный	0,69	Оптимистичный — пессимистичный	0,58
Патриотичный — непатриотичный	0,62	Теплый — холодный	0,55
		Остроумный — неостроумный	0,52
Фактор 5 (8,7 %) «Социальная дистанция»	**Вес**	**Фактор 6 (5,3 %) «Когнитивная сложность»**	**Вес**
Родной — чужой	0,63	Сложный — простой	0,83
Просторный — тесный	0,62	Хитрый — простодушный	0,78
Прекрасный — уродливый	0,58		
Яркий — тусклый	0,57		
Самобытный — похожий на других	0,51		

Третий фактор, «Духовность и патриотичность» (9,7 % дисперсии), описывается характеристиками веры, духовности и патриотичности. Он повторяет такой же фактор, выявленный и в структуре представлений о России. Только если при анализе представлений о России он был на четвертом месте по значимости для респондентов, то в рамках анализа представлений о регионе он занимает уже третье место. Это может свидетельствовать о том, что представления о собственном регионе проживания формируются в более тесной связи с духовно-нравственным компонентом и его ценностным содержанием для индивида.

Четвертый фактор, «Визуальная привлекательность» (9,1 % дисперсии), описывается эстетическими характеристиками (веселость, оптимистичность, теплота). Для факторной структуры представлений о России данные характеристики входили в первый фактор, были наиболее важными для респондентов. Для факторной структуры представлений о собственном регионе данные показатели имеют меньшее значение. Представления о родном регионе складываются прежде всего из особой внутренней связи с данной территорией, с особого рода бессознательным «чувствованием» территории, на которой молодежь проживает.

Пятый фактор, «Социальная дистанция» (8,7 % дисперсии), содержит характеристики социальной дистанции («Родной — Чужой»), просторности, красоты. Для структуры представлений о России данный фактор обладает более высоким значением (второе место в общей структуре).

Шестой фактор, «Когнитивная сложность» (5,3 % дисперсии), описывается характеристиками сложности и хитрости.

Если рассматривать результаты представлений молодежи о своих регионах по каждому макрорегиону страны, то можно наблюдать следующую картину (рис. 39).

По первому фактору, «Процветание и сила», факторные значения выше остальных продемонстрированы жителями Центральной России, Юга России и Черноземья. Они положительно оценивают авторитет собственных регионов и их силу по сравнению с другими

регионами. Для молодежи из макрорегиона Дальнего Востока ситуация противоположная. Если сравнивать оценку по данному фактору с оценкой в части характеристики силы для образа России, то в данном случае также среди молодежи из всех макрорегионов именно представители Дальнего Востока показали наименьшие значения.

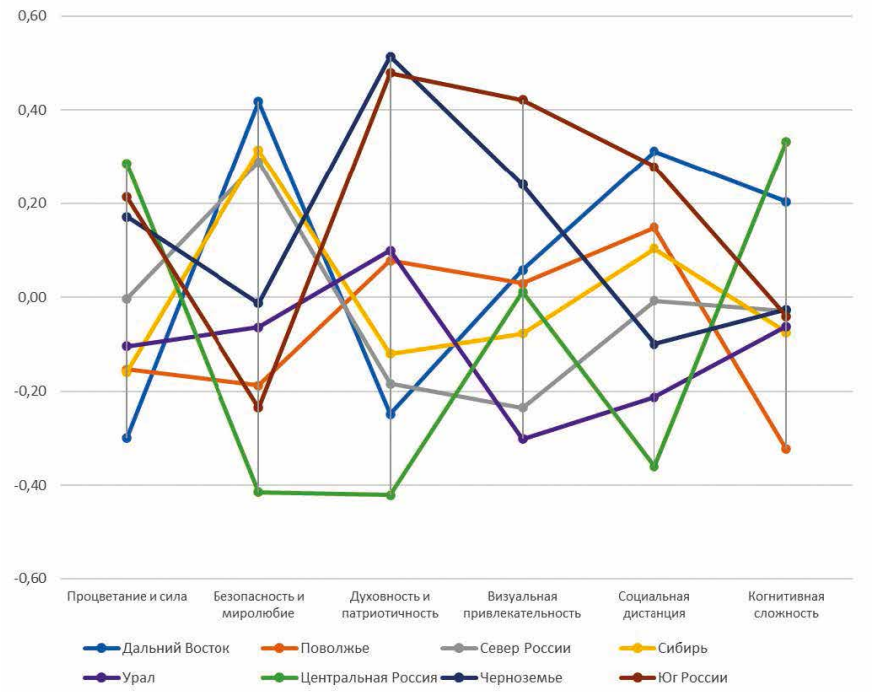


Рис. 39. Категориальная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось — названия факторов; вертикальная ось — значения факторов)

По второму фактору, «Безопасность и миролюбие», наблюдаются довольно дифференцированные оценки. Так, для молодежи из макрорегионов Дальнего Востока, Сибири и Севера России значения по этому фактору оцениваются выше среднего среди жителей остальных макрорегионов. Местные жители чувствуют безопасность, которую может гарантировать их регион. Молодежь из Центральной Рос-

сии оценивает данный фактор ниже среднего уровня. Большая часть респондентов из данного макрорегиона проживает на территории г. Москвы и Московской области, и возможно, опасности мегаполиса влияют на формирование не совсем положительных представлений о миролюбии собственного региона. Стоит отметить, что похожая динамика в оценках наблюдалась и в образе России по релевантному фактору «Процветание и безопасность». Молодежь из Центральной России также оценивала данный фактор в образе страны ниже остальных.

По третьему фактору, «Духовность и патриотичность», максимальные факторные значения продемонстрированы у жителей макрорегионов Черноземья и Юга России. Оценки молодежи из Центральной России и Дальнего Востока обладают более низкими значениями в сравнении с остальными макрорегионами. Похожая специфика оценок наблюдалась и для образа России по фактору «Духовность и патриотичность»: молодежь из Черноземья оценивала данный фактор выше остальных, а молодежь из Дальнего Востока — ниже остальных.

По четвертому фактору, «Визуальная привлекательность», оценки молодежи из макрорегионов Юга России и Черноземья аналогично выделяются на более высоком уровне. Жители этих макрорегионов высоко оценивают эстетическую привлекательность собственных территорий. Молодежь из макрорегионов Урала и Севера России ниже остальных оценивает эстетическую составляющую собственных регионов. И в этом случае структура оценок соответствует релевантному фактору «Процветание и безопасность» для образа России, где содержались характеристики эмоциональной составляющей восприятия (веселый, оптимистичный, теплый) и были показаны релевантные результаты оценок молодежи из описанных макрорегионов страны. Это главным образом может быть связано с климатическими условиями регионов, более благоприятными аттрактивными условиями на Юге России и в Черноземье, чем на Севере России и Урале.

По пятому фактору, «Социальная дистанция», основная масса факторных значений сосредоточена в области средних показателей. Можно выделить оценки несколько выше остальных по данному фактору

у молодежи из макрорегионов Дальнего Востока и Юга России. И несколько ниже остальных у молодежи из макрорегионов Урала и Центральной России.

По шестому фактору, «Когнитивная сложность», наибольшие факторные значения наблюдаются для молодежи из макрорегиона Центральной России. А для респондентов из макрорегиона Юга России факторные значения опускаются ниже среднего уровня.

5.4. Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и ее регионах

На следующем этапе был проведен сравнительный анализ представлений о России с представлениями о собственном регионе проживания у молодежи страны. Была выявлена особая закономерность в том, что молодежь оценивает представления о России, во многом соотнося их с теми визуальными и эмоциональными впечатлениями, которые формируются у них по отношению к представлениям об их родном регионе проживания.

Сравнительной анализ категориальной структуры представлений о России и о собственном регионе проживания для молодежи страны продемонстрирован в табл. 20.

Данные, продемонстрированные в таблице, позволяют выявить некоторую тенденцию: модальность представлений по факторным значениям для России соответствует модальности представлений для родного региона проживания молодежи страны. В тех регионах, где их жители оценивали максимально по выделенным факторам представления о России, также большинство показателей были максимальны и для представлений о родном макрорегионе (макрорегионы Юга России и Черноземья). Аналогичная ситуация прослеживается и для низких оценок респондентов по отношению к представлениям о родном регионе проживания и представлений о России в целом (макрорегионы Урала, Севера России, Центральной России).

Таблица 20

Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и ее отдельных регионах у молодежи страны

Факторы / Макрорегионы	Представления о России						Представления о собственных регионах					
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6
Дальний Восток	0,21	-0,11	-0,23	-0,23	-0,03	0,08	-0,30	0,42	-0,25	0,06	0,31	0,2
Поволжье	-0,08	0,14	-0,24	0,13	-0,09	0,14	-0,15	-0,19	0,08	0,03	0,15	-0,32
Север России	-0,14	-0,27	-0,07	-0,03	0,09	0,02	0,00	0,29	-0,18	-0,24	-0,01	-0,03
Сибирь	0,07	0,17	0,17	-0,13	-0,05	-0,04	-0,16	0,31	-0,12	-0,08	0,10	-0,07
Урал	-0,25	0,00	-0,03	-0,01	0,05	0,02	-0,10	-0,06	0,10	-0,30	-0,21	-0,06
Центральная Россия	-0,32	0,09	-0,01	0,01	0,09	0,09	0,29	-0,41	-0,42	0,01	-0,36	0,33
Черноземье	0,53	-0,13	0,27	0,20	-0,13	-0,11	0,17	-0,01	0,51	0,24	-0,10	-0,03
Юг России	0,24	0,09	0,18	0,07	0,02	-0,28	0,21	-0,23	0,48	0,42	0,28	-0,04

Примечание. Синим цветом обозначены минимальные величины факторных значений для всех макрорегионов по соответствующему фактору (если они существенно ниже 0).
Красным цветом обозначены максимальные величины факторных значений для всех макрорегионов по соответствующему фактору (если они существенно выше 0).

Полученная практическим методом взаимосвязь подтверждается релевантными эмпирическими исследованиями (Максимова и др., 2019; Kroger, Marcia, 2011). Важно понимать, что региональная идентичность с позитивной оценочной составляющей является важным ресурсом регионального развития и творческой самореализации местных жителей, которые формируют успешный имидж своей территории. Именно малая родина, родной регион в большей степени определяют идентичность большинства молодежи. А положительное отношение к собственному региону, выраженное в положительной

региональной идентичности, способствует адекватному развитию личности индивида и его в целом гражданской идентичности.

Выделенные В.Ф. Петренко варианты трансформации семантического пространства субъекта соотносятся с полученными результатами изменений категориальных структур представлений о России с представлениями о собственном регионе проживания молодежи страны (Петренко, 2013, с. 346). Данные важные изменения можно описать следующими пунктами:

1) изменились координаты анализируемых объектов (их коннотативное значение или личностный смысл) при измененных категориальных осях (категориях сознания) семантического пространства: вместо фактора «Процветание и безопасность» для представлений о России появилось два фактора «Процветание и сила» и «Безопасность и миролюбие» для представлений о регионе проживания. Также в представлениях о России выделился фактор «Самобытность», которого не было в структуре представлений о собственном регионе. В то же время в структуре представлений о регионе появился фактор «Визуальная привлекательность», которого не было в структуре представлений о России;
2) изменилась перцептуальная мощность (вклад фактора в общую дисперсию) самих координатных осей: если для представлений о России фактор «Социальная дистанция» набирал 11,5 % дисперсии, фактор «Духовность и патриотичность» всего 6 %, то для представлений о собственном регионе фактор «Социальная дистанция» — 8,7 %; фактор «Духовность и патриотичность» — 9,7 %;
3) поменялось содержание самих категориальных осей: фактор «Процветание и безопасность» для представлений о России содержит в себе как когнитивные показатели места, нравственно-этические характеристики по отношению к нему (вежливый, чистый, милосердный, нравственный), так и элементы эмоционального принятия (теплый, веселый, добрый), которые отсутствуют в факторе «Процветание и сила» в представлениях о собственном регионе.

Результаты данного этапа эмпирического исследования, с одной стороны, подтверждают результаты исследований о значимости морально-этических категорий и категорий визуальной привлекательности в образе страны (Матвеева и др., 2008), факторов успешности и процветания и социальной дистанции в образе страны (Митина, Петренко, 2009); а с другой стороны, отражают новую структуру представлений о России, выборка которой позволяет охватить большую часть территорию страны.

В целом категориальная структура представлений о России претерпела значимые изменения по сравнению с предыдущими этапами исследования. Изменения коснулись самой факторной структуры и внутреннего содержания каждого из факторов.

В итоге представления о России и о собственном регионе проживания у молодежи страны описываются следующими компонентами: когнитивным, который связан с показателями силы, авторитета, процветания и особого показателя когнитивной сложности территории; эмоциональным, который складывается из визуальной привлекательности места, ощущения собственной безопасности на определенной территории; поведенческим, проявляющимся в показателях патриотизма и социальной дистанции и ее самобытности в глазах проживающих на ней жителей; ценностно-смысловым, отражающим нравственно-этическое отношение к окружающему миру.

Данный эмпирический вывод соответствует теоретическим подходам исследователей, которые выделяли рассматриваемые составляющие в структуре гражданской и региональной идентичности (Proshansky, 1983; Keating, 1998; Солдатова, 1998; Степнова, 1999; Raagmaa, 2002; Князев, 2007; Hernández et al., 2010; Киричек, 2011; Fresque-Baxter, Armitage, 2012; Головнева, 2013; Ramos et al., 2016).

Глава 6. Исследование образа различных стран в представлении молодежи из регионов России

6.1. Методология исследования образа различных стран в представлении российской молодежи

В ходе реализации проекта 2018–2020 гг. были проведены исследования культурных представлений российской молодежи о России и других странах с применением методики психосемантического дифференциала.

В настоящем исследовании впервые применен комплексный подход к изучению цивилизационной идентичности российской молодежи:

1) в исследовании применяются как количественные, так и качественные методы обработки данных;
2) цивилизационная идентичность изучается на уровне анализа ценностно-смысловых кодов культурных представлений при сравнительном анализе данных, полученных при изучении четырех объектов — сегодняшней России, будущей России, западной цивилизации и восточной цивилизации, а также полученных в различных регионах страны.

В исследовании принимали участие юноши и девушки в возрасте 14–30 лет, проживающие в России: в городах Москве, Перми, Тюмени.

Была применена методика психосемантического дифференциала, в которой респондентам предлагалась для заполнения специально созданная в ходе реализации проекта психосемантическая шкала, состоящая из 49 биполярных оппозиций — прилагательных, описывающих образ страны и разносторонне характеризующих страну с точки зрения ее силы и авторитета на международной арене, активности в преобразованиях, а также различных аспектов оценки: опасности/безопасности, патриотизма, самобытности, политического строя, духовных и нравственных ценностей, когнитивного компонента восприятия, а также психологической дистанции (родная/чужая) и цивилизационной принадлежности.

Вышеперечисленные методики заполнили респонденты из Москвы (98 человек, 39 юношей и 59 девушек), Перми (116 человек, 55 юношей и 61 девушка), Тюмени (104 человека, 45 юношей и 59 девушек), всего 318 человек.

6.2. Психосемантическое исследование образа России, образа западной цивилизации (США) и восточной цивилизации (Китай) в представлении молодежи из Москвы, Перми и Тюмени

Исследование проводилось в рамках психосемантического подхода, основанного на теоретических и методологических положениях экспериментальной психологии (Ч. Осгуд, В.Ф. Петренко). Метод семантического дифференциала позволяет исследовать категориальную структуру индивидуального и группового сознания, выявлять иерархию и динамику смысловых представлений и личностно значимых ценностей. В нашем исследовании мы поставили перед собой задачу построить частные семантические пространства представлений о России и других странах молодежи Москвы, Перми и Тюмени. Респонденты работали со стандартными бланками с набором пронумерованных биполярных шкал-антонимов, специально подготовленных исследователями исходя из конкретных задач исследования.

Объектами оценки выступали образы «Россия-страна» (Россия сегодня); «Будущая Россия» (Россия в будущем), «США», «Китай». Полученные данные подвергались математической обработке, а именно факторному анализу (метод главных компонент) с дальнейшим вращением VARIMAX. Полученные факторы формируют факторное семантическое пространство, репрезентирующее субъективное семантическое пространство опрошенных, как совокупности определенным образом организованных признаков, описывающих и дифференцирующих оцениваемые страны. В результате строится модель категориальной структуры представлений о странах всех групп респондентов с размещением в ней данных оцениваемых объектов, что позволяет

судить об их сходстве и различии и проводить анализ представлений респондентов об этих странах.

На следующем этапе проверялась статистическая значимость различий образов стран с использованием однофакторного дисперсионного анализа (F-критерий Фишера) и множественных попарных сравнений (с поправкой Бонферрони).

Испытуемые

В исследовании принимали участие 98 представителей молодежи Москвы, юношей и девушек; 116 представителей молодежи Перми, юношей и девушек; 104 представителя молодежи Тюмени, юношей и девушек. Всего 318 респондентов в возрасте от 18 до 25 лет.

Результаты

Категориальная структура представлений об образе страны (табл. 21). На первом этапе в результате обработки полученных данных с помощью процедуры факторного анализа была выявлена категориальная структура представлений об образе России. В различных регионах процент объясняемой дисперсии данных составляет около 50 % (49,5 % у респондентов Москвы, 51,8 % у респондентов Перми и 51,1 % у респондентов Тюмени). Таким образом, сложный объект, каковым является образ страны, имеет у респондентов неоднозначную структуру представлений. Следовательно, можно говорить только лишь о некой определенной тенденции при анализе представлений молодежи российских регионов об образе России и других стран.

Таблица 21

Категориальная структура представлений молодежи Москвы, Перми и Тюмени об образах «Россия сегодня», «Будущая Россия», «США» и «Китай»

Регион: Москва					
Фактор 1. «Благосостояние, прогрессивность страны», 20,9% объясняемой дисперсии данных		**Фактор 2. «Уровень социальной дистанции» по отношению к стране, 9,1% объясняемой дисперсии**		**Фактор 3. «Цивилизационная отнесенность страны», 7,1% объясняемой дисперсии данных**	
Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес
Прогрессивная — отсталая	0,78	Родная — чужая	0,82	Восточная цивилизация — западная цивилизация	0,72
Уважающая закон власть — коррумпированная власть	0,77	Просторная — тесная	0,74	Целомудренная — развратная	0,63
Стабильная — неустойчивая	0,77	Щедрая — скупая	0,67	Общинная — индивидуалистичная	0,63
Преумножающая — расточительная	0,75	Добрая — злая	0,53	Самобытная — похожая на других	0,55
Обустроенная — неустроенная	0,74	Милосердная — жестокая	0,51	Монолитная — разобщенная	0,50
Надежная — ненадежная	0,72	Открытая — замкнутая	0,49	Тоталитарная — демократическая	0,49
Ответственная — безответственная	0,72	Компромиссная — принципиальная	0,44	Нравственная — безнравственная	0,49
Трудолюбивая — ленивая	0,71	Вечная — временная	0,43	Патриотичная — космополитичная	0,44
Богатая — бедная	0,69	Прекрасная — уродливая	0,42		
Образованная — невежественная	0,67				
Чистая — грязная	0,66				
Безопасная — опасная	0,58				
Уважаемая в мире — неуважаемая	0,58				
Расчетливая — непрактичная	0,57				
Справедливая — предвзятая	0,57				

Фактор 4. «Авторитетность страны в мире», 6,8 % объясняемой дисперсии данных		**Фактор 5. «Эмоциональная привлекательность страны», 5,6 % объясняемой дисперсии данных**			
Авторитетная — неавторитетная	0,71	Теплая — холодная	0,66		
Сильная — слабая	0,67	Веселая — грустная	0,61		
Могущественная — обессилевшая	0,60	Яркая — тусклая	0,50		
Уважаемая в мире — неуважаемая в мире	0,50	Добрая — злая	0,45		
Прекрасная — уродливая	0,44				
Возрождающаяся — деградирующая	0,43				
Независимая — зависимая	0,35				
Регион: Пермь					
Фактор 1. «Благосостояние, прогрессивность страны», 20 % объясняемой дисперсии данных		**Фактор 2. «Уровень социальной дистанции» по отношению к стране, 9 % дисперсии данных**		**Фактор 3. «Авторитетность страны в мире», 8 % объясняемой дисперсии данных**	
Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес
Прогрессивная — отсталая	0,77	Родная — чужая	0,78	Авторитетная — неавторитетная	0,68
Власть, уважающая закон — коррумпированная власть	0,77	Просторная — тесная	0,76	Сильная — слабая	0,63
Возрождающаяся — деградирующая	0,74	Открытая — замкнутая	0,68	Могущественная — обессилевшая	0,63
Чистая — грязная	0,74	Щедрая — скупая	0,62	Уважаемая в мире — неуважаемая в мире	0,61
Яркая — тусклая	0,69	Милосердная — жестокая	0,61	Независимая — зависимая	0,52
Веселая — грустная	0,68	Добрая — злая	0,53	Расчетливая — непрактичная	0,46
Богатая — бедная	0,68	Демократическая — тоталитарная	0,46	Активная — пассивная	0,39
Стабильная — неустойчивая	0,67	Прекрасная — уродливая	0,45	Ответственная — безответственная	0,37
Образованная — невежественная	0,66				
Теплая — холодная	0,64				
Обустроенная — неустроенная	0,62				
Справедливая — предвзятая	0,60				

Ответственная — безответственная	0,60				
Трудолюбивая — ленивая	0,60				
Ритмичная — неритмичная	0,55				
Прекрасная — уродливая	0,51				
Фактор 4. «Миролюбие страны», 6,3 % объясняемой дисперсии данных		**Фактор 5. «Цивилизационная отнесенность» страны, 4,5 % объясняемой дисперсии данных**		**Фактор 6. «Религиозность» жителей страны, 4 % объясняемой дисперсии данных**	
Простодушная — хитрая	0,73	Самобытная — похожая на других	0,75	Терпеливая — нетерпимая	0,60
Мирная — воинственная	0,70	Восточная цивилизация — западная		Ориентированная на чужие ценно-	
Простая — сложная	0,66	цивилизация	0,65	сти — ориентированная на свои цен-	0,55
Безопасная — опасная	0,62	Духовная — материальная	0,46	ности	0,40
Компромиссная — принципиальная	0,50	Нравственная — безнравственная	0,43	Религиозная — атеистическая	0,38
				Целомудренная — развратная	0,28
				Компромиссная — принципиальная	0,21
				Вечная — временная	
				Восточная цивилизация — западная цивилизация	0,20
Регион: Тюмень					
Фактор 1. «Благосостояние, прогрессивность», 21,7 %		**Фактор 2. «Миролюбие страны», 9,9 %**		**Фактор 3. «Религиозность» жителей страны, 6,3 %**	
Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес	Содержание фактора	Вес
Прогрессивная — отсталая	0,80	Мирная — воинственная	0,76	Религиозная — атеистическая	0,78
Обустроенная — неустроенная	0,75	Безопасная — опасная	0,65	Духовная — материальная	0,63
Уважаемая в мире — неуважаемая	0,74	Простодушная — хитрая	0,64	Патриотичная — космополитичная	0,50
Богатая — бедная	0,74	Простая — сложная	0,64	Нравственная — безнравственная	0,50
Образованная — невежественная	0,72	Компромиссная —			
Власть, уважающая закон —		принципиальная	0,63		
коррумпированная власть	0,72	Милосердная — жестокая	0,62		

Стабильная — неустойчивая	0,71	Добрая — злая	0,45		
Могущественная — обессилевшая	0,68				
Авторитетная — неавторитетная	0,67				
Возрождающаяся — деградирующая	0,66				
Яркая — тусклая	0,64				
Ритмичная — неритмичная	0,63				
Трудолюбивая — ленивая	0,62				
Ответственная — безответственная	0,60				
Активная — пассивная	0,60				
Фактор 4. «Уровень социальной дистанции», 5,7 %		**Фактор 5. «Цивилизационная отнесенность», 3,8 %**		**Фактор 6. «Открытость, демократичность», 3,7 %**	
Просторная — тесная	0,78	Общинная — индивидуалистичная	0,67	Открытая — замкнутая	0,64
Родная — чужая	0,74	Тоталитарная — демократическая	0,54	Западная цивилизация — Восточная цивилизация	0,37
Прекрасная — уродливая	0,40	Зависимая — независимая	0,38	Добрая — злая	0,33
		Восточная цивилизация — западная цивилизация	0,35	Демократическая — тоталитарная	0,29

Регион: Москва

Первый фактор категориальной структуры представлений респондентов может быть проинтерпретирован как ***«Благосостояние и прогрессивность страны»***, который описывается, с одной стороны, властью, уважающей закон, способствующей стабильному и прогрессивному развитию страны, преумножающей богатство страны, с другой стороны, способностью к ответственности и трудолюбию и стремлению к образованности, характерными для жителей страны. Существенный вклад в данный фактор вносят шкалы «безопасная — опасная» и «справедливая — предвзятая», которые описывают характер взаимоотношений с партнерами на международной арене (коммуникативный контекст).

Второй фактор может быть проинтерпретирован как ***«Уровень социальной дистанции»*** по отношению к стране по критерию «свой (родной) — чужой». Положительный полюс фактора включает как пространственные и временные характеристики существования страны («просторная», «вечная»), так и нравственно-этические параметры поведения страны по отношению к индивидуальным и групповым субъектам («щедрая», «добрая», «милосердная», «открытая»), а также эстетический компонент восприятия образа («прекрасная»).

Третий фактор может быть проинтерпретирован как фактор ***«Цивилизационной отнесенности»***, относящий восточную и западную цивилизации к противоположным полюсам. Семантическое содержание полюса восточной цивилизации при этом положительное, включающее как нравственные критерии поведения («целомудренная», «нравственная»), так и формы существования («уклад») жителей страны («общинная», «монолитная») и политическое устройство («тоталитарная»), а также способность противостоять стандартизации образа жизни («самобытная») и патриотизм.

Четвертый фактор может быть проинтерпретирован как ***«Авторитетность страны в мире»*** — фактор силы и авторитета, обеспечивающий могущество и независимость страны и уважение к ней — как «изнутри» (со стороны ее жителей), так и на международной арене. Интересно, что по этому фактору только образ восточной цивилиза-

ции имеет положительное значение (0,11), а образы западной цивилизации (–0,08), сегодняшней России (–0,02) и будущей России (–0,01) отрицательны и близки к нулевой отметке. Таким образом, восточная цивилизация являет собой пример успешного построения самобытного общества для московских респондентов.

Пятый фактор описывает эмоциональное восприятие образа страны респондентами — праздничность, эмоциональная теплота, забота и может быть назван ***«Эмоциональная привлекательность страны».***

Регион: Пермь

В смысловом содержании первого фактора, ***«Благосостояние, прогрессивность страны»,*** мы видим ключевые слова, характеризующие официальный идеал государства нашего времени: богатого, стабильно развивающегося, с властью, уважающей закон.

В смысловом содержании второго фактора, ***«Уровень социальной дистанции»,*** по отношению к стране максимальную нагрузку имеет шкала «родная — чужая». Фактор описывает этический идеал взаимоотношений между людьми и социальную дистанцию человека по отношению к стране.

Третий фактор, ***«Авторитетность страны в мире»,*** характеризует силу и авторитет страны как на международной арене, так и у своих граждан.

Четвертый фактор, ***«Миролюбие страны»***, характеризует восприятие страны со стороны ее миролюбия-воинственности.

Пятый фактор, ***«Цивилизационная отнесенность страны»***, можно рассматривать в качестве фактора цивилизационной принадлежности и самобытности страны.

Смысловое содержание шестого фактора, ***«Религиозность жителей страны»,*** описывает ориентацию на духовные ценности, включая религиозность.

Регион: Тюмень

Первый, самый значимый фактор, ***«Благосостояние, прогрессивность страны»***, описывает представления о стране-лидере, способ-

ствующей как развитию прогресса, благосостояния и стабильности внутри страны, так и ее могуществу, авторитетности и уважению на международной арене со стороны других стран.

Второй фактор, ***«Миролюбие страны»***, характеризует восприятие страны ее партнерами/конкурентами, — с точки зрения предсказуемости/непредсказуемости действий этой страны.

Третий фактор, ***«Религиозность жителей страны»***, описывает духовные, нравственные ценности жителей страны, что проявляется, в первую очередь, в их патриотизме.

Четвертый фактор, ***«Уровень субъективной социальной дистанции»,*** по отношению к стране, описывает представление о стране как «родной» или «чужой».

Пятый фактор может быть рассмотрен как фактор ***«Цивилизационной отнесенности страны***».

Шестой фактор, ***«Открытость, демократичность страны***», также может быть рассмотрен как цивилизационный, однако здесь страна как цивилизация представлена с точки зрения открытости ее позиции по отношению к другим, а также основной нравственной характеристики — способности творить добро. В данном факторе в отличие от предыдущего семантические полюса явно выражены, причем западная цивилизация соответствует положительному полюсу фактора, а восточная — отрицательному.

6.3. Соотношение образов стран в пространстве значимых факторов

Для осуществления анализа четырех изучаемых объектов-образов стран («Сегодняшняя Россия», «Будущая Россия», страны западной цивилизации (США) и страны восточной цивилизации (Китай) в категориальном семантическом пространстве респондентов различных регионов предварительно была произведена процедура выявления различий четырех этих объектов: сравнивались средние значения каждого объекта по каждому фактору с использованием однофактор-

ного дисперсионного анализа (F-критерий Фишера) и множественных попарных сравнений (с поправкой Бонферрони) (табл. 22–24).

Полученная статистика позволяет нам рассматривать образы сегодняшней и будущей России, а также США и Китая как математически независимые объекты, подлежащие содержательной интерпретации и сравнительному анализу.

Таблица 22

Регион Москва. Средние значения четырех образов стран по каждому из пяти факторов с попарными сравнениями: знак «+» означает наличие статистически значимых различий между объектами

Объекты	**Сег. Россия**	**Буд. Россия**	**Зап. цивил.**	**Вост. цивил.**						
Факторы	1	2	3	4	1–2	1–3	1–4	2–3	2–4	3–4
1	–1,01	0,43	0,08	0,55	+	+	+	+		+
2	0,56	0,81	–0,53	–0,88		+	+	+	+	+
3	–0,14	0,11	1,01	–1,00		+	+	+	+	+
4	–0,02	–0,01	–0,08	0,11						
5	0,26	0,05	–0,50	0,19		+		+		+

Таблица 23

Регион Пермь. Средние значения четырех образов стран по каждому из шести факторов с попарными сравнениями: знак «+» означает наличие статистически значимых различий между объектами

Объекты	**Сег. Россия**	**Буд. Россия**	**Зап. цивил.**	**Вост. цивил.**						
Факторы	1	2	3	4	1–2	1–3	1–4	2–3	2–4	3–4
1	–0,87	0,21	0,15	0,51	+	+	+		+	+
2	–0,72	–0,57	0,43	0,89		+	+	+	+	+
3	0,13	–0,00	–0,16	0,03						
4	–0,05	0,04	–0,46	0,11	+	+		+		+
5	–0,17	0,18	0,77	–0,80	+	+	+	+	+	+
6	–0,18	0,03	0,48	–0,33		+		+	+	+

Таблица 24

Регион Тюмень. Средние значения четырех образов стран по каждому из шести факторов с попарными сравнениями: знак «+» означает наличие статистически значимых различий между объектами

Объекты	Сег. Россия	Буд. Россия	Зап. цивил.	Вост. цивил.						
Факторы	1	2	3	4	1–2	1–3	1–4	2–3	2–4	3–4
1	0,81	–0,28	–0,18	–0,34	+	+	+			
2	0,19	0,44	–0,66	0,04		+		+		+
3	–0,41	–0,19	0,63	–0,04		+	+	+		+
4	0,62	0,57	–0,29	–0,90		+	+	+	+	+
5	–0,16	–0,30	–0,06	0,53			+		+	+
6	–0,08	0,09	0,43	–0,45		+	+		+	+

Соотношение образов стран по категории «Благосостояние, прогрессивность» у молодежи различных регионов страны

По первому наиболее значимому фактору «Благосостояние, прогрессивность» образы «Россия-страна» (сегодняшняя Россия) и «Будущая Россия» в сопоставлении с образами стран восточной и западной цивилизаций получают следующие значения.

У респондентов Москвы — образ сегодняшней России занимает наименьшую позицию (–1,01) в представлениях респондентов. Образ западной цивилизации близок к нулевой отметке, однако расположен выше нее (0,08). Образ будущей России расположен в позитивном пространстве фактора (0,43), в то время как образ восточной циви-

лизации занимает максимальную позицию (0,55) в положительном пространстве фактора по отношению к изучаемым объектам. Данный факт может свидетельствовать о том, что для представителей московской молодежи примеры таких стран, как Китай, являются более положительными с точки зрения могущества, стабильности и прогресса, чем примеры стран, относящихся к западной цивилизации.

У респондентов Перми лидирующее значение занимает образ восточной цивилизации (0,5). Значение образа западной цивилизации (0,15) уступает значению образа «Будущая Россия» (0,2). То есть динамизм прогрессивного развития стран цивилизации восточного типа в восприятии респондентов несколько превосходит темп развития стран цивилизации западного типа. Образ сегодняшней России расположен в отрицательном семантическом пространстве фактора, причем со значимым противопоставлением (–0,87).

У респондентов Тюмени ниже нулевой отметки (в негативном семантическом пространстве фактора) расположен образ сегодняшней России (–0,8). Максимальное значение занимает образ восточной цивилизации (0,35), и к нему в положительной семантической области пространства фактора приближается образ будущей России (0,3). Образ западной цивилизации располагается несколько ниже и приближается к нулевой отметке, находясь, однако, также в положительной области пространства фактора (0,16).

В целом максимальные значения в пространстве данного фактора занимают образы Китая как страны восточной цивилизации, а также образ будущей России.

Соотношение образов стран по категории «Социальная дистанция» («родная страна / чужая страна») у представителей различных групп молодежи

В каждой из выявленных категориальных структур представлений респондентов нами были проинтерпретированы факторы, содержащие бинарные оппозиции «родная (страна) — чужая». В различных регионах это разные по значимости факторы. Так, фактор субъективной социальной дистанции занимает второе место в двух случа-

ях (респонденты Москвы и Перми) и четвертое место у респондентов Тюмени, то есть является для них менее значимым. При этом во всех случаях общим является присутствие характеристики «родная» (страна) на положительном полюсе фактора наряду с такими характеристиками страны, как «просторная» и «прекрасная» (во всех трех регионах), «щедрая», «добрая», «милосердная», «открытая» (Москва, Пермь), «компромиссная» (Москва) и «демократическая» (Пермь), то есть с характеристиками, описывающими как нравственно-этический аспект отношений между людьми, так и отражающими географические масштабы страны и эстетический компонент в представлениях о стране, а также затрагивающими аспект политического устройства и способов ведения переговоров и разрешения конфликтов.

Во всех трех регионах образы будущей России и сегодняшней России получают максимальные значения по данному фактору (рис. 40–42), являясь «родными» для респондентов. Образы стран западной (США) и восточной (Китай) цивилизации расположены в отрицательной полуплоскости фактора и воспринимаются как «чужие» (максимально чужая — восточная цивилизация).

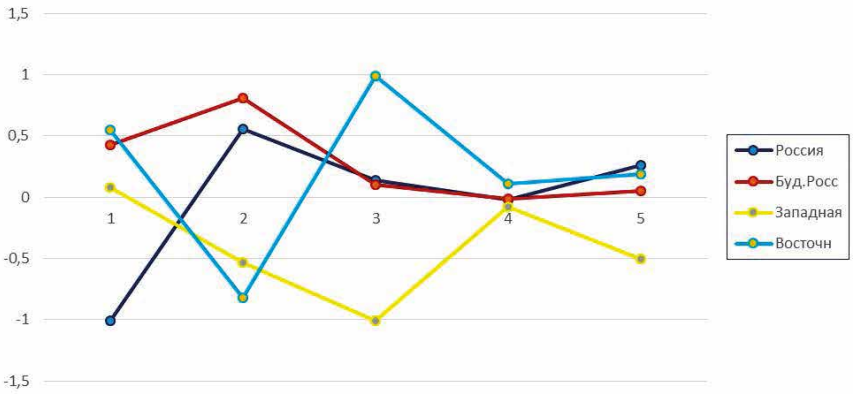


Рис. 40. Расположение объектов-образов четырех стран в пространстве выделенных восьми факторов категориальной структуры представлений респондентов Москвы

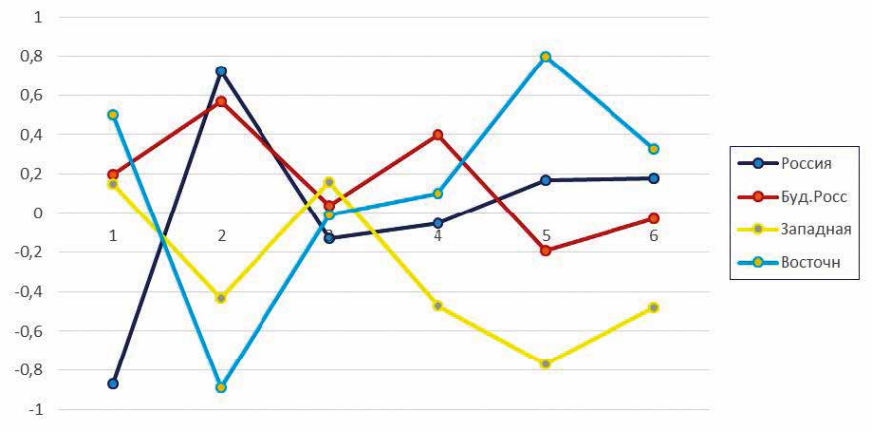


Рис. 41. Расположение объектов-образов четырех стран в пространстве выделенных восьми факторов категориальной структуры представлений респондентов Перми

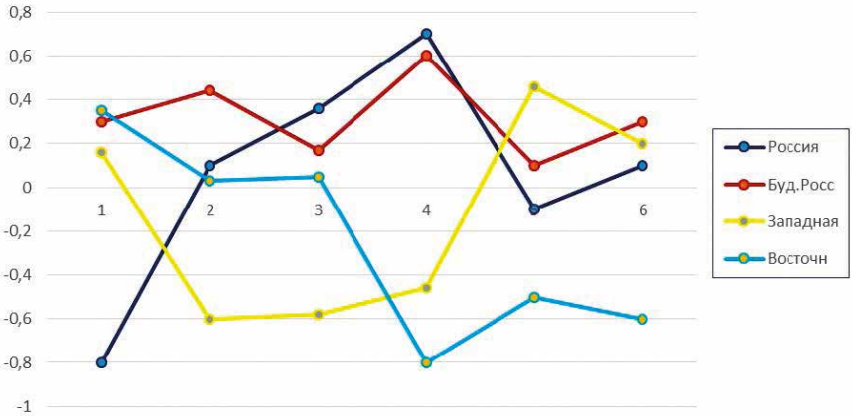


Рис. 42. Расположение объектов-образов четырех стран в пространстве выделенных восьми факторов категориальной структуры представлений респондентов Тюмени

Соотношение образов стран по категории «Цивилизационная отнесенность» у представителей различных групп молодежи

В каждой из выявленных категориальных структур представлений респондентов о стране нами были проинтерпретированы факторы, содержащие оппозицию «Восточная цивилизация — западная цивилизация». «Цивилизационный» фактор занимает в категориальной структуре третье место у респондентов Москвы и пятое место у респондентов Перми и Тюмени, то есть является важным и значимым только для московской части наших респондентов. Смысловое содержание положительного полюса фактора в первом и во втором случае раскрывает категория «восточная цивилизация». Страны восточной цивилизации отличает ориентация на духовные и нравственные ценности («нравственная», «целомудренная», «духовная»), а также на «самобытность» и, у респондентов Москвы, на «патриотизм» (соответствующие по коннотациям шкалы). Важно также, что восточная цивилизация представляется «монолитной», «патриотичной» (респонденты Москвы), «общинной» и «тоталитарной» (респонденты Москвы и Тюмени), а также «зависимой» (респонденты Тюмени). То есть для респондентов Тюмени данный фактор отличается амбивалентным смысловым содержанием: восточная цивилизация для них «общинная», но «тоталитарная» и «зависимая», а западная цивилизация — «разобщенная», но «демократическая» и «независимая».

Таким образом, рассматривая образ стран восточной цивилизации в пространстве цивилизационного фактора, мы выяснили, что он описывается в двух регионах коннотациями семантически положительного полюса этого фактора («нравственная», «целомудренная», «духовная», «самобытная», «общинная», «монолитная», «патриотичная»). Образы восточной и западной цивилизаций полярно противостоят друг другу в пространстве этого фактора. Образы будущей России и сегодняшней России занимают промежуточное положение в пространстве фактора с тенденцией приближения к нулевой отметке, что фиксирует несходство этих образов в представлениях респондентов всех трех регионов с образами стран как восточной, так и западной цивилизации. Однако при этом в Перми и в Тюмени образ

сегодняшней России расположен в полуплоскости, обозначенной полюсом восточной цивилизации, а образ будущей России — в полуплоскости, обозначенной полюсом западной цивилизации.

Обсуждение результатов

Анализ выявленных в трех регионах категориальных структур представлений молодежи об образе страны показывает, что они содержательно сопоставимы с данными, полученными ранее (Матвеева, Мочалова, Петракова, Аникеева, 2014), и включают такие параметры, как авторитет страны, ее могущество, стабильность, сила, активность и привлекательность. Это также подтверждается нашими ранее полученными данными (Матвеева, Аникеева, Мочалова, 2008, 2014, 2019) и подкрепляется результатом исследований о присутствии в категориальной структуре представлений респондентов коннотаций, формирующих «корневые ценности» россиян (Свитич, 2008, 2017): духовность, нравственность, щедрость, добро, милосердие, целомудрие, терпеливость, религиозность, а также миролюбие, трудолюбие и образованность, входящие во всех трех регионах в значимые факторы.

Категориальные структуры представлений молодежи об образе страны, выявленные во всех трех регионах, имеют три содержательно сопоставимых фактора, которые могут быть проинтерпретированы сходным образом. Так, на первом месте, как наиболее значимый, расположен фактор, отражающий богатство страны, ее стабильность, обустроенность, прогрессивный вектор развития, а также уважение к закону со стороны руководства страны и его ответственность перед гражданами. Фактор условно обозначен нами как «Благосостояние, прогрессивность страны». Анализ смыслового содержания данного фактора показывает, что для респондентов всех трех регионов весьма значимым в образе страны является наличие в ней «власти, уважающей закон» (в противопоставлении «коррумпированной власти»), и такие качества, как «образованность» жителей страны (в противопоставлении «невежественности») и «трудолюбие» ее народа, а также морально-этические характеристики — «ответственность» и «справедливость».

Также к значимым факторам у респондентов всех трех регионов относится фактор, который условно может быть назван «Уровень социальной дистанции» и который описывает отношение респондентов к оцениваемой стране как к «родной» или «чужой», а также фактор «Цивилизационная отнесенность», обозначающий отнесение респондентами страны к западной или же к восточной цивилизации.

В то же время обнаружено частичное совпадение смыслового содержания других факторов, содержащихся в категориальной структуре представлений респондентов из разных регионов. Такой фактор, как «Авторитетность страны в мире», выделяется в отдельный значимый у респондентов Москвы и Перми, тогда как у респондентов Тюмени он содержательно включен в первый значимый фактор. Фактор, получивший название «Миролюбие», выделяется в отдельный значимый в Перми и Тюмени, у респондентов же Москвы эта категория частично содержательно присутствует в первых двух значимых факторах.

Не получила у респондентов Москвы отдельной значимости и категория «Религиозность», представляющая собой отдельный фактор в регионах Перми и Тюмени. В сознании пермских респондентов она связана с категорией терпения, а в Тюмени — с духовностью, нравственностью и патриотизмом, относящимся к ведущим ценностям русского народа, репрезентирующим культурный код российской цивилизации. В то же время для респондентов Москвы важна эмоциональная сторона восприятия образа страны, здесь присутствует отдельный, хотя и менее значимый фактор «Эмоциональность восприятия страны», тогда как в двух других регионах содержание этого фактора частично включено в первые два значимых фактора. Интересно отметить, что «патриотизм» практически не проявляет себя в картине мира пермской молодежи, но входит в третий, значимый, фактор категориальной структуры представлений молодежи Москвы и Тюмени. Данная характеристика является чрезвычайно важной в структуре ценностей российского народа, в частности, молодежи, что было выявлено нами ранее (Матвеева, Аникеева, Мочалова, Степанова, 2021).

Таким образом, в категориальной структуре представлений респондентов различных регионов выявлено как сходство трех основных, наиболее значимых категорий, так и различие дополнительных категорий, что является отражением своеобразия представлений респондентов выбранных регионов об образе страны.

Для молодых людей и девушек трех регионов в образе страны присутствуют категории «яркость» и «веселье», которые фиксируют эмоциональный компонент представлений об образе страны и об образе жизни в этой стране. Присутствует и коммуникативный компонент в образе страны: ее «открытость — замкнутость». Эстетическая ценность «красота» (коннотация «прекрасная — уродливая») также является достаточно значимой в картине мира современной молодежи. Кроме того, этический идеал молодежи изучаемых регионов составляют ценности щедрости, милосердия и доброты, которые могут быть отнесены к ценностно-смысловым внутрикультурным кодам российской цивилизации. Важно отметить, что эти данные также согласуются с тезисом Д.С. Лихачёва о единстве прекрасного и доброго в российском менталитете (Лихачёв, 2006).

Необходимо отметить, что значимой в представлениях молодежи об образе страны является такая климатическая и эмоциональная ее характеристика, как «холодная — теплая», а также такие хронотопические характеристики (в данном случае под хронотопом понимается пространственно-временная организация картины мира), как «тесная — просторная», «временная — вечная», а также «ритмичная — неритмичная» (связанная с волевым компонентом: приложение необходимых усилий в строго определенный момент времени).

В то же время ценность демократии — важнейшая социально-политическая и идеологическая ценность западной цивилизации — также играет важную роль в картине мира современных юношей и девушек. А такие характеристики в образе страны, как богатство/бедность, обустроенность/неустроенность, прогрессивность/отсталость, преумножение/расточительство, стабильность/неустойчивость, независимость/зависимость, не являются однозначно традиционными российскими ценностями, однако также вошли в значимые

факторы категориальной структуры представлений (большинство из них — в первый, самый значимый фактор). И это обусловлено трансформацией ценностно-смысловой составляющей культурных представлений о стране у современной российской молодежи, в том числе под воздействием глобальной информационной среды, а также распространенной сегодня в обществе ориентации на так называемые общечеловеческие, а по сути западные ценности. Возникает необходимость выстраивания системы отечественных культурных и внутриполитических мероприятий, направленных на поддержание в стране отечественных базовых («корневых») традиционных духовно-нравственных ценностей.

Статистически значимые различия получены между всеми четырьмя образами стран в пространстве всех выделенных факторов (исключение составляет фактор «Авторитетность страны в мире» у респондентов Москвы и Перми, что означает признание ими всех четырех образов стран как стран, пользующихся международным уважением и авторитетом). Полученная статистика позволяет нам рассматривать образы сегодняшней и будущей России, а также США и Китая как математически независимые объекты, подлежащие содержательной интерпретации.

Анализируя расположение объектов — четырех образов стран в пространстве выделенных факторов, необходимо отметить, что образ будущей России статистически значимо положительно отличается от образа сегодняшней России в пространстве первого, самого значимого фактора «Благосостояние, прогрессивность страны» у респондентов всех регионов. Это позволяет рассматривать динамику образа России во внутреннем пространстве представлений наших респондентов и, следовательно, их ожидания в отношении развития России в будущем. То есть образ будущей России в представлениях молодежи является фактически идеальным образом страны, ее перспективной моделью развития и совершенствования.

Семантика сочетания шкал-дескрипторов, входящих в категорию «Социальная дистанция» («родная — чужая» страна), позволяет заключить, что данная категория объединяет как понятия нравственно-этиче-

ские («милосердная — жестокая», «добрая — злая», «щедрая — скупая») и коммуникативные («открытая — замкнутая»), так и отражающие масштабы страны («просторная — тесная») вместе с эстетическим компонентом в представлениях о стране («прекрасная — уродливая»). Наиболее «родными» для респондентов всех трех регионов являются сегодняшняя и будущая Россия. Причем респондентам Перми и Тюмени самым родным представляется образ сегодняшней России наряду с будущей, для респондентов же Москвы наиболее родным является образ будущей России, что с ясностью обнаруживает устремленность их представлений в будущее и, возможно, фиксирует факт индивидуального восприятия ими опережающего развития Москвы по отношению к регионам. Максимально чужим для респондентов всех трех групп является образ стран восточной цивилизации.

Категория «Восточная цивилизация — западная цивилизация» соотносится с представлениями респондентов о нравственности, целомудрии, духовности, самобытности, патриотизме, а также с типом организации власти в стране (тоталитарная — демократическая) и способом ведения переговоров и выхода из конфликтов.

Анализируя цивилизационную отнесенность образов стран в представлениях молодых людей и девушек трех регионов, необходимо отметить, что налицо четкое разделение ими восточной и западной цивилизаций. Образы сегодняшней и будущей России занимают по этому фактору обособленное от образов двух других стран место — промежуточное положение в цивилизационном пространстве, что можно интерпретировать как «непохожесть» России в буквальном смысле ни на восточную, ни на западную цивилизацию. Это позволяет предположить, что молодые респонденты воспринимают Россию в качестве страны, не похожей на другие страны. То есть присутствие у них неосознаваемого или же частично осознаваемого представления о том, что России как стране присущ свой собственный путь развития (экономического, социального, культурного и т. д.), и, следовательно, фактическое признание за Россией отдельного цивилизационного статуса: существование в истории человечества российской цивилизации как таковой наряду с восточной и западной.

Проведенные нами ранее исследования показывают, что образ России («Россия — моя страна») оказался сходным по категориальной структуре с образом «Россия в СМИ». Это означает, что молодежная аудитория при формировании представлений об образе России ориентируется прежде всего на ценности, транслируемые в СМИ.

Выявленные и представленные в предыдущих частях исследования ценностно-смысловые коды культурных представлений о России и героическом начале личности относятся к глубинному, ядерному слою культурных представлений респондентов, образованному системой ценностей, определяющих нравственный выбор представителей народа, а также к третьему слою, представленному образами героев и типичных представителей социума, при рассмотрении культурных представлений с позиций модели «луковицы» Г. Ховстеде (1997).

Выводы

1. В категориальной структуре восприятия образа России у молодежи, проживающей в разных регионах страны, было выявлено семь значимых факторов: 1) «Благосостояние, прогрессивность страны»; 2) «Социальная дистанция» жителей по отношению к стране; 3) «Цивилизационная отнесенность страны»; 4) «Авторитетность страны в мире»; 5) «Миролюбие страны»; 6) Эмоциональная привлекательность страны»; 7) «Религиозность» жителей страны. Обнаружено как содержательное сходство первых трех наиболее значимых категорий, так и различие дополнительных категорий, что является отражением своеобразия представлений респондентов выбранных регионов об образе страны.
2. Расположение объектов исследования «Россия сегодня» и «Будущая Россия» в категориальном пространстве представлений респондентов трех регионов дает основание утверждать, что в целом молодежь позитивно и с оптимизмом представляет себе будущее России и видит его в совместной ответственной и созидательной деятельности власти и граждан страны, направленной на ее дальнейшее развитие.

3. Соотношение объектов «Россия сегодня», «Будущая Россия», «США» как представителя западной цивилизации и «Китая» как представителя восточной цивилизации по факторам «Социальная дистанция» и «Цивилизационная соотнесенность» позволяет заключить, что в представлениях российской молодежи образ России идентифицируется с отдельным, собственным путем развития страны как относительно восточной цивилизации, так и относительно западной цивилизации.
4. Ценностно-смысловая составляющая в структуре представлений молодежи, фиксирующая внутрикультурные коды российской цивилизации, представлена такими категориями, как «красота», «щедрость», «милосердие», «доброта», «духовность», «нравственность», «терпеливость», «патриотизм», «религиозность», а также «миролюбие», «трудолюбие» и «образованность».
5. При выстраивании внутриполитических приоритетов необходимо учитывать процессы культивирования отечественных традиционных ценностей как транслирующих сущностную составляющую самобытной российской цивилизации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были рассмотрены категориальные структуры представлений о России и ее регионах у молодежи, проживающей в различных субъектах страны. Эти представления складываются из целого комплекса составляющих: когнитивной, эмоциональной, поведенческой и ценностно-смысловой. Они формируются на основе праздничных ритуалов, образов героев страны и регионов, исторических символов прошлого и настоящего.

В основе картины мира каждого человека лежит ведущий компонент — представления о его родной стране. Именно они является системообразующим элементом, который определяет удовлетворенность жизнью человеком, его уровень патриотизма и эмоциональную стабильность. Немалую роль в формировании этих представлений играют СМИ, современный медиаконтент. Он во многом формируют стереотипные культурные представления молодежи как о своей стране, так и о других странах.

Данное исследование показало, что модальность представлений о России как о родной стране связано с модальностью представлений о своей малой родине, собственном регионе проживания. Это позволяет нам говорить о том, что изучение представлений о собственном регионе проживания молодежи является важной научной проблемой. И именно использование методов психологической науки позволяет изучить эти структурные закономерности, так как основная когнитивная и эмоциональная связь жителя России формируется прежде всего именно в месте его проживания и связана со своим регионом.

Результаты исследований свидетельствуют о том, что представления молодежи о своем собственном регионе проживания, о праздничных ритуалах, о своих образах региональных героев и исторических символах в определенной степени отражают формирование представлений о прошлом, настоящем и будущем страны у ее молодежи.

Данный тезис приводит к заключению о том, что на данный момент для России актуально не только создание привлекательного образа своей территории с помощью определенных политических и маркетинговых технологий, но и конкретно-научное изучение содержатель-

ных особенностей региональных культур и региональных идентичностей. Проблема несформированности представлений о собственных регионах актуализируется, как никогда, и поэтому стоит особенно обратить внимание на нее в дальнейших исследованиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Авилов Г.М., Кранзеева Е.А., Яницкий Л.С.* Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 110–119.
2. *Акбарова А.А.* Социальная активность как элемент социального самоопределения молодежи // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития. 2015. Т. 4, № 1(13).
3. *Акопов Г.В.* Психология сознания: Вопросы методологии, теории и прикладных исследований. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010. — 272 с.
4. *Алибегилов Ш.А., Волков В.А.* Цивилизационная идентичность России как вектор современной государственной политики. Управленческое консультирование, 2016; 5 (89): 19–24.
5. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С.П. Баньковской. — М.: Кучково поле, 2016.
6. *Андреева Г.М.* К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций // Психологические исследования (электронный журнал). 2011. № 6.
7. *Андреева Г.М.* Психология социального познания: учеб. пособие для высших учебных заведений. — 3-е изд. перераб. и доп. / Г.М. Андреева — М.: Аспект Пресс, 2005. — 303 с.
8. *Андреева Г.М., Хелкама К., Дубовская Е.М., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая О.А.* Уровень социальной стабильности и особенности социализации в старшем школьном возрасте // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1997. № 4. С. 31–41.
9. *Антонов А.И.* Институциональный кризис семьи и семейно-демографических структур в контексте социальных изменений и социального неравенства: https://riss.ru/demography/demography-science-journal/5273/ (дата обращения: 12.12.2017).
10. *Арендачук И.В.* Динамика ценностно-смысловых характеристик социальной активности современной молодежи // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. 2018. Т. 15, № 3. С. 287–307. DOI: 10.22363/2313–1683–2018–15–3-287–307
11. *Артемьева Е.Ю.* Основы психологии субъективной семантики. — М., 1999.

12. *Артемьева Е.Ю.* Психология субъективной семантики. — М.: Издательство МГУ, 1980.
13. *Артемьева Е.Ю., Стрелков Ю.К., Серкин В.П.* Структура субъективного опыта: семантический слой и другие. Сборник «Мышление и субъективный мир». — Ярославль: Изд-во Ярославского университета, 1991.
14. *Асмолов А.Г., Карабанова О.А., Гусельцева М.С.* Формирование гражданской идентичности как ключевая задача образования и социокультурной модернизации России. — М.: Федеральный институт развития образования, 2012. — 252 с.
15. *Бажов С.И.* Философия истории Н.Я. Данилевского. — М., 1997.
16. *Базаров Т.Ю., Аксеновская Л.Н.* (2016). Российский регион как объект социально-психологического вмешательства: концепция, технология, опыт. Московский экономический журнал, 4. URL: http://qje.su
17. *Безгина Н.В.* Психологическая структура гражданской идентичности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. № 3–1. С. 241–249.
18. *Белинская Е.П.* Взаимосвязь ценностных ориентаций и образа социального мира// Мир психологии, 2004. № 3 (39). С. 97–102.
19. *Белинская Е.П.* Современные исследования идентичности: от структурной определенности к процессуальности и незавершенности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Психология. Педагогика. Серия 16. 2018. Т. 8, № 1. С. 6–15.
20. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. — М.: Academia, 1999.
21. *Бердяев Н.А.* Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века / О России и русской философской культуре: философы русского послеоктябрьского зарубежья. — М.: Наука, 1990. — С. 44.
22. *Беспалова Т.В., Расторгуев В.Н.* Патриотизм и русская цивилизационная идентичность в современном российском обществе. — М.: Институт наследия, 2017.
23. *Богдан Е.Н.* Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 4. С. 122–127.
24. *Богомолова Н.Н.* Контент-анализ // Социальная психология: практикум. — Москва: Аспект Пресс, 2006. — С. 131–162.
25. *Борисов Н.А., Волков В.А.* Понятие экологического государства в контексте формирования политической экологии // Управленческое консультирование. 2014. № 2.

26. *Бороноев А.О., Смирнов П.И.* Российский менталитет и реформы // Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций / под ред. Большакова В.Ю. — СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2000. — 510 с. С. 274–302.
27. *Братусь Б.С.* Русская, советская, российская психология / Б.С. Братусь. — Москва, 2000.
28. *Бредихин А.И.* Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России. Сборник научных трудов / А.И. Бредихин // Проявление региональной идентичности в лояльности к услугам предприятий досугового питания: итоги качественного исследования — 2015. С. 43–46.
29. *Бродель Ф.* Время мира. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 3. — М.: Прогресс, 1992.
30. *Бромлей Ю.В.* Очерки теории этноса. — М., 1983.
31. *Брунер Дж.* Психология познания. — М., 1997.
32. *Брушлинский А.В., Сергиенко Е.А.* Ментальная репрезентация: динамика и структура. — М.: Институт психологии РАН, 1998. — 320 с.
33. *Вартанова Е.Л.* Медиа в контексте общественных трансформаций: к постановке проблемы // Медиа альманах. — М.: Партнерство ф-та журналистики. 2018. № 1 (84). С. 8–13.
34. *Вахштайн В.С.* Трансформация общественных пространств и эволюция социальной коммуникации. — М.: РАНХиГС, 2016.
35. *Велижев М.Б.* Цивилизация, или война миров. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та в Санкт-Петербурге, 2019.
36. *Веракса Н.Е., Вересов Н.Н., Веракса А.Н., Сухих В.Л.* Современные проблемы детской игры: культурно-исторический контекст // Культурно-историческая психология. 2020. Т. 16. № 3. С. 60–70. DOI: 10.17759/chp.2020160307
37. *Вербицкий А.А., Ферапонтова М.В., Бутовская Е.В.* Личностные качества подростков и юношей в контексте нравственного выбора // Педагогика и психология образования. 2018; (2): 89–102.
38. *Виноградова С.М., Мельник Г.С.* Психология массовой коммуникации. — М: Издательство Юрайт, 2015.
39. *Винтерхофф-Шпурк П.* Медиапсихология. Основные принципы. — Харьков: Гуманитарный центр, 2007.
40. *Воловикова М.И., Борисова А.М.* Психологическое значение праздника для личности // Знание. Понимание. Умение. 2012; (4): 241–245.

41. *Воловикова М.И., Тихомирова С.В., Борисова А.М.* Психология и праздник: Праздник в жизни человека. — М.: Пер Сэ, 2003.
42. *Воронин А.Н.* Дискурсивные способности: конструкт, эмпирические исследования, направления развития / А.Н. Воронин. В сборнике: Разработка понятий современной психологии. 2018. — С. 461–481.
43. *Воронин А.Н.* Дискурсивные способности. Теория, методы изучения, психодиагностика. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
44. *Воронин А.Н., Рафикова А.С.* Проблема номинации шкал частного семантического дифференциала // Процедуры и методы экспериментально-психологических исследований. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. — С. 131–138.
45. *Выготский Л.С.* Собр. соч. — М., 1982. Т. 1. — С. 347.
46. *Гальперина П.Я., Ждан А.Н.* Хрестоматия по истории психологии. М.: Изд-во МГУ, 1980. — С. 63–69.
47. *Гальченко А.С.* Особенности мотивационной структуры гражданской активности подростков с разным статусом гражданской идентичности // Вестник Мининского университета. 2019; 7 (3 (28)): 8.
48. *Глазьев С.Ю.* Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». — М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011.
49. *Головнева Е.В.* Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований / Е.В. Головнева. 2013. № 5. С. 42–50.
50. *Гордеева Т.О., Лункина М.В., Сычев О.А.* Источники оптимистического мышления и благополучия подростков // Вопросы психологии. 2018; 5:13–32.
51. *Гостев А.А.* Отношение современных россиян к некоторым аспектам социальной и политической жизни страны / А.А. Гостев. В сборнике: Историогенез и современное состояние российского менталитета — 2016. — С. 206–218.
52. *Гостев А.А.* Патриотизм как духовно-нравственное качество личности / А.А. Гостев. В сборнике: Современная личность: Психологические исследования — 2012. — С. 100–117.
53. *Гостев А.А.* Психологические аспекты изучения глобальной манипуляции / А.А. Гостев. // Психологический журнал. 2017. Т. 38, № 4. С. 17–28.

54. *Громыко А.А.* Образы России и Великобритании: реальность и предрассудки: монография / Ал.А. Громыко; Учреждение Российской акад. наук, Ин-т Европы РАН. — М.: Ин-т Европы РАН: Русский сувенир, 2008.
55. *Громыко В.В., Буганов А.В.* О воззрениях русского народа. — М.: Паломник, 2000. — 541 с.
56. *Грушевицкая Т.Г.* Национальная и этнокультурная идентичность в современном обществе // Международный научно-исследовательский журнал. 2016; 12–2 (54): 137–139.
57. *Губолго М.Н.* Идентификация идентичности: этносоциологические очерки. — М.: Наука, 2003. — С. 29.
58. *Гумилев Л.Н.* Этногенез и биосфера Земли // Собр. соч. Т. 3. — М., 1997. — С. 611.
59. *Даль В.И.* Пословицы и поговорки русского народа: из сборника В.И. Даля [Послесловие В.П. Аникина]. — Москва: Правда, 1987. — 654 с.
60. *Дейнека О.С.* Образ и медиаобраз России в сознании немецких граждан на фоне усиления радикальных установок в обществе // Общество: социология, психология, педагогика. 2021; 12 (92): 225–231.
61. *Дейнека О.С.* Образ-представление родины как фактор национальной экономической безопасности // Междисциплинарные ресурсы экономической психологии в формировании этнорегиональной идентичности и позитивного образа «малой родины». Материалы Всеросс. научно-практ. конф. с междунар. участием / под. ред. А.Д. Карнышева, В.А. Решетникова. — Иркутск: ИГУ, 2019. — С. 29–36.
62. *Денисова Г.С. , Клименко Л.В.* Особенности региональной идентичности населения Юга России // Социологические исследования. 2013. № 7. С. 25–34.
63. *Джерелиевская М.А.* Трансформация мировоззренческих установок и мужественность-женственность современной молодежи // Актуальные проблемы исследования массового сознания: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. 22–23 марта 2019 г. [Электронный ресурс] / отв. ред. В.В. Константинов. Пенза: Издательство ПГУ, 2019. — С. 70–72.
64. *Дмитриева Е.Е.* Теория культурного трансфера и компаративный метод в гуманитарных исследованиях: оппозиция или преемственность? // Вопросы литературы. 2011. № 4.
65. *Дольто Ф.* Собрание сочинений. / пер. с фр. под науч. ред. С.Ф. Сироткина. — Ижевск: ERGO, 2010. — 520 с.

66. *Донцов А.И., Зеленев И.А., Прохода В.А.* Макросоциальная динамика и этническая толерантность/интолерантность в современных Европе и России // Вопросы психологии. 2019. № 3. С. 75–93.
67. *Донцов А.И., Зинченко Ю.П.* Концепция глобализации и феномен психологической безопасности // Живая психология. 2014. № 3 (3). С. 4–9.
68. *Дробижева Л.М.* Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 26–36.
69. *Дубин Б.* К вопросу о выборе пути: Элиты, масса, институты в России и Восточной Европе 1990-х годов // Вестник общественного мнения. Данные Анализ. Дискуссии. 2004. № 6. С. 21–31.
70. *Дубовская Е.М.* Социализация личности в мультикультурном пространстве как один из аспектов проблемы «личность и общество» // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». 2019; (4): 24–32.
71. *Евгеньева Т.В.* Круглый стол «Формирование национально-государственной идентичности: проблемы, опыт, перспективы» 4 июня 2015 года. Ценности и смыслы. 2015; 5 (39): 7–35.
72. *Евгеньева Т.В.* Культурно-психологические основания формирования образа «Другого» в современной России // «Чужие» здесь не ходят. Радиальная ксенофобия и политический экстремизм в социокультурном пространстве современной России. — М., 2004. — 308 с. РАН центр цивилизационных и региональных исследований. Серия «Образы мира». Т. 2. С. 39–57.
73. *Евгеньева Т.В., Селезнева А.В.* Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации. — Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. 2017. № 4. С. 48–64.
74. *Евгеньева Т.В., Смулькина Н.В., Цымбал И.А.* Место России в мире в восприятии рядовых граждан: идентификационное измерение // Полис. Политические исследования. 2020. № 4. С. 181–191. https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.13
75. *Евгеньева Т.В., Титов В.В.* Образы прошлого в российском массовом политическом сознании: Мифологическое измерение // Политическая наука. 2017. № 1. С. 120–138.
76. *Евгеньева Т.В., Титов В.В., Белоконев С. Ю.* Место образа славянского мира в формировании современной российской идентичности // Вест-

ник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019; (48): 135–144.

77. *Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш.* Единство и разнообразие процессов формирования идентичности личности // Вопросы философии. 2018. № 2. С. 27–38.
78. *Емелин В.А.* Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности // Национальный психологический журнал. 2017. № 2(26). С. 5–15.
79. *Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш.* Влияние информационных технологий на трансформацию совладающего поведения // Вопросы психологии. 2014. № 4. С. 49–59.
80. *Емельянова Т.П.* Социальная психология. Концепция социальных представлений и дискурсивная психология // Психологический журнал, Российская академия наук. 2005. № 5. С. 16–26.
81. *Емельянова Т.П., Дробышева Т.В.* Структура социальных представлений у лиц разного возраста, потерявших работу // Вопросы психологии: 2019; 4: 124–135.
82. *Емельянова Т.П.* Коллективная память о событиях отечественной истории: социально-психологический подход. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. — 299 с.
83. *Ерохина Т.И.* Пограничность российской цивилизационной идентичности: кризис и/или дискурс // Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего: XVII Международ. Лихачев. науч. чтения (18–20 мая 2017 г.). — СПб.: СПбГУП, 2017. С. 329–331.
84. *Жаде З.А.* Цивилизационная идентичность России в глобализирующемся мире // Южно-российский журнал социальных наук. 2007; (1): 78–88.
85. *Ждан А.Н.* Масштабность личности и деятельности А.Н. Леонтьева (5.02.1903 — 21.01.1979) // Методология и история психологии. 2018. Вып. 1. С. 186–206.
86. *Заковоротная М.В.* Идентичность человека: Социально-философские аспекты. — Ростов-на-Дону, 1999.
87. *Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И.* Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы. — М.: Институт Наследия, 2008.
88. *Зелетдинова Э.А., Дьякова В.В., Руденко М.Н., Гайнутдинова Е.В.* Региональная идентичность в фокусе социологического анализа // Теория и практика общественного развития. 2020. № 1 (143).

89. *Зинченко В.П.* Сознание и творческий акт. — М., 2010.
90. *Зинченко В.П., Мамардашвили М.К.* Проблема объективного метода в психологии // Вопросы философии. 1977. № 7.
91. *Зинченко Ю.П.* Психологические основы формирования образа современной России // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение / под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. — М., 2008. — С. 6.
92. *Зинченко Ю.П.* Психология безопасности как социально-системное явление // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2011. № 4. С. 4–11.
93. *Зинченко Ю.П., Шайгерова Л.А., Шилко Р.С.* Методологические проблемы изучения этнокультурной идентичности детей и подростков в цифровом обществе // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. Выпуск 2, 2019. — С. 875–884.
94. *Знаков В.В.* Знаки и символы в понимании субъектом мира // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21, № 2. С. 97–110. DOI: 10.31429/26190567–21–2-97–110
95. *Знаков В.В.* Понимание и переживание москвичами террористической угрозы // Вопросы психологии. 2010. № 4. С. 64–74.
96. *Зубаревич Н.В.* Будущее российского пространства: экономика и население / Будущее российской экономики / под ред. Р. Ениколопова, Ш. Вебера. — М.: Эксмо, 2020. — С. 168–177.
97. *Иванников В.А., Гусев А.Н., Барабанов Д.Д., Эйдман Е.В.* Осмысленность жизни и ориентация на действие как предикторы самооценок волевых качеств // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2020. № 2. С. 3–25.
98. *Иванова Н.Л., Мазилова Г.Б.* Гражданская идентичность и формирование гражданственности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития. 2010. № 4. С. 11–20.
99. *Иванова Н.Л., Мазилова Г.Б.* Изменение этнической и гражданской идентичности в новых общественных условиях // Вопросы психологии. 2008. № 2. С. 83–93.
100. Имиджи Сибири / под ред. В.И. Супруна. — Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2008.

101. *Инкижекова М.С.* Категории «национальная идентичность» и «патриотизм» в современном образовательном пространстве. — Znanie. Ponimanie. Umenie, 2017. DOI: 10.17805/zpu.2017.4.4
102. *Каган М.С.* Философская теория ценности. — СПб.: Петрополис, 1997.
103. Как проектировать универсальные действия в начальной школе. От действия к мысли: пособие для учителя / под ред. А.Г. Асмолова. — М.: Просвещение, 2011. — 151 с.
104. *Камбербач Г.* «Воздействие» СМИ на общество: неоконченная дискуссия. Медиа. Введение / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. — М.: Юнити-дана, 2005.
105. *Канеман Д.* Думай медленно… решай быстро. — Москва: АСТ, 2014.
106. *Кара-Мурза А.А.* Кризис идентичности в современной России: возможности преодоления // Реформаторские идеи в социальном развитии России / отв. ред. С. А. Никольский. — М.: ИФ РАН, 1998. — С. 108–124.
107. *Карапетян Л.В., Глотова Г.А.* Исследование параметров эмоционально-личностного благополучия российских студентов (окончание) // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2018. № 3. С. 60–75
108. *Караяни А.Г., Зинченко Ю.П.* Информационно-психологическое противоборство в войне: история, методология, практика. — М.: МГУ, 2007.
109. *Каргаполов Е.П.* Цивилизационная идентичность России: проблемы и решения // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки. 2020; 4 (1 (13)): 61–69.
110. *Касьянова К.* О русском национальном характере. — М.: Институт национальной модели экономики, 1994.
111. *Катвалян А.Э., Костромина С.Н.* Этническая идентичность в структуре Я-концепции подростков (на примере русских и армянских школьников) // Психология. Психофизиология. 2018; 11 (2): 83–93.
112. *Келли Дж.А.* Теория личности. Психология личностных конструктов. — СПб.: Речь, 2000.
113. *Киричек О.Я.* Преподаватель XXI век / О.Я. Киричек // Изучение психологических особенностей региональной идентичности личности. — 2011. № 4. С. 153–163.

114. *Киселев И.Ю., Смирнова А.Г.* Особенности восприятия населением результатов внешней политики // Вестник Института социологии. 2016. № 19. С. 136–154. https://doi.org/10.19181/vis.2016.19.4.432
115. *Климов И.А.* Телевидение: модальности существования // Социол. исслед. 2005. № 10. С. 93–99.
116. *Князев А.М.* Воспитание гражданственности: Монография. В 2 т. Т. 1. — М.: Изд-во РАГС, 2007. — 355 с.
117. *Козлов В.В.* Интегративная психология: пути духовного поиска или освящение повседневности. — М., 2007.
118. *Колесова Л.А.* Четвертое измерение человека. Проблема четырех вопросов / в сб. «Синергетика». — М.: МГУ, 1999.
119. *Кольцова В.А., Журавлев А.Л.* Сущностные характеристики и факторы формирования российского менталитета // Психологический журнал, 2017. Т. 38, № 3. С. 5–17.
120. *Кондаков И.В.* Цивилизационная идентичность России: сущность, структура и механизмы // Вопросы социальной теории. 2010. Т. IV. С. 282–304.
121. *Кондаков И.В.* Россия мира: российский глобалитет в потоке мировой истории // Общественные науки и современность. 2011. № 1. С. 160–176.
122. *Копцева Н.П., Кистова А.В.* Конструирование этнокультурной и общенациональной идентичности как философская проблема // Философия и культура. 2015. № 1 (8). С. 12–19.
123. *Корнилова О.А., Артюков А.П., Василевская Е.А.* Идентичность личности в структуре самосознания: этнический аспект // Наука о человеке: гуманитарные исследования / 3 (37). — Омск, 2019. С. 73–80.
124. *Корнилова Т.В.* Интеллектуально-личностный потенциал человека в условиях неопределенности и риска. — СПб.: Нестор-История, 2016.
125. *Корнилова Т.В., Чжоу Цюци.* Эмпатия и имплицитные теории эмоций и личности (на китайской выборке) // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2021. № 1. С. 114–143.
126. *Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В.* Гражданская идентичность современной молодежи Ярославской области // Ярославский педагогический вестник. 2013; 1 (4): 143–149.
127. *Костина А.В.* Цивилизационная идентичность России: вызовы и ответы // Знание. Понимание. Умение. 2016; (2): 138–152.

128. *Кравченко Н.Ю.* Трехкомпонентная модель формирования гражданской идентичности: возможности и ограничения // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016; 3 (35): 82–90.
129. *Крылов М.П.* Региональная идентичность в Европейской России: автореф.… дис. докт. географ. наук / М.П. Крылов. — М., 2007.
130. *Куденхове-Калерги Р.Н.* Пан-Европа / отв. ред. Е. Айзпурвит. — М.: Вита Планетаре, 2006.
131. *Кузнецов И.В.* История отечественной журналистики (1917–2000). — М., 2002; М.: Медиасистема России, 2017.
132. *Кыштымова И.М., Ангеловска С.Н.* Семантика образа героя: межкультурные различия (на примере российских и македонских подростков) // Сибирский психологический журнал. 2018; (70): 103–117.
133. *Кэмпбелл Дж.* Тысячеликий герой. — СПб.: Питер, 2020.
134. *Лаврова Е.В., Матвеева Л.В.* Содержание новостного дискурса и представление человека об опасности // Психологический журнал. 2016; 4(37): 5–20.
135. *Латынов В.В.* Принципы психологического исследования коммуникативного воздействия // Вестник университета. 2013; (10): 245–251.
136. *Лебедева Н.М.* Введение в этническую и кросс-культурную психологию. — М.: Старый сад, 1999. — 158 с.
137. *Лебедева Н.М.* Социально-психологическая аккультурация этнических групп: дис. … докт. психол. наук. — М., 1997.
138. *Лебедева Н.М.* Этническая и кросс-культурная психология. — М.: МАКС Пресс, 2011.
139. *Лебон Г.* Психология толпы // Психология толпы: сборник работ. — М., 2003. С. 7.
140. *Леви-Брюлъ Л.* Первобытное мышление. — М., 1930.
141. *Левочкина Н.А.* Региональная идентичность: понятие и сущность // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. Пенза: Изд-во «Академия естествознания». 2016. № 1 (ч. 3). С. 446–453.
142. *Леонтьев А.А.* Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. — М.: Смысл, 2008.
143. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность / Алексей Николаевич Леонтьев. — 2-е изд., стер. — М.: Смысл; «Академия», 2005.
144. *Леонтьев А.Н.* Деятельность. Сознание. Личность. — М., 1975. С. 64.

145. *Леонтьев А.Н.* Образ мира / А.Н. Леонтьев // Избр. психол. произведения: в 2 т. — М., 1983. Т. 2. С. 251–261.
146. *Леонтьев А.Н.* Психология образа / А.Н. Леонтьев // Вестник Московского университета / ред. С. Д. Смирнов. — 1979. № 2 (апрель-июнь) 1979. С. 3–14. (Серия 14. Психология).
147. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла. — М.: Смысл, 1999.
148. *Леонтьев Д.А.* Лабиринт идентичностей: не человек для идентичности, а идентичность для человека // Философские науки. 2009; (10): 5–10.
149. *Леонтьев Д.А.* Личностный смысл и трансформация психического образа // Вестник МГУ. Психология. 1988. № 2.
150. *Леонтьев Д.А.* О некоторых аспектах проблемы «культура и личность» // Культурно-историческая психология. 2013. Т. 9, № 1. С. 22–31.
151. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. — М., 2007.
152. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. — М., 2003.
153. *Леонтьев Д.А., Миюзова А.Е.* Личностные изменения как результат жизнетворческой работы // Консультативная психология и психотерапия. 2016. Т. 24, № 1. С. 44–63. DOI: 10.17759/cpp.2016240104
154. *Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В.* Образ героя России как фактор формирования гражданской идентичности: гендерный аспект // Человек в информационном пространстве. — Ярославль: РИО ЯГПУ, 2020. С. 238–243.
155. *Литвинов В.Ю.* Влияние СМИ на региональные образы России в общей картине мира молодежи // Национальный психологический журнал. 2020. № 2(38). С. 158–169.
156. *Литвинов В.Ю.* Особенности восприятия праздников у молодежи из различных макрорегионов России // Психологический журнал — 2022. Т. 43, № 1. С. 60–71. DOI: 10.31857/S020595920017738-7
157. *Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В.* Сравнительный анализ культурных представлений творческой молодежи о российской, западной и восточной цивилизациях // Социальная психология и общество. 2021. Т. 12, № 1. С. 177–197.
158. *Литовченко Е.А.* Дипломная работа: Тинейджерские журналы и их влияние на подростков. МГУ, факультет журналистики, 2008.

159. *Лич Э.* Культура и коммуникации: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии. — М., 2001.
160. *Лихачев Д.С.* Культурология: избранные труды по русской и мировой культуре. — СПб.: Изд-во СПбГУП, 2006. — 448 с.
161. *Лобачева Д.В.* Культурный трансфер: определение, структура, роль в системе литературных взаимодействий // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2010. Вып. 8. С. 23–27.
162. *Лотман Ю.М.* О двух моделях коммуникации в системе культуры // Труды по знаковым системам. — Тарту, 1973, Вып. 6.
163. *Лубский А.В.* Государство-цивилизация и национально-цивилизационная идентичность в России // Гуманитарий Юга России. 2015; (2): 30–45.
164. *Лурия А.Р., Виноградова О.С.* Объективное исследование динамики семантических систем / Семантическая структура слова. — М., 1979.
165. *Лурье С.* Метаморфозы традиционного сознания. — СПб., 1940.
166. *Магун В.С. , Руднев М.Г.* Базовые ценности-2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами. — М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.
167. *Мазлумян В.С.* Картина мира и Образ мира // Мир психологии. 2009. № 4. С. 100–108.
168. *Маклюэн М.* Понимая медиа. — СПб: Кучково поле, 2014.
169. *Максимова Л.А., Валиев Р.А., Руженцева Н.Б., Валиева Т.В.* Региональная идентичность в юношеском возрасте как маркер личностной связи с территорией проживания // Психологическая наука и образование. 2019. Т. 24, № 2. С. 82–92. DOI: 10.17759/pse.2019240208
170. *Малинова О.Ю.* Коммеморация столетия революции(й) 1917 года в РФ: анализ стратегий ключевых мнемонических акторов // Полис. Политические исследования. 2018. № 1. С. 9–25. https://doi.org/10.17976/jpps/2018.01.02
171. *Малышева Н.Г., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая О.А.* Образ России в многополярном мире: кросс-культурный анализ // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2012. № 1. С. 61–73.
172. *Масленников А.А.* Психологические особенности гражданской идентичности студентов разной этноконфессиональной направленности // Российский психологический журнал. 2012; 9 (2): 48–54.

173. *Маслин М.А.* Антология о России и русской философской культуре. Философы русского послеоктябрьского зарубежья. Москва, 1990.
174. *Маслов А.А.* Цивилизационная идентичность российского общества: Социально-философские аспекты: автореф. дис. ... канд. философ. наук. Москва, 2005.
175. *Матвеева Л.В.* Влияние феномена разорванной коммуникации в СМИ на границы информационно-психологической безопасности // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2 т. Т. II: Феномен разорванной коммуникации: сб. статей / под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, Е.Л. Вартановой, А.И. Подольского. Т. 2. Москва: Аспект Пресс, 2008. С. 29–41.
176. *Матвеева Л.В.* Категориальная структура образа России в молодежной аудитории // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2010. Т. 4, № 2. С. 83–98.
177. *Матвеева Л.В.* Культура и СМИ: размышления о феномене «разорванной коммуникации» // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2007. № 1. С. 119–132.
178. *Матвеева Л.В.* Образ России в информационном пространстве // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: сб. материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. — Москва: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008. — С. 17–34.
179. *Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В.* Психология телевизионной коммуникации. — М.: РИП-Холдинг, 2002.
180. *Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В., Степанова О.Б.* Образ России в сознании российской молодежи: особенности ценностно-смыслового кода культурный представлений // Психологический журнал. 2021. Т. 42, № 5. С. 115–126.
181. *Матвеева Л.В., Мочалова Ю.В., Петракова Е.Е., Аникеева Т.Я.* Категориальная структура образа России и образов других стран в менталитете жителей страны и Союзного государства Белоруссии / Образы, традиции и культура межнационального мира и согласия: монография / науч. ред. А.Д. Карнышев. — Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014. С. 64–112.
182. *Мацумото Д.* Психология и культура / под ред. Д. Мацумото. — СПб.: Питер, 2003.

183. *Межуев Б.В.* Есть ли у России свой «цивилизационный код», и в чем он может заключаться? // Вопросы философии. 2018. Вып. № 7. С. 35–43. DOI: 10.31857/S004287440000221–8
184. *Мельникова О.Т., Кутковая Е.С.* Дискурсивный подход к исследованию идентичности // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2014; (1): 59–71.
185. *Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А.* Развитие исследований коммуникаций в культурно-исторических контекстах отечественной психологии // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2017. Т. 2, № 3.
186. *Минеева И.Н.* Культурный трансфер: от истории идеи к методологии // Филологические исследования. 2016. Т. 4. DOI: 10.15393/j100.art.2016.3006
187. *Митина О.В., Михайловская И.Б.* Факторный анализ для психологов. — М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001.
188. *Митина О.В., Петренко В.Ф.* Психосемантический анализ имиджа государства: реконструкция и измерение // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 3. С. 16–27.
189. *Михеев В.А.* Этапы развития российской государственности в контексте социально-политической мысли // Социология власти. 2012; (2): 112–119.
190. *Мишучков А.А.* Цивилизационная идентичность в системе общенациональной безопасности России // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 11. С. 244–250.
191. *Мкоян Г.С.* Использование методов г. Хофстеде для сравнительного анализа социокультурных ценностей среди двух поколений армянского общества // Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки. 2018; 4 (34): 50–57.
192. *Монастырский Д.В.* Гражданская идентичность: теоретические подходы к исследованию и формирующие ее факторы // Гуманитарий юга России. 2017. Т. 23, № 1. С. 181–188.
193. *Московичи С.* Век толп. Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. — М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
194. *Муращенкова Н.В.* Выраженность экстремистской и патриотической самоидентичности как типообразующие показатели гражданской идентичности молодежи // СИСП. 2013, № 9(29). DOI: http://dx.doi.org/10.12731/2218–7405–2013–9-62

195. *Назукина М.В.* Региональная идентичность в современной России: типологический анализ: автореф. … дис. канд. полит. наук / М.В. Назукина. — Пермь, 2009.
196. *Найссер У.* Познание и реальность: Смысл и принципы когнитивной психологии / пер. с англ. В.В. Лучкова. — М.: Прогресс, 1981.
197. *Нанохова Р.Р., Тлисова Д.Х.* Социально-психологические особенности формирования гражданской идентичности студенческой молодежи: [монография] / Р.Р. Накохова, Д.Х. Тлисова. — Москва: Междунар. отношения, 2016.
198. *Наследов А.Д.* Математические методы психологического исследования. — Москва: Речь, 2004.
199. *Нестик Т.А., Журавлев А.Л.* Психология глобальных рисков. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. — 402 с.
200. *Нестик Т.А.* Глобальная идентичность как социально-психологический феномен: теоретико-эмпирическое исследование // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Т. 2, № 4 (8). С. 145–185.
201. *Новикова Г.В., Маль Г.С.* Структура социальной активности молодежи в добровольческой деятельности и ее виды // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 10(52), часть 4. С. 124–126. DOI: https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.52.023)
202. *Носкова О.Г.* Будущее психологической науки и практики с позиции истории психологии и науковедения // Психологический журнал, 2018. Т. 39, № 4. С. 122–124.
203. *Носуленко В.Н., Самойленко Е.С.* Познание и общение: системная исследовательская парадигма / В.Н. Носуленко, Е.С. Самойленко. // Психологический журнал. 2012. Т. 33, № 4. С. 5–16.
204. *Окунев И.Ю.* Основы пространственного анализа: монография. — М.: Аспект Пресс, 2020. — 255 с.
205. *Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А.* Постсобытийный дискурс в интернет-сообществах: интенциональная структура и приемы воздействия // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13, № 1. С. 138–148. DOI: https://doi.org/10.17759/exppsy.2020130110
206. *Панарин А.С.* Православная цивилизация / сост., предисл. В.Н. Расторгуев / отв. ред. О.А. Платонов. — М.: Институт русской цивилизации, 2014.

207. *Пантин В.И.* Национально-цивилизационная идентичность: специфика России // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2011; 7(2): 42–51.
208. *Петренко В.Ф.* Многомерное сознание: психосемантическая парадигма. 2-е доп. изд. Москва: Эксмо, 2013.
209. *Петренко В.Ф.* К проблеме психологии сознания // Вопросы философии. 2010. № 11. С. 47–57.
210. *Петренко В.Ф.* Многомерное сознание: психосемантическая парадигма / Петренко В.Ф. — М.: Новый хронограф, 2009.
211. *Петренко В.Ф.* Психосемантические аспекты картины мира субъекта // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2005; 2(2): 3–23.
212. *Петренко В.Ф., Кучеренко В.В.* Теория и практика сенсомоторного психосинтеза // Вестник Российской академии наук. 2019. Т. 89, № 2. — С. 147–156. DOI: 10.31857/S0869–5873892147–156
213. *Петренко В.Ф., Митина О.В.* Политическая психология: психосемантический подход. Москва: Социум, 2018. — 590 с.
214. *Петренко В.Ф., Митина О.В.* Психосемантический анализ динамики общественного сознания: На материале политического менталитета. — 2-е изд. — М.: Изд-во МГУ, 1997.
215. *Петровский А.В.* Вопросы истории и теории психологии: Избр. труды / А.В. Петровский. — Москва: Педагогика, 1984.
216. *Петровский А.В.* Проблема развития личности с позиции социальной психологии // Вопросы психологии. 1984. № 4. С. 15–29.
217. *Петровский В.А.* Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов н/Д.: Феникс, 1996.
218. *Петровский В.А.* Принцип отраженной субъектности в психологическом исследовании личности // Вопросы психологии. 1985. № 4. С. 17–30.
219. *Петровский В.А.* Психология надситуативной активности // Вопросы психологии. 1975. № 3.
220. *Петухов В.В.* Образ мира и психологическое изучение мышления // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер.14. Психология. 1984. № 21. С. 13–21.
221. *Поддьяков А.Н.* Зоны развития, зоны противодействия и пространство ответственности / А.Н. Поддьяков. // Культурно-историческая психология. 2006. № 2. С. 68–81.
222. *Поддьяков А.Н., Поддьяков Н.Н.* Интерактивные исследовательские объекты: от лабораторных экспериментов к массовым практикам XXI века // Исследователь/Researcher. 2019. № 3 (27).

223. *Полищук И.С.* История России: уч.-метод. пособие / под ред. проф., докт. ист. наук Г.С. Сергеева. 2-е изд., переработ. и дополн. — Тверь, 2007. — 129 с.
224. *Помозова Н.Б.* Символы как инструмент управления формированием гражданской идентичности: сравнительный анализ России и Китая. Автореферат. — Москва, 2012.
225. *Попова О.В.* Базовая матрица государственной политики идентичности в современной России. — Политическое пространство и социальное время, 2016. — С. 160–165.
226. *Поршнев Б.Ф.* Социальная психология и история. — 2-е изд., доп. и испр. — Москва: Наука, 1979. С. 82.
227. *Похилько В.И., Федотова Е.О.* Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности // Вопросы психологии. 1984. № 3.
228. Психологические исследования духовно-нравственных проблем / отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. — М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
229. Психология индивидуальных различий. Тексты / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. — М.: Изд-во МГУ, 1982. — С. 288–318.
230. *Путрик Ю.С.* К вопросу об измеряемости цивилизационных ценностей как компонента формирования брендов обширных территорий // Культурологический журнал. 2018; 1 (31): 3.
231. Развитие общегражданской идентичности в поликультурном пространстве российского общества / Л.А. Степнова и др.; под общ. ред. Л.А. Степновой. — М.: Народное образование, 2017. — 128 с.
232. *Расторгуев В.Н.* «Русский мир» и цивилизационная идентичность // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 1: Богословие. Философия. Религиоведение. 2015; 3(59): 152–158.
233. *Расторгуев В.Н.* Цивилизационное наследие России: методология исследовательской программы и контуры долгосрочной стратегии // Журнал Института наследия. 2018. № 2. С. 5–13.
234. *Рубинштейн С.Л.* Основы общей психологии. — СПб: Издательство «Питер», 2000. — 712 с.
235. *Рукавишников В.И., Халман Л., Эстер П.* Политические культуры и социальные изменения: Международные сравнения. — М., 1998. — С. 262, 304.

236. *Савченко Т.Н., Самойленко Е.С.* Социальное сравнение как фактор субъективного благополучия // Социологические исследования. 2022. № 11. С. 74–85. DOI: 10.31857/S013216250023036-2
237. *Свитич Л.Г.* Динамика ценностей в российском телевизионном контенте // Экология языка. Современная коммуникация. Материалы международного научного симпозиума Русистика-2018. Шумен. Болгария, 2018. — С. 251-261.
238. *Свитич Л.Г., Тюрина Е.С.* Роль подростковых журналов в формировании семейных ценностей// Журналистика 21 века: исторический опыт и современное развитие/ Владикавказ, 2019. Т. 19. С. 98–122.
239. *Свитич Л.Г.* Феномен журнализма. — М.: Издательство ИКАР, 2000. — 252 с.
240. *Свитич Л.Г., Шведова Т.И.* Журналистика в цивилизационных парадигмах (на примере освещения семейных ценностей в женских глянцевых журналах) // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 57-го междунар. форума. 2020. Т. 8, № 2. С. 17–28.
241. *Свитич Л.Г.* Ценностная доминанта русских пословиц и СМИ // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 6–8 февраля 2012 г. Ф-т журн. МГУ Москва, 2012.
242. *Свитич Л.Г.* Журнализм в свете современных научных парадигм: учеб. пособие. — Москва: Изд-во ИМПЭ, 2012.
243. *Свитич Л.Г.* Корневые черты русской нации и телеобраз России // Современный образ России: перспективы развития. — М.: МГУ, 2008.
244. *Свитич Л.Г, Смирнова О.В, Ширяева А.А, Шкондин М.В.* Содержательно-тематическая структура городских газет (контент-аналитическое исследование) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6.
245. *Семененко И.С.* Политика идентичности и идентичность в политике: этнонациональные ракурсы, европейский контекст. — Полис. Политические исследования, 2016. № 4. С. 8–28. https://doi.org/10.17976/jpps/2016.04.03
246. *Семенов В.Е.* Российская идентичность и патриотизм в полиментальном обществе // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Т. 2, № 2.
247. *Сент-Экзюпери А.* Маленький принц. — М.: Эксмо, 2019.

248. *Серкин В.П.* Методы психосемантики. — М.: Аспект Пресс, 2004. — С. 80–95.
249. *Серкин В.П.* Пять определений понятия «образ мира» // Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 2006. № 1. С. 11–19.
250. *Сидоренко Е.В.* Методы математической обработки в психологии. С-Пб.: Речь, 2004.
251. *Сикевич З.В.* Образ России в контексте национальной идентичности русских (по материалам социологических исследований) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2009; (3–1): 166–173.
252. Синергетика: антология / Российская акад. наук, Ин-т философии; науч. ред., сост. и авт. пер.: Е.Н. Князева. Москва; Санкт-Петербург: Центр гуманитарных инициатив, 2013.
253. *Смирнов С.Д.* Мир образов и образ мира // Вестник Московского университета. Сер. 14 «Психология». 1981. № 2. С. 15–29.
254. *Смирнов С.Д.* Понятие «образ мира» и его значение для психологии познавательных процессов // А.Н. Леонтьев и современная психология. — М., 1983. — С. 149–155.
255. *Смирнов С.Д.* Психология образа: проблема активности психического отражения / С.Д. Смирнов. — М.: Изд-во МГУ, 1985.
256. *Снежкова И.А., Калачева И.И., Шалыгина Н.В., Громов Д.В.* Образы России и Белоруссии в представлениях молодежи двух стран // Власть, 2019; (1): 107–112.
257. *Собкин В.С. , Мнацаканян М.А.* Особенности восприятия студенческой молодежью современных политических лидеров России (по материалам психосемантического исследования) // Социальная психология и общество. 2015. Т. 6, № 3. С. 46–63. DOI: 10.17759/sps.2015060304
258. *Солдатова Г.У.* Психология межэтнической напряженности. — М., 1998.
259. *Солдатова Г.У.* Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // Социальная психология и общество. 2018. Том 9. № 3. С. 71–80. DOI: 10.17759/sps.2018090308
260. *Солдатова Г.У., Войскунский А.Е.* Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2021; Т. 18, 3:431–450. DOI: 10.17323/1813-8918-2021-3-431-450.

261. *Спирина Т.А., Горошко Е.А.* Трансформации этнической идентичности студенческой молодежи // Молодой ученый. Казань. 2017. № 19. С. 282–285.
262. *Старостова Л.Э.* Известия Уральского федерального университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры / Л.Э. Старостова // Прагматический подход к моделированию территориальной идентичности: социокультурный аспект. 2015. № 3. С. 95–105.
263. *Стебловская С.Б.* Методологические основы исследования аксиологического поля журналов для подростков // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. — 2010. — № 1.
264. *Степин В.С.* XXI век — радикальная трансформация типа цивилизационного развития // Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего: XVII Международ. Лихачев. науч. чтения (18–20 мая 2017 г.). — СПб.: СПбГУП, 2017. — С. 185–188.
265. *Степин В.С.* Проблема будущего цивилизации // Будущее России в зеркале синер-гетики / под ред. Г.Г. Малинецкого. — М.: КомКнига, 2006.
266. *Степин В.С.* Теоретическое знание: Структура, историческая эволюция / В.С. Степин. — М.: Прогресс-Традиция, 2000.
267. *Степин В.С.* Типология научной рациональности и синергетика // Філософія освіти. 2017; (1): 6–29.
268. *Степин В.С.* Цивилизация и культура. — СПб.: СПбГУП, 2011.
269. *Степнова Л.А.* Социальная мифология и проблемы современного социального мышления. — М.: Советский спорт, 1999. — 160 с.
270. *Степнова Л.А., Костенко Е.П.* Методология исследования гражданской идентичности в поликультурном пространстве российского общества // Акмеология. 2017: 3 (63): 17–22.
271. *Стефаненко Т.Г.* О русской ментальности: константы и трансформации // Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ. — М., 2005. — С. 264–299.
272. *Стефаненко Т.Г.* Социально-психологические аспекты изучения этнической идентичности [Электронный ресурс], 2007. Режим доступа: http://flogiston.ru/articles/social/etnic (дата обращения: 11.10.2018).
273. *Стефаненко Т.Г.* Этническая идентичность: от этнологии к социальной психологии // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, 2009; (2): 3–17.

274. *Стрелков Ю.К.* Психические процессы в операторском труде. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989.
275. *Суворова И.Ю.* Применение теории динамики идентичности для описания взаимосвязи человека и социальной реальности. Пензенский психологический вестник. 2016; (1): 38–58.
276. *Сурнов К.Г., Тхостов А.Ш.* Понятие психологической нормы и современные телекоммуникативные технологии // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Т. 2. — М: Аспект Пресс, 2008. — С. 116–122.
277. *Сухарев А.В.* Развитие русской ментальности / А.В. Сухарев — Москва, 2017. Сер. Методология, история и теория психологии.
278. *Сухарев М.В.* Движение цивилизаций: Россия и Запад // Политические исследования. 2005. № 1. С. 72–94.
279. *Тарасов М.В.* Образ Родины: обоснование и апробация диагностического инструментария // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. № 4. С. 205–219. DOI: 10.17759/exppsy.2020130415
280. *Таратухина Ю.В.* Межкультурная коммуникация. Семиотический подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю.В. Таратухина, Л.А. Цыганова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019.
281. *Татарко А.Н.* Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе: дис. ... докт. психол. наук. — М, 2014. — 402 с., с. 107.
282. *Тесля А.А.* О понятии «цивилизации» в единстве и множестве: М.Б. Велижев. Цивилизация, или Война миров / Исследования по истории русской мысли. Ежегодник за 2019 год. — М.: Модест Колеров, 2019.
283. *Титов В.В.* Национально-государственная идентичность российской молодежи в начале XXI века. — М.: МАКСПресс, 2012. — 168 с.
284. *Титов В.В.* Политика памяти и формирование национально-государственной идентичности: российский опыт и новые тенденции. — М., 2017. — 184 с.
285. *Тихомандрицкая О.А., Мельникова О.Т.* Исследование проблемы кризиса маскулинности в гендерной картине мира современной молодежи методом фокус-группы // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9, № 3. С. 187–196. DOI: 10.17759/sps.2018090318
286. *Тойнби А.* Цивилизация перед судом истории. — М.: АСТ, 2011.

287. *Толстых Н.Н.* Хронотоп: культура и онтогенез. Монография. Москва: Универсум, 2018.
288. *Тоффлер О.* Футуршок. — СПб, 1997. — С. 387.
289. *Третьяков В.Т.* Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал: курс лекций. Москва: Научно-издательский центр Ладомир, 2015.
290. *Туровский Р.Ф.* Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России // Идентичность и география в постсоветской России: сб. статей. — СПб., 2003. — С. 139–155.
291. *Тхостов А.Ш., Рассказова Е.И., Емелин В.А.* Differentiation of identity fusion and identification with family, friends, country and organization // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2018. Vol. 69. — P. 679–686.
292. *Тхостов А.Ш., Рассказова Е.И., Емелин В.А.* Психическое здоровье в контексте информационного общества: к вопросу об изменениях в патогенезе и патоморфозе заболеваний (на примере нарушений цикла сон—бодрствование) // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27, № 3. С. 44–60.
293. *Ушаков Д.В.* Менталитет и социально-экономические достижения стран // Вестник РАН, 2020. Т. 90, № 3. С. 224–231.
294. *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004.
295. *Фаликман М.В.* Новая волна Выготского в когнитивной науке: разум как незавершенный проект // Психологические исследования. 2017. Т. 10, № 54. С. 2.
296. *Фаст Дж., Холл Э.* Язык тела. Как понять иностранца без слов. — М.: Вече, Персей, АСТ, 1995.
297. *Фомин А.Г., Гостев А.А.* Многослойная модель личности «матрешка»: психологические размышления на основе святоотеческих идей / В сборнике: Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. 2017. С. 367–375.
298. *Фрейд З.* Коллективная психология и анализ Я // «Я» и «Оно». Труды разных лет. Кн. 1. Т 6., 1991.
299. *Хантингтон С.* Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. — М., 2004.
300. *Хантингтон С.* Столкновение цивилизаций? // Полис. Политические исследования. 1994. № 1. С. 33.

301. *Холодная М.А.* Психология интеллекта: парадоксы исследования. 2-е изд., перераб. и дополн. — СПб.: Питер, 2002. — 384 с.
302. Цивилизационная идентичность в переходную эпоху: культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты / И.В. Кондаков, К.Б. Соколов, Н.А. Хренов— М.: Прогресс-Традиция, 2011.
303. *Цымбурский В.Л.* Индентичность и цивилизация // Новая философская энциклопедия. В 4 т. / под ред. В.С. Степина. — М.: Мысль, 2001. Т. 2. — С. 80.
304. *Цымбурский В.Л.* Народы между цивилизациями // Журнал Pro et Contra. 1997. Т. 3, № 3.
305. *Чистовский Д.И.* Актуальные направления современных психологических исследований гражданской (национальной) идентичности // Психолог. 2017. № 3. С. 51–62.
306. *Шамионов Р.М.* О проблеме этнической социализации // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2009. № 3. С. 66–76.
307. *Шамионов Р.М.* Социальная активность личности и группы: определение, структура и механизмы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2018. Т. 15, № 4. С. 379–394. DOI: http://dx.doi.org/10.22363/2313-1683-2018-15-4-379-394.
308. *Шатыр Ю.А., Улесикова И.В., Мулик И.Г., Булатецкий С.В., Мулик А.Б.* Разработка критериев и показателей фенотипической индивидуализации социальной активности человека // Российский медико-биологический вестник имени академика И.П. Павлова. 2017. Т. 25, № 4. С. 521–527. DOI: 10.23888/PAVLOVJ20174521-537.
309. *Шахбанова М.М.* Этническое самосознание и этническая идентичность: современные концепции исследования // Вестник ИИАЭ. Махачкала: Институт истории, археологии и этнографии ДНЦ РАН. 2013. № 1. С. 135–147.
310. *Шестопал Е.Б.* Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров. — М., 2008.
311. *Шестопал Е.Б., Смулькина Н.В., Морозикова И.В.* Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. 10(3): 74–94. DOI: 10.24411/2221-3279-2019-10031

312. *Ширманов Е.В.* Региональная идентичность как фактор политического процесса // Регионология. 2015. № 3 (92). С. 14–21.
313. *Шмелев А.Г.* Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. — М., 1983.
314. *Шмелев А.Г.* Психодиагностика личностных черт / А.Г. Шмелев. — СПб.: Речь, 2002.
315. *Шмелев А.Г.* Традиционная психометрика и экспериментальная психосемантика: объектная и субъектная парадигма анализа данных // Вопросы психологии. 1982. № 5.
316. *Шнейдер Л.Б.* Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг [Текст]: учеб. пособие. — М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та, 2004.
317. *Шнирельман В.А.* Слово о «голом (или не вполне голом) короле» // Историческая психология и социология истории. 2009. № 2. С. 55–74.
318. Шпенглер О. Закат Европы: В 2 т. — М.: Айрис-пресс, 2003. — Т. 2.
319. *Шпет Г.Г.* Введение в этническую психологию. Вып. 1 / Густав Шпет. — М.: Гос. акад. худ. наук, 1927.
320. *Шпет Г.Г.* Психология социального бытия. — М.: Институт практической психологии, Воронеж: МОДЭК, 1996.
321. *Шульгина О.В.* Региональные особенности динамики численности населения России во втором десятилетии XXI века // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Естественные науки. 2021. Т. 44. № 4. С. 49–59. DOI: 10.25688/2076-9091.2021.44.4.4
322. *Щепанская Т.* Символика молодежной субкультуры. — СПб., 1993.
323. *Щипков А.В.* Понятие «код» в рамках современного цивилизационного подхода // Вопросы философии. 2018. № 7. С. 28–34. DOI: 10.31857/S004287440000220-7
324. *Эриксон Э.* Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. — М.: Прогресс, 1996.
325. Этнокультурная идентичность как фактор социальной стабильности в современной России / под ред. Ю.П. Зинченко, Л.А. Шайгеровой. Т. 1. — М.: Факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
326. *Юревич А.В., Журавлев А.Л.* Патриотизм как объект изучения психологической науки // Психологический журнал. 2016. Т. 37, № 3. С. 88–98.
327. *Ярцева К.В.* Понятие «картина мира». Адаптивная функция картины мира // Вестник Северного (Арктического) федерального универси-

тета им. М.В. Ломоносова. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Архангельск, 2010. С. 87–90.
328. *Ясперс К.* Смысл и назначение истории. — М., 1994.
329. *Agirdag O., Phalet K., Van Houtte V.* European Identity as a Unifying Category: National vs. European Identification among Native and Immigrant Pupils. — European Union Politics. 2016. Vol. 17, no. 2. P. 285–302. https://doi.org/10.1177/1465116515612216
330. *Alekhin A., Koroleva N., Ostasheva E.* Semantic structures of world image as internal factors in the self-destructive behavior of today's teenagers. Psychology in Russia: State of the Art, 2015. Vol. 8. Issue 1.
331. *Archer S.L.* Identity and the choice of social roles. New Directions for Child Development, 1985, 3079–99. DOI: 10.1002/cd.23219853007
332. *Ashmore R.D., Deaux K.,* McLaughlin-Volpe T. An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. Psychological Bulletin, 2004, 130, 80–114.
333. *Aslam W., Wehner L., Koga K., van der Westhuizen J., Thies C.G., de Sá Guimarães F.* Misplaced states and the politics of regional identity: towards a theoretical framework, Cambridge Review of International Affairs, 2020. DOI: 10.1080/09557571.2020.1723061
334. *Basso K.* Wisdom Sits in Places: Landscape and Language Among the Western Apache. New Mexico: University of New Mexico Press, 1996.
335. *Berger P.L., Luckmann T.* The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge. 1966.
336. *Berry J.W.* Constructing and expanding a framework: Opportunities for developing acculturation research // Applied Psychology: An International Review. 1997. Vol. 46 (1). P. 63.
337. *Berry J.W., Pleasants M.* Ethnic tolerance in plural societies. Paper given at the International Conference on Authoritarism and Dogmatism / Potsdam, N.J., Wiley. 1984.
338. *Björn H., Söderbaum F.* 'Theorising the rise of regionness'. New Political Economy. 2000; 5(3): 457–472.
339. *Bond M.H.* A general model for explaining situational influence on individual social behavior: Refining Lewin's formula. Asian Journal of Social Psychology. 2013: 16: 1–15.
340. *Breakwell G.M.* Resisting Representations and Identity Process. Paper on Social Representations, 2010. Vol. 19. P. 6.1–6.11. ISSN 1021–5573.

341. *Breakwell G.M.* Social Representations and Social Identity. Paper on Social Representations. 1993. Vol. 2 (3). P. 193–217.
342. *Brewer M.B., Campbell D.T.* Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence. New York: Sage. 1976.
343. *Bruner J.S., Tagiuri R.* The perception of people // Handbook of social Psychology. 1983. Vol. 31, no. 2.
344. *Burke P.J., Stets J.E.* Identity theory. Oxford University Press, 2009.
345. *Cary W.* De Vit. Interviewing for Sense of Place // Journal of Cultural Geography. 2013. Vol. 30, no. 1. P. 120–144.
346. *Castells M.* The Power of Identity. Cambridge: John Wiley & Sons. 1997. 585 p.
347. *Charton-Vachet F., Lombart C.* New conceptual and operational approach to the link between individual and region: regional belonging // Recherche et Applications en Marketing. 2015. Vol. 30 (1). P. 50–75.
348. *Chen S.X., Lam B., Wu W., Ng J., Buchtel E., Guan Y., Deng H.* Do people's world views matter? The why and how. Journal of personality and social psychology. 2019; 110 (5): 743–765. http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000061.
349. *Chenneville T., Toler S., Gaskin-Butler V.T.* Civic engagement in the field of Psychology // Journal of the Scholarship of Teaching and Learning. 2012. Vol. 12, no. 4. P. 58–75.
350. *Chow K., Healey M.* Place attachment and place identity: first-year undergraduates making the transition from home to university. J. Environ. Psychol. 2008; 28: 362–372. DOI: 10.1016/j.jenvp.2008.02.011
351. *Corson D.* World view, cultural values and discourse norms: the cycle of cultural reproduction. Int. J. Intercultural Rel. 1995. Vol. 19, no. 2. P. 183–195.
352. *De Vos G., Romanucci Ross L.* Ethnicity: Vessel of meaning and emblem of contrast // Ethnic identity. Chicago: The University of Chicago Press. 1982. P. 363–390.
353. *Ditlmann R., Ropf-Beck J.* The Meaning of Being German: An Inductive Approach to National Identity. — Journal of Social and Political Psychology. 2019. Vol. 7, no. 1. P. 423–447. https://doi.org/10.5964/jspp.v7i1.557
354. *Entrikin J.N.* The Betweenness of Place: Towards A Geography of Modernity. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 1991.
355. *Epstein A.L.* Ethnos and Identity: Three Studies in Ethnicity. London, 1978.
356. *Erikson E.* Identity Youth and Crisis. W. W. Norton & Company, 1968.
357. *Erikson E.* Insight and responsibility. N.Y., 1964.

358. *Franco Z.* A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism / Z. Franco, K. Blau, Zimbardo P. Heroism // Review of General Psychology. 2011. Vol. 15, no. 2.
359. *Fresque-Baxter J.A., Armitage D.* Place identity and climate change adaptation: a synthesis and framework for understanding. Wiley Interdiscipl. Rev. Clim. Change. 2012; 3: 251–266. DOI: 10.1002/wcc.164
360. *Freud S.* An outline of psychoanalisys. N.Y., 1949.
361. *Frisén A., Wängqvist M.* Emerging adults in Sweden: Identity formation in the light of love, work, and family. Journal of Adolescent Research. 2011; 26(2): 200–221.
362. *Fritsche I., Barth M., Jugert P., Masson T., Reese G.* A Social Identity Model of Pro-Environmental Action (SIMPEA). Psychological Review, 2018, 125(2), 245–269. https://doi.org/10.1037/rev0000090
363. *Galliher R.V., McLean K.C., Syed M.* An integrated developmental model for studying identity content in context. Developmental Psychology, 2017, 53(11), 2011–2022. https://doi.org/10.1037/dev0000299
364. *Gallimore R., Goldenberg C.N., Weisner T.S.* The Social Construction and Subjective Reality of Activity Settings: Implications for Community Psychology// American Journal of Community Psychology. 1993. Vol. 21, no 4. P. 537–559.
365. *Giddens A.* Modernity and self-identity. Stanford, 1991.
366. *Giddens A.* The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1991.
367. *Giuliani M.V., Feldman R.* Place attachment in a developmental and cultural context. J. Environ. Psychol. 1993; 13: 267–274. DOI: 10.1016/S0272-4944(05) 80179-3
368. *Graham H., Mason R., Newman A.* Literature Review: Historic Environment, Sense of Place, and Social Capital. Newcastle, 2009.
369. *Guastello S.J., Koopmans M., Pincus D.* Chaos and complexity in psychology. Cambridge, Cambridge University, 2009.
370. *Guastello S.J., Liebovitch L.S.* Introduction to nonlinear dynamics and complexity. In Guastello, S. J., Koopmans, M., & Pincus, D. (Eds.). Chaos and complexity in psychology. Cambridge: Cambridge University, 2009.
371. *Haartsen T., Groote P., Huigen P.P. P.* Claiming Rural Identities: Dynamics, Contexts, Policies. Assen: Van Gorcum. 2000.
372. *Haartsen T., Groote P., Huigen P.P.P.* Measuring age differentials in representations of rurality in The Netherlands. J. Rural Stud. 2003; 19: 245–252. DOI: 10.1016/s0743-0167(02)00045-1

373. *Hamaker E.L.* Why researchers should think "within-person": A paradigmatic rationale. In M.R. Mehl & T. S. Conner (Eds.), Handbook of research methods for studying everyday life (Ch. 3, pp. 43–61). New York: Guilford. 2012.
374. *Hantington S.* Who are we? The challenges America's national identity. — N.Y.: Simonand Shuster, 2004.
375. *Hauge A.L.* Identity and place: a critical comparison of three identity theories. Architect. Sci. Rev. 2007; 50: 44–51. DOI: 10.3763/asre.2007.5007
376. *Hayashi Y.* Johoka shakai: Hado na shakai kara sofuto na shakai / H. Yujiro. Tokyo: Feo, 1969.
377. *Herb G., Kaplan D.* Scaling Identities Nationalism and Territoriality. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2017. 226 p.
378. *Hernández B., Martín A.M., Ruiz C., Hidalgo M.D.C.* The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws. J. Environ. Psychol. 2010; 30: 281–288. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.01.009
379. *Hofstede G.* Culture and Organization: Software of the Mind / G. Hofstede. New York: McGraw-Hill, 1997. P. 37.
380. *Hofstede G., Minkov J.* Culture and Organization: Software of the Mind. Part II. London: McGraw-Hill, 2010. P. 53–296.
381. *Holland D., Lachicotte Jr., Skinner D., Caine C.* Identity and agency in cultural worlds. Harvard College. 1998.
382. *Holland D., Lachicotte W.* Vygotsky, Mead, and the new sociocultural studies of identity. The Cambridge companion to Vygotsky, 2007. P. 101–135.
383. *Hook G., Kearns I. (eds)*. Subregionalism and World Order. London: Macmillan. 1999.
384. *Hull R.B., Lam M., Vigo G.* Place identity: symbols of self in the urban fabric. Landsc. Urban Plann. 1994; 28: 109–120. DOI: 10.1016/0169-2046(94)90001-9
385. *Hurrell A.* On Global Order: Power, Values, and the Constitution of International Society. Oxford: Oxford University Press, 2007.
386. *Inglehart R.* Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1997.
387. *Kacowicz A.M.* Regionalization, globalization, and nationalism: convergent, divergent, or overlapping? Alternat. Global Local Political? 1999; 24: 527–555. DOI: 10.1111/1467-9701.00250

388. *Kaiser H.F.* The application of electronic computers to factoranalysis. Educational and Psychological Measurement. 1960; 20: 141–151. http://dx.doi.org/10.1177/001316446002000116
389. *Kaplan A. Garner J.* A Complex Dynamic Systems Perspective on Identity and Its Development: The Dynamic Systems Model of Role Identity. Developmental Psychology. 2017: 53. DOI: 10.1037/dev0000339.
390. *Keating M.* The new regionalism in Western Europe: territorial restructuring and political change (Cheltenham: Edgar publishers). 1998.
391. *Kelly G.A.* The theory of personality. The psychology of personal constructs. N.Y., 1963.
392. *Kidd M.* Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural society. Procedia. Social and Behavioral Sciences. 2016; 236: 25–28. International Conference on Communication in Multicultural Society, CMSC 2015, 6–8 December 2015, Moscow, Russian Federation.
393. *Kluckhohn C.K.* Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons and E. A. Shils (Eds.), Toward a general theory of action. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1951. P. 395.
394. *Knapp W.* "Planning in peri-urban regions: on regional identity and organizing capacity," in Europe's City-Regions Competitiveness: Growth Regulation and Peri-Urban Land Management, eds N. Bertrand and V. Kreibich (Assen: Uitgeverij Van Gorcum), 2006: 61–84.
395. *Koga K.* Reinventing regional security institutions: power shifts, ideas, and institutional change (New York: Routledge), 2017.
396. *Koltko-Rivera M.E.* The psychology of worldviews. Review of General Psychology. 2004; 8: 3–58.
397. *Kroger J., Marcia J.E.* The Identity Statuses: Origins, Meanings, and Interpretations. In: Schwartz S., Luyckx K., Vignoles V. (eds) Handbook of Identity Theory and Research. Springer, New York, NY., 2011. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_2
398. *Kunnen S., Van Geert P.* A dynamic system approach to adolescent development. In S. Kunnen (Ed.), A dynamic systems approach to adolescent development (pp. 3–14). London, UK: Routledge/Psychology Press, 2012.
399. *Lalli M.* Urban-related identity: theory, measurement, and empirical findings. J. Environ. Psychol. 1992; 12: 285–303. DOI: 10.1016/S0272-4944(05)80078-7
400. *Legro J.W.* 'The transformation of policy ideas'. American Journal of Political Science, 2000, 44(3): 419–432.

401. *Leung K., Bond M.H.* Psycho-logic and eco-logic: Insights from social axiom dimensions. In F. van de Vijver, D. van Hemert, & Y. P. Poortinga (Eds.), Individuals and cultures in multilevel analysis, 2008. P. 197–219. Mahwah, NJ: Erlbaum.
402. *Leung K., Bond M.H., Reimel de Carrasquel S., Muñoz C., Hernández M., Murakami F., Yamaguchi S., Bierbrauer G., Singelis T.M.* Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions. Journal of Cross-Cultural Psychology. 2002; 33: 286–302.
403. *Lewicka M.* Place attachment: how far have we come in the last 40 years? J. Environ. Psychol. 2011; 31: 207–230. DOI: 10.1016/j.jenvp.2010.10.001
404. *Linus H., Gustafsson K.* 'Japan and identity change: why it matters in international relations', The Pacific Review. 2015; 28:1: 1–22.
405. *Lippmann W.* Public Opinion. New York: McMillan, 1922.
406. *Litvinov V.* The impact on tv charity acts on mass audience // MEDIAOBRAZOVANIE-MEDIA EDUCATION. 2020. No. 4. Pp. 702–712.
407. *Low S.M., Altman I.* Place Attachment: A Conceptual Inquiry. New York, NY: Plenum, 1992.
408. *MacCrone D. Bechhofer F.* Understanding National Identity. Cambridge: Cambridge University Press, 2015. 226 p.
409. *Marcia J.E.* The ego identity status approach to ego identity. In J.E. Marcia, A.S. Waterman, D.R. Matteson, S.L. Archer and J.L. Orlofsky (Eds), Ego identity: A handbook for psychosocial research (pp. 3–21). New York: Springer-Verlag, 1993.
410. *Mastro D.E., Kopacz M.A.* Media representations of race, prototypicality, and policy reasoning: an application of selfcategorization theory. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 2006; 50(2): 305–322.
411. *McAdams D.P., McLean K.C.* Narrative identity. Current Directions in Psychological Science. 2013; 22: 233–238.
412. *McLean K.C., Syed M., Shucard H.* Bringing Identity Content to the Fore: Links to Identity Development Processes. Emerging Adulthood. 2016, 4, 356–364.
413. *McLean K.C., Syed M., Yoder A., Greenhoot A.* The role of domain content in understanding identity development processes. Journal of Research on Adolescence. 2016; 26(1): 60–75.
414. *Mead D.G.* Mind, Self and Society. Chicago, 1936.

415. *Melnychuk A., Gnatiuk O.* Regional identity and the renewal of spatial administrative structures: the case of Podolia, Ukraine. Nephron Clin. Pract. 26; 2018: 42–54. DOI: 10.2478/mgr-2018-0004
416. *Miller J.D., Maples J.L., Buffardi L., Cai H., Gentile B., Kisbu-Sakarya Y., Campbell W.K.* Narcissism and United States' culture: The view from home and around the world. Journal of Personality and Social Psychology. 2015; 109(6): 1068–1089. DOI: 10.1037/a0039543
417. *Morgan M., Signorielli N.* Cultivation analysis: New directions in media effects research. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1990.
418. *Moscovici S.* La psychanalyse son image et son public. Paris, 1976.
419. *Moscovici S.* Notes Towards a Description of Social Representations. European Journal of Social Psychology. 1988; 18: 211–250. DOI: 10.1002/ejsp.2420180303
420. *Neumann I.B.* Russia as Central Europe's Constituting Other. // East European Politics and Societies. 1993. Vol. 7, no 2.
421. *Nuland V.* Pinning Down Putin. How a Confident America Should Deal With Russia. Foreign affairs. 2020. Vol. 99, no 4.
422. *O'Guinn T.C., Shrum L.J.* The role of television in the construction of consumer reality. Journal of Consumer Research. 1997; 23: 278–294. DOI: 10.1086/209483
423. *Onuki J., Mouron F., Urdinez F.* Latin American Perceptions of Regional Identity and Leadership in Comparative Perspective. Contexto Internacional. 2016; 38(1): 433–465. Epub May 17, 2016. https://doi.org/10.1590/S0102–8529.2016380100012
424. *Osgood Ch., Suci C., Tannenbaum P.* The measurement of meaning. Urbana, 1957.
425. *Paasi A.* 'Bounded spaces in the mobile world: deconstructing "regional identity", Tijdschrift voor economische en sociale geografie. 93:2, 2002a, 137–148.
426. *Paasi A.* Place and region: looking through the prism of scale. Progr. Hum. Geogr. 28: 2004; 536–546. DOI: 10.1191/0309132504ph502pr
427. *Paasi A.* Place and region: regional worlds and words. Progr. Hum. Geogr. 26, 2002b, 802–811. DOI: 10.1191/0309132502ph404pr
428. *Paasi A.* The institutionalization of regions: a theoretical framework for the understanding of the emergence of regions and the constitution of regional identity. Fennia. 164, 1986, 105–146. DOI: 10.11143/9052

429. *Pancer S.M.* The Psychology of Citizenship and Civic Engagement. Oxford: Oxford University Press, 2015. 211p.
430. *Parsons T.* Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien. Opladen: Westdtentscher Verlog, 1980.
431. *Peng J., Strijker D., Wu Q.* Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings?. Frontiers in psychology. 2020; 11: 294. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294
432. *Penuel W.R., Wertsch J.V.* Vygotsky and identity formation: A sociocultural approach. Educational psychologist. 1995; 30(2); 83–92.
433. *Peterson G.* Local symbols and place identity: tucson and albuquerque. Soc. Sci. J. 1988; 25: 451–461. DOI: 10.1016/0362-3319(88)90024-9
434. *Phinney J., Ong A.* Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions. Journal of Counseling Psychology. 2007; 54: 271–281. DOI: 10.1037/0022-0167.54.3.271.
435. *Piaget J., Weil A.M.* The development in children of the idea of the homeland and of relations with other countries // International Social Science Bulletin. 1951. Vol. 3. P. 561–578.
436. *Pishchik V.* Indicators of children`s world images and different generations parents with peculiar relationships. Procedia. Social and Behavioral Sciences. ECCE 2018 VII International Conference Early Childhood Care and Education, 2018. https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.07.60
437. *Proshansky H.M.* Environmental Psychology: People and Their Physical Setting. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston. 1976.
438. *Proshansky H.M.* The city and self-identity. Environ. Behav. 1978; 10: 147–169. DOI: 10.1177/0013916578102002
439. *Proshansky H.M., Fabian A.K., Kaminoff R.* Place-identity: physical world socialization of the self. J. Environ. Psychol. 1983; 3: 57–83. DOI: 10.1016/S0272-4944(83)80021-8
440. *Raagmaa G.* (2002). Regional identity in regional development and planning. Eur. Plann. Stud. 10: 55–76. DOI: 10.1080/09654310120099263
441. *Ramos I.L., Bernardo F., Ribeiro S.C., Van Eetvelde V.* Landscape identity: implications for policy making. Land Use Policy 2016; 53: 36–43. DOI: 10.1016/j.landusepol.2015.01.030
442. *Redfield R.* The Little Community. Viewpoints for the Study of a Human Whole. Uppsala and Stockholm: Almovist and Wiksells, 1955.
443. *Rijnks R.H., Strijker D.* Spatial effects on the image and identity of a rural area. J. Environ. Psychol. 2013; 36: 103–111. DOI: 10.1016/j.jenvp.2013.07.008

444. *Roth W.* Studying Ethnic Schemas: Integrating Cognitive Schemas into Ethnicity Research through Photo Elicitation // Studying ethnic identity: Methodological and conceptual approaches across disciplines, C.T. Santos and A.J. Umana-Taylor (Editors). 2015: 89–118.
445. *Schneier B.* Beyond Fear: Thinking Sensibly About Security in an Uncertain World, N.Y.: Copernicus, 2003.
446. *Schubach E., Zimmermann J., Noack P. et al.* Me, Myself, and Mobility: The Relevance of Region for Young Adults' Identity Development // European journal of personality. 2016. Vol. 30 (2). P. 189–200.
447. *Schwartz S.H.* A theory of cultural value orientations: Explication and applications // Y. Esmer, T. Pettersson (eds.). Measuring and mapping cultures: 25 years of comparative value surveys. Leiden, The Netherlands: Brill, 2007. P. 33–78.
448. *Schwartz S.J., Zamboanga B.L., Luyckx K., Meca A., Ritchie R.A.* Identity in emerging adulthood: Reviewing the field and looking forward. Emerging Adulthood. 2013; 1(2): 96–113.
449. *Shilko R.S., Shaigerova L.A., Zinchenko Y.P., Dolgikh A.G., Vakhantseva O.V.* The impact of region on the perception of psychological well-being: Comparative study in russian federation. Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics. 2019. Vol. 17, no. 2. P. 49–53.
450. *Siddy M.* National Identities and Foreign Policy in the European Union the Russia Policy of Germany, Poland and Finland. ECPR Press, 2017. 224 p.
451. *Spektor M.* 'Ideias de ativismo regional: a transformação das leituras brasileiras da região'. Revista Brasileira de Política Internacional. 2010; 53(1): 25–44.
452. *Sternberg R.J.* Intelligence, wisdom, and creativity: Three is better than one // Educational Psychologist. 1986; 21: 175–190.
453. *Stevenson C., Dixon J., Hopkins N.* The Social Psychology of Citizenship, Participation and Social Exclusion: Introduction to the Special Thematic Section // Journal of Social and political Psychology. 2015. Vol. 3 (2), no 2. P. 1–19.
454. *Sue D.W.* Counseling the culturally different: Theory & practice (2nd ed.). New York: Wiley, 1990.
455. *Syed M., McLean K.C.* The Future of Identity Development Research: Reflections, Tensions, and Challenges. In K.C. McLean and M. Syed (Eds). The Oxford Handbook of Identity Development (pp. 562–574). New York: New York: Oxford University Press. 2015.

456. *Tajfel H., Turner J.C.* The social identity theory of intergroup behavior // S. Worchel, W.G. Austin (eds). Psychology of intergroup relations. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7–24.
457. *Tan E.S.-H., Visch V.* Co-imagination of fictional worlds in film viewing. Review of General Psychology. 2018; 22 (2): 230–244. DOI: 10.1037/gpr0000153.
458. *Taylor D.* The Quest for Identity. From minority groups to Generation Xers. Praeger, 2002.
459. *Terada T.* Constructing an 'East Asian' concept and growing regional identity: from EAEC to ASEAN+3. Pacific Rev. 2003; 16: 251–277. DOI: 10.1080/0951274032000069615
460. *Terluin I.J.* Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories. J. Rural Stud. 2003; 19: 327–344. DOI: 10.1016/S0743–0167(02)00071–2
461. *Till B., Truong F., Mar R.A.*, Niederkrotenthaler, T. Blurred world view: A study on the relationship between television viewing and the perception of the justice system. Death Studies. 2016; 40(9): 538–546. DOI:10.1080/07481187.2016.1186761
462. *Tkhostov A., Rasskazova E., Emelin V., Barabanshikova V.* Psychodiagnostics of the readiness for extreme behavior in the general population / European Psychiatry. 2020. Vol. 63. P. 205–205.
463. *Toffler A.* The Third Wave. N.Y.: William Morrow and Company, Inc., 1980. P. 366.
464. *Triandis H.C.* Culture and Social Behavior. New York: McGraw- Hill, Inc., 1994.
465. *Turner J.C., Onorato R.S.* Social identity, personality, and the self-concept: A self-categorization perspective. Rediscovering social identity. New York: Psychology Press, 2010: 315–339.
466. *Twigger-Ross C.L., Bonaiuto M., Breakwell G.* "Identity theories and environmental psychology," in Psychological Theories for Environmental Issues, eds M. Bonnes, T. Lee, and M. Bonaiuto (Farnham: Ashgate Publishing Limited), 2003. P. 203–233.
467. *Vainikka J.* Narrative claims on regions: prospecting for spatial identities among social movements in Finland. Soc. Cult. Geogr. 2012; 13: 587–605. DOI: 10. 1080/14649365.2012.710912
468. *Valkenburg P., Peter J., Walther J.* Media Effects: Theory and Research. Annual review of psychology. 2016; 67: 315–38.

469. *Vignoles V.L., Schwartz S., Luyckx K.* Introduction: Toward an Integrative View of Identity. In Schwartz, S. J., Luyckx, K., & Vignoles, V. L. (Eds.). Handbook of identity theory and research (pp. 1–27). New York, NY: Springer-Verlag, 2011.
470. *Volkan V.D.* The Need to Have Enemies and Allies: A Developmental Approach // Political Psychology. 1985. N 6. June. P. 219–247.
471. *Waldrop M.M.* Complexity: The emerging science at the edge of order and chaos. New York, NY: Touchstone. 1992.
472. *Watzlawick P.* Wie wirklich ist die Wirklichkeit? 8. Auflage. München, 2010.
473. *Weber M.* Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, Tübingen: Mohr. 1985.
474. *Wehner L.* "Role expectations as foreign policy: South American secondary powers' expectations of Brazil as a regional power', Foreign Policy Analysis, 2015; 11 (4): 435–455.
475. *Wendt A.* Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
476. *White D.D., Virden R.J., Riper C.J.V.* Effects of place identity, place dependence, and experience-use history on perceptions of recreation impacts in a natural setting. Environ. Manage. 2008; 42: 647–657. DOI: 10.1007/s00267-008-9143–1
477. *Yip T., Seaton E.K., Sellers R.M.* African American racial identity across the lifespan: Identity status, identity content, and depressive symptoms. Child Development. 2006; 77: 1504–1517. DOI: 10.1111/j.1467–8624.2006.00950.x

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Анкета для изучения представлений о России и ее регионах у молодежи, проживающей в различных субъектах страны

Представления о России и ее регионах

Вас приветствует научный коллектив факультета психологии МГУ имени М.В. Ломоносова! Цель нашего исследования — изучить различные аспекты восприятия образа России и ее регионов.

Мы будем благодарны, если Вы примете участие в нашем опросе. Опросник состоит из 5 блоков. Чтобы Вы могли рассчитать время — примерное заполнение составляет **30–40 минут.**

Вам необходимо будет ответить на все представленные вопросы. Опрос анонимный и стремится выявить именно ваши личные предпочтения. Здесь нет правильных ответов, важно ваше личное мнение и не чье иное.

Надеемся, что данный опрос не только принесет авторам исследования полезные научные результаты, но также будет интересным и для вас!

Удачи!

Инструкция

0. Для начала укажите, пожалуйста, ваш субъект, в котором вы проживаете (в дальнейшем будут вопросы, касающиеся вашего региона):

Страна:

_____

Субъект:

_____

Раздел 1. Образы

В первом разделе представлены характеристики, которыми можно описать образ определенной территории. И по каждой характеристике вам нужно выбрать степень выраженности того или иного свойства («*–3» — наиболее выражено понятие из правого столбика; «+3» — наиболее выражено понятие из левого столбика; 0 — нейтральная позиция и т. д.*). Постарайтесь ставить как можно меньше «0».

1.1. Для вас лично образ России:

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Добрый								Злой
Самобытный								Похожий на других
Могущественный								Немощный
Безопасный								Опасный
Сложный								Простой
Хитрый								Простодушный
Мирный								Воинственный
Надежный								Ненадежный
Трудолюбивый								Ленивый
Принципиальный								Беспринципный
Сильный								Слабый
Просторный								Тесный
Родной								Чужой
Яркий								Тусклый
Верующий								Атеистический
Прекрасный								Уродливый
Процветающий								Умирающий
Духовный								Материальный
Прогрессивный								Отсталый
Щедрый								Скупой
Открытый								Замкнутый
Чистый								Грязный
Авторитетный								Неавторитетный
Патриотичный								Непатриотичный
Милосердный								Жестокий
Нравственный								Безнравственный
Веселый								Грустный

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Теплый								Холодный
Независимый								Зависимый
Умный								Глупый
Оптимистичный								Пессимистичный
Остроумный								Неостроумный
Вежливый								Грубый
Решительный								Нерешительный

1.2. Образ вашего региона:

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Добрый								Злой
Самобытный								Похожий на других
Могущественный								Немощный
Безопасный								Опасный
Сложный								Простой
Хитрый								Простодушный
Мирный								Воинственный
Надежный								Ненадежный
Трудолюбивый								Ленивый
Принципиальный								Беспринципный
Сильный								Слабый
Просторный								Тесный
Родной								Чужой
Яркий								Тусклый
Религиозный								Атеистический
Прекрасный								Уродливый
Процветающий								Умирающий
Духовный								Материальный
Прогрессивный								Отсталый
Щедрый								Скупой
Открытый								Замкнутый
Чистый								Грязный
Авторитетный								Неавторитетный
Патриотичный								Непатриотичный
Милосердный								Жестокий
Нравственный								Безнравственный
Веселый								Грустный
Теплый								Холодный

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Независимый								Зависимый
Умный								Глупый
Оптимистичный								Пессимистичный
Остроумный								Неостроумный
Вежливый								Грубый
Решительный								Нерешительный

Какая страна для вас ярче всего представляет особенности образа западной цивилизации?

_____

1.3. Образ западной цивилизации (для удобства представляйте ту страну, которую написали в ответе выше на странице):

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Добрый								Злой
Самобытный								Похожий на других
Могущественный								Немощный
Безопасный								Опасный
Сложный								Простой
Хитрый								Простодушный
Мирный								Воинственный
Надежный								Ненадежный
Трудолюбивый								Ленивый
Принципиальный								Беспринципный
Сильный								Слабый
Просторный								Тесный
Родной								Чужой
Яркий								Тусклый
Верующий								Атеистический
Прекрасный								Уродливый
Процветающий								Умирающий
Духовный								Материальный
Прогрессивный								Отсталый
Щедрый								Скупой
Открытый								Замкнутый
Чистый								Грязный
Авторитетный								Неавторитетный

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Патриотичный								Непатриотичный
Милосердный								Жестокий
Нравственный								Безнравственный
Веселый								Грустный
Теплый								Холодный
Независимый								Зависимый
Умный								Глупый
Оптимистичный								Пессимистичный
Остроумный								Неостроумный
Вежливый								Грубый
Решительный								Нерешительный

Какая страна для вас ярче всего представляет особенности образа Восточной цивилизации?

_____

1.4. Образ восточной цивилизации (для удобства представляйте ту страну, которую написали в ответе выше на странице):

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Добрый								Злой
Самобытный								Похожий на других
Могущественный								Немощный
Безопасный								Опасный
Сложный								Простой
Хитрый								Простодушный
Мирный								Воинственный
Надежный								Ненадежный
Трудолюбивый								Ленивый
Принципиальный								Беспринципный
Сильный								Слабый
Просторный								Тесный
Родной								Чужой
Яркий								Тусклый
Верующий								Атеистический
Прекрасный								Уродливый
Процветающий								Умирающий
Духовный								Материальный

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Прогрессивный								Отсталый
Щедрый								Скупой
Открытый								Замкнутый
Чистый								Грязный
Авторитетный								Неавторитетный
Патриотичный								Непатриотичный
Милосердный								Жестокий
Нравственный								Безнравственный
Веселый								Грустный
Теплый								Холодный
Независимый								Зависимый
Умный								Глупый
Оптимистичный								Пессимистичный
Остроумный								Неостроумный
Вежливый								Грубый
Решительный								Нерешительный

1.5. Как вам кажется, самобытна ли российская цивилизация?

	Весьма самобытна
	Включает преимущественно характеристики западной цивилизации
	Включает преимущественно характеристики восточной цивилизации
	Включает черты и восточной, и западной цивилизации примерно в равной степени

Раздел 2. Символы

1. Ниже представлены вопросы с разными историческими периодами России. Проранжируйте представленные категории по тому порядку, в котором они в наибольшей степени ассоциируются у вас при упоминании того или иного исторического этапа (*перетащите категории в порядке значимости для вас: 1 — наиболее значимая; 4 — наименее).*

2.1.1. Древняя Русь

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.2. Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для вас с периодом Древней Руси?

_____

2.1.3. Царская Россия

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.4. Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для вас с периодом царской России?

_____

2.1.5. Советский Союз

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.6. Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для вас с периодом Советского Союза?

_____

2.1.7. Современная Россия

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.8. Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для вас с периодом современной России?

_____

2. Совсем недавно Россия была отстранена на 4 года от всех крупных спортивных соревнований. Допущенные до игр спортсмены не смогут использовать национальные символы страны: герб, гимн, флаг и упоминание «Россия» в общих медальных зачетах. Оцените по шкале ниже, насколько для вас важно отсутствие определенного национального символа (*«5» — очень важно; «1» — незначимо*).

2.2.1. Отсутствие гимна России

1	2	3	4	5

2.2.2. Отсутствие герба России

1	2	3	4	5

2.2.3. Отсутствие флага России

1	2	3	4	5

2.2.4. При объявлении результатов будет отсутствовать упоминание России

1	2	3	4	5

Раздел 3. Персонажи

В данном разделе вам необходимо соотнести образ одной из представленных категорий с определенным символом, персонажем или характеристикой. Запишите первое, что приходит в голову и ассоциируется с данной категорией (*это может быть прилагательное, конкретная личность, устойчивое выражение — все что угодно*).

3.1. Образ хорошего человека

_____

3.2. Образ плохого человека

_____

3.3. Образ «типичного» жителя вашего региона

_____

3.4. Образ героя России

_____

3.5. Образ героя вашего региона

_____

3.6. Оцените образ «типичного» представителя вашего региона по следующим параметрам (так же, как и в Разделе 1):

	+3	+2	+1	0	–1	–2	–3	
Добрый								Злой
Терпеливый								Нетерпеливый
Умный								Глупый
Щедрый								Жадный
Смелый								Трусливый
Творческий								Стереотипный
Дружелюбный								Недружелюбный
Оптимист								Пессимист
Веселый								Грустный
Активный								Пассивный
Порядочный								Непорядочный
Принципиальный								Беспринципный
Красивый								Некрасивый
Верующий								Неверующий
Справедливый								Несправедливый
Ответственный								Безответственный
Гибкий								Жесткий
Хитрый								Простодушный
Независимый								Зависимый
Сильный								Слабый

Раздел 4. Ритуалы

4.1. Какие группы праздников наиболее значимы лично для вас (выбрать от одного до трех вариантов)?

	Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т. д.)
	Региональные (День города, местные праздники)
	Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т. д.)
	Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т. д.)
	Новый год
	День Победы (9 мая)
	Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т. д.)
	Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т. д.)
	Спортивные (Олимпийские игры, чемпионаты мира по разным видам спорта и т. д.)
	Свой вариант _____

4.2. Какие группы праздников, по вашему мнению, наиболее значимы для жителей вашего региона (выбрать от одного до трех вариантов)?

	Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т. д.)
	Региональные (День города, местные праздники)
	Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т. д.)
	Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т. д.)
	Новый год
	День Победы (9 мая)
	Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т. д.)
	Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т. д.)

	Спортивные (Олимпийские игры, чемпионаты мира по разным видам спорта и т. д.)
	Свой вариант _____

4.3. Какие группы праздников, по вашему мнению, наиболее значимы для жителей России (выбрать от одного до трех вариантов)?

	Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т. д.)
	Региональные (День города, местные праздники)
	Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т. д.)
	Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т. д.)
	Новый год
	День Победы (9 мая)
	Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т. д.)
	Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т. д.)
	Спортивные (Олимпийские игры, чемпионаты мира по разным видам спорта и т. д.)
	Свой вариант _____

4.4. Какие в вашем регионе есть интересные и знаковые места именно для вас (посещение которых для вас уже представляет некий личный ритуал)?

_____

Раздел 5. Ценности

На последнем этапе (осталось совсем чуть-чуть) мы переходим к творческим заданиям. Включите всю свою фантазию при ответах на эти вопросы.

1. Представьте, что **ваш регион** — это ваш личный хороший знакомый. Постарайтесь его описать через следующие вопросы, представляя в образе обычного человека.

5.1.1. Выберите возрастную группу вашего региона (как если бы это был обычный человек)

	0–18 лет
	19–35 лет
	35–60 лет
	Более 60 лет

5.1.2. Пол вашего региона

	Мужской
	Женский

5.1.3. Уровень образования вашего региона

	Неполное среднее (несколько классов)
	Среднее
	Среднее специальное
	Неоконченное высшее
	Высшее
	Два высших и более

5.1.4. Социальный статус вашего региона

	Школьник/студент
	Исполнитель/разнорабочий
	Руководитель среднего звена
	Руководитель высшего звена
	Пенсионер

5.1.5. Рост вашего региона

	Низкий
	Средний
	Высокий

5.1.6. Физическая форма вашего региона

	Худощавый
	Атлетичный
	Полный

5.1.7. Выберите наиболее подходящий характер вашего региона

	Яркий, запоминающийся, артистичный, демонстративный; всегда пытается выделиться, но все его знания и действия в основном поверхностны
	Ответственный, трудолюбивый, медлительный, скучный; на него можно положиться, но и легко вывести из себя
	Властный, решительный, независимый, бескомпромиссный; отличный руководитель, но результат для него важнее своих подчиненных
	Добрый, простодушный, открытый, наивный; готов помочь всем, но иногда во вред себе
	Очень активный, остроумный, веселый, безответственный; сразу готов взяться за несколько дел, но не всегда доводит их до конца
	Творческий, умный, необязательный, ленивый; готов предложить всегда массу новых идей, но с ним очень непросто наладить коммуникацию, так как он не от мира сего

5.1.8. Представьте, что ваш регион — это близкий друг, с которым вы встретились на соревновании «Лучший регион России». Вашему другу предстоит участвовать в конкурсе талантов. Он говорит вам о том, что совсем не знает, какой именно представить свой талант, чтобы его номер был отличным от других, уникальным, и он был бы в этом деле мастер. Что бы вы посоветовали ему, какой именно «талант» стоит выбрать и почему?

5.1.9. Опишите качество вашего региона, как если бы он был человеком, которое вы бы хотели изменить в нем.

5.2.1. Каким бы мифическим/сказочным персонажем (сюда входят и современные мифы) или просто символом вы бы обозначили ваш регион на карте России? Почему именно он?

5.2.2. Каким бы мифическим/сказочным персонажем или просто символом вы бы обозначили Россию на карте мира?

Заключение

Наш опрос анонимный, но необходимо ответить на пару вопросов о себе, чтобы мы в своем исследовании могли в обобщенном виде проанализировать ваши ответы на основе разных демографических групп.

Укажите ваш пол:

	Мужской
	Женский

Сколько вам лет?

_____

Какой уровень вашего образования?

	Неполное среднее
	Среднее
	Среднее специальное
	Неполное высшее
	Высшее
	Два высших и более

Приложение 2

Психосемантические шкалы для изучения категориальной структуры образа России и других стран

ИНСТРУКЦИЯ ДЛЯ ЗАПОЛНЕНИЯ ШКАЛ

Перед вами шкала оценки ВАШИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РОССИИ И ДРУГИХ СТРАНАХ.

Мы просим вас составить ваши оценочные описания образов предложенных вам стран, заполнив специально составленную шкалу.

Шкала состоит из набора качеств, противоположных по значению, — всего 49 таких пар слов/словосочетаний.

Из каждой пары противоположных качеств надо каждый раз выбирать **только одно**, расположенное справа или же слева и соответствующее вашему представлению/мнению относительно образа оцениваемой страны.

Затем нужно оценить степень выраженности (присутствия) этого качества в образе. Для этого нужно поставить только **по одной «галочке»** (можно использовать любой другой знак) **в каждой пронумерованной строке — в соответствии со следующими критериями оценок:**

1 — качество выражено минимально,

2 — средняя выраженность качества,

3 — качество выражено максимально.

Таким образом, «галочка» ставится на пересечении каждой пронумерованной строки (напоминаем, что всего их 49) и выбранного вами одного столбика (правого ***или же*** левого), соответствующего вашей оценке.

Важно помнить, что «правильных» или «неправильных» оценок здесь быть не может, поскольку вы оцениваете ваши собственные представления об образе страны и, таким образом, выражаете ваше собственное, индивидуальное мнение, которое очень важно для авторов опроса.

Убедительно просим вас не использовать нулевые оценки и не пропускать ни одной строчки!

ЗАРАНЕЕ БЛАГОДАРИМ ВАС!

КОД _____ ПОЛ ____ ВОЗРАСТ ____ РОД ЗАНЯТИЙ _____

Оцените, пожалуйста, ваш субъективный образ _____ (страна) по следующим качествам:

№ п/п	КАЧЕСТВА	3	2	1	0	1	2	3	КАЧЕСТВА
1	САМОБЫТНАЯ								ПОХОЖАЯ НА ДРУГИХ
2	МОГУЩЕСТВЕННАЯ								ОБЕССИЛЕВШАЯ
3	РИТМИЧНАЯ								НЕРИТМИЧНАЯ
4	ОПАСНАЯ								БЕЗОПАСНАЯ
5	СЛОЖНАЯ								ПРОСТАЯ
6	ХИТРАЯ								ПРОСТОДУШНАЯ
7	ВОИНСТВЕННАЯ								МИРНАЯ
8	НЕНАДЕЖНАЯ								НАДЕЖНАЯ
9	ЛЕНИВАЯ								ТРУДОЛЮБИВАЯ
10	ПРИНЦИПИАЛЬНАЯ								КОМПРОМИССНАЯ
11	СИЛЬНАЯ								СЛАБАЯ
12	БЕЗНРАВСТВЕННАЯ								НРАВСТВЕННАЯ
13	ТЕСНАЯ								ПРОСТОРНАЯ
14	РОДНАЯ								ЧУЖАЯ
15	ЯРКАЯ								ТУСКЛАЯ
16	РАСТОЧИТЕЛЬНАЯ								ПРЕУМНОЖАЮЩАЯ
17	РЕЛИГИОЗНАЯ								АТЕИСТИЧЕСКАЯ
18	ПРЕКРАСНАЯ								УРОДЛИВАЯ
19	ВОЗРОЖДАЮЩАЯСЯ								ДЕГРАДИРУЮЩАЯ
20	БЕДНАЯ								БОГАТАЯ
21	ДУХОВНАЯ								МАТЕРИАЛЬНАЯ
22	ОТСТАЛАЯ								ПРОГРЕССИВНАЯ
23	СПРАВЕДЛИВАЯ								ПРЕДВЗЯТАЯ
24	ВРЕМЕННАЯ								ВЕЧНАЯ

№ п/п	КАЧЕСТВА	3	2	1	0	1	2	3	КАЧЕСТВА
25	МОНОЛИТНАЯ								РАЗОБЩЕННАЯ
26	БЕЗОТВЕТСТВЕННАЯ								ОТВЕТСТВЕННАЯ
27	СКУПАЯ								ЩЕДРАЯ
28	ОТКРЫТАЯ								ЗАМКНУТАЯ
29	ГРЯЗНАЯ								ЧИСТАЯ
30	НЕУСТОЙЧИВАЯ								СТАБИЛЬНАЯ
31	АВТОРИТЕТНАЯ								НЕАВТОРИТЕТНАЯ
32	КОСМОПОЛИТИЧНАЯ								ПАТРИОТИЧНАЯ
33	ЖЕСТОКАЯ								МИЛОСЕРДНАЯ
34	ТЕРПЕЛИВАЯ								НЕТЕРПИМАЯ
35	ОБУСТРОЕННАЯ								НЕУСТРОЕННАЯ
36	ТОТАЛИТАРНАЯ								ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ
37	ЦЕЛОМУДРЕННАЯ								РАЗВРАТНАЯ
38	НЕПРАКТИЧНАЯ								РАСЧЕТЛИВАЯ
39	ОРИЕНТИРУЮЩАЯСЯ НА ЧУЖИЕ ЦЕННОСТИ								ОРИЕНТИРУЮЩАЯСЯ НА СВОИ ЦЕННОСТИ
40	ЗАПАДНАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ								ВОСТОЧНАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ
41	ВЕСЕЛАЯ								ГРУСТНАЯ
42	ВЛАСТЬ, УВАЖАЮЩАЯ ЗАКОН								КОРРУМПИРОВАННАЯ ВЛАСТЬ
43	ХОЛОДНАЯ								ТЕПЛАЯ
44	УВАЖАЕМАЯ В МИРЕ								НЕУВАЖАЕМАЯ В МИРЕ
45	ОБРАЗОВАННАЯ								НЕВЕЖЕСТВЕННАЯ
46	ЗАВИСИМАЯ								НЕЗАВИСИМАЯ
47	ОБЩИННАЯ								ИНДИВИДУАЛИСТИЧНАЯ
48	ДОБРАЯ								ЗЛАЯ
49	ПАССИВНАЯ								АКТИВНАЯ

Л.В. Матвеева, В.Ю. Литвинов,
Ю.В. Мочалова, Л.Г. Свитич

Образ родной страны у российской молодежи

Корректор Н.Н. Красикова
Компьютерная верстка Е.Р. Стамбулян

Подписано в печать 9.09.2025
Формат 60x84/16. Гарнитура «Minion Pro».
Бумага офсетная. Заказ № 269.
Объем 19 усл. п.л. Тираж 300 экз.
Отпечатано в АО «Издательство ИКАР».

119421, г. Москва, ул. Обручева, д. 16, корп. 2, кв. 33.
Тел.: +7(495) 978-35-99, +7(495) 777-30-39
www.ikar-publisher.ru