**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ**

**М.В.ЛОМОНОСОВА**

*На правах рукописи*

Литвинов Владимир Юрьевич

**ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РОССИИ У МОЛОДЕЖИ, ПРОЖИВАЮЩЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ РЕГИОНАХ СТРАНЫ**

Специальность: 19.00.01 –

Общая психология, психология личности, история психологии

Диссертация

на соискание учёной степени

кандидата психологических наук

Научный руководитель:

доктор психологических наук, профессор Л.В. Матвеева

Москва – 2022

Оглавление

[**Введение** 4](#_Toc116933614)

[**Глава 1. Представления о стране, как важная составляющая картины мира человека в эпоху глобализации.** 14](#_Toc116933615)

[***1.1. Понятие картины мира и представлений о родной стране.*** 14](#_Toc116933616)

[***1.1.1. Категория «картина мира» в психологических исследованиях.*** 14](#_Toc116933617)

[***1.1.2. Исследование представлений о родной стране в картине мира человека.*** 20](#_Toc116933618)

[***1.1.3. Влияние СМИ на трансформацию картины мира человека.*** 23](#_Toc116933619)

[***1.1.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека.*** 27](#_Toc116933620)

[***1.2. Понятие идентичности человека.*** 30](#_Toc116933621)

[***1.2.1. Личностная и социальная идентичность человека.*** 30](#_Toc116933622)

[***1.2.2. Региональная идентичность человека.*** 37](#_Toc116933623)

[***1.2.3. Этнокультурная и гражданская идентичности человека.*** 45](#_Toc116933624)

[***1.2.4. Связь различных уровней идентичности человека с представлениями о родной стране и своём регионе проживания.*** 53](#_Toc116933625)

[***Выводы.*** 62](#_Toc116933626)

[**Глава 2. Эмпирическое исследование представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных регионах страны.** 64](#_Toc116933627)

[***2.1. Процедура проведения эмпирического исследования.*** 64](#_Toc116933628)

[***2.2. Первый этап эмпирического исследования: «Категориальная структура представлений о России, собственном регионе, США и Китае в едином психосемантическом пространстве для молодежи, проживающей в различных субъектах страны».*** 68](#_Toc116933629)

[***2.2.1. Процедура проведения первого этапа эмпирического исследования.*** 68](#_Toc116933630)

[***2.2.2 Результаты первого этапа исследования.*** 69](#_Toc116933631)

[***2.2.3. Выводы и обсуждение результатов по первому этапу эмпирического исследования.*** 76](#_Toc116933632)

[***2.3. Второй этап эмпирического исследования: «Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах для молодежи, проживающей в различных субъектах страны».*** 79](#_Toc116933633)

[***2.3.1. Процедура проведения второго этапа эмпирического исследования.*** 79](#_Toc116933634)

[***2.3.2 Результаты первой части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны».*** 79](#_Toc116933635)

[***2.3.3 Результаты второй части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны».*** 85](#_Toc116933636)

[***2.3.4 Результаты и обсуждение результатов по сравнительному анализу категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах.*** 90](#_Toc116933637)

[***2.3.5. Выводы по второму этапу эмпирического исследования.*** 94](#_Toc116933638)

[***2.4. Третий этап эмпирического исследования: «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, и образов героев, у молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны».*** 97](#_Toc116933639)

[***2.4.1. Процедура проведения третьего этапа эмпирического исследования.*** 97](#_Toc116933640)

[***2.4.2 Результаты и обсуждение результатов первой части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, у молодежи страны».*** 99](#_Toc116933641)

[***2.4.3 Результаты и обсуждение результатов второй части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме образов героев, у молодежи страны».*** 107](#_Toc116933642)

[***2.4.4. Выводы по третьему этапу эмпирического исследования.*** 112](#_Toc116933643)

[**Выводы** 114](#_Toc116933644)

[**Заключение** 117](#_Toc116933645)

[**Список литературы** 119](#_Toc116933646)

[**Приложение 1. Шкала психосемантического дифференциала на этапе пилотажного исследования.** 157](#_Toc116933647)

[**Приложение 2. Материалы рисуночного теста для пилотажного исследования.** 158](#_Toc116933648)

[**Приложение 3. Анкета, которая применялась на этапе эмпирического исследования.** 159](#_Toc116933649)

[**Приложение 4. Таблица средних значений четырех образов рассматриваемых объектов по каждому из шести факторов с попарными сравнениями (однофакторный дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнениями (с поправкой Бонферрони)).** 183](#_Toc116933650)

[**Приложение 5. Таблицы значений мер адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО).** 184](#_Toc116933651)

[**Приложение 6. Матрицы преобразований компонентов с нормализацией Кайзера.** 186](#_Toc116933652)

[**Приложение 7. Матрицы факторных нагрузок.** 188](#_Toc116933653)

**Введение**

**Актуальность исследования.**

Интенсивное развитие научно-технических достижений обеспечивает трансформацию традиционных форм коммуникации и информационных процессов, лежащих в основе современной глобализации (Ушаков, 2020). Возрастает конкуренция между различными государствами в распространении информационного контента, что влияет на индивидуальное и коллективное сознание людей в разных странах. В этой связи, становится особенно важным изучение тех представлений, на основе которых складывается образ страны и образ конкретного региона в сознании его жителей, и, в конечном итоге, формируется их идентичность.

Изучение трансформации представлений, связанных с образом определённой страны, является одной из важнейших задач психологии, так как «…психологические особенности индивидуального сознания только и могут быть поняты через их связи с теми общественными отношениями, в которые вовлечен индивид» (Леонтьев, 1975, с. 64). В связи с этим, представления о своей родной стране являются основополагающим элементом картины мира человека.

При изучении данных представлений особенно важной выступает проблема формирования и развития идентичности личности у молодёжи, которая является наиболее уязвимой к психологическому воздействию транснациональных СМИ и информационных потоков как западного, так и восточного мира (Kroger, Marcia, 2011; Матвеева и др., 2014; Fritsche et al., 2018; Солдатова, 2018; Иванников и др., 2020). Именно рассмотрение структуры представлений о родной стране позволяет глубже разобраться в механизмах формирования гражданской и региональной идентичности (Евгеньева, 2004; Galliher et al., 2017; Дейнека, 2019; Яковенко, 2019).

Многими исследователями отмечается тот факт, что картина мира человека отражает базовые категории идентичности личности (Berger, Luckmann, 1966; Леонтьев, 1983; Moscovici, 2001; Шестопал, 2008; Петренко, 2009; Белинская, 2018; Катвалян, Костромина, 2018; Дубовская, 2019). А в её основе лежит ведущий компонент – образ родной страны. Именно он является системообразующим представлением в картине мира человека (Матвеева, 2008; Зинченко и др., 2016).

Представления о своей родной стране и своём регионе формируются в картине мира человека на основе символов, связанных с историческим развитием страны, и образов героев как носителей идеалов и ценностей (Евгеньева, Селезнева, 2017; Кыштымова, Ангеловска, 2018; Литвинов, Матвеева, 2020; Матвеева и др., 2021).

Исследователями отмечается, что следует рассматривать «…образ России как многогранное, многоаспектное и многоуровневое представление о стране, государстве и народе у ее граждан и граждан других стран» (Малышева и др., 2012, с. 62). Образ России определяется, как особая система координат, в «которой находит свое отражение национально-государственная идентичность российских граждан» (Евгеньева, Смулькина, Цымбал, 2020, с. 182). В образе России особое место занимают культурные, пространственные и исторические образы и символы, создающие ориентиры психологической, социальной и политической реальности (Евгеньева, Селезнева, 2017).

Развитие информационного общества и усиление информационных потоков в значительной степени влияет на ранее казавшиеся незыблемыми границы идентификации человека на телесном, психологическом и социальном уровнях (Заковоротная, 1999; Емелин, Рассказова, Тхостов, 2014; Мельникова, Кутковая, 2014; Карабанова, 2017; Зинченко, Шайгерова, Шилко, 2019; Веракса и др., 2020). Прежние социальные институты разрушаются или трансформируются, что приводит к кризису идентичности человека (Асмолов, Асмолов, 2010; Белинская, 2018; Носкова, 2018; Знаков, 2020; Солдатова, Войскунский, 2021).

Если рассматривать структуру идентичности, то в большинстве разработанных авторских моделях региональной, гражданской и этнокультурной идентичности основными составляющими выступают такие элементы, как: когнитивный, эмоциональный, поведенческий, ценностно-смысловой (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; Зинченко, Шайгерова, 2016).

Исследователи приходят к выводу о том, что формирование идентичности и социальных представлений является неотъемлемым процессом интеграции человека в систему социальных и культурных отношений, на который в значительной степени влияет ценностный компонент и дихотомия «Мы – Другие», определяющая представления о стране, об определённом регионе проживания индивида (Заковоротная, 1999; Белинская, 2004; Евгеньева, 2004; Шнейдер, 2004; Breakwell, 2010; Суворова, 2016; Евгеньева, Титов, 2017; Дейнека, 2019; Евгеньева, Смулькина, Цымбал, 2020).

Несмотря на некоторую проработанность данной проблематики, остаётся открытым вопрос о самой структуре представлений о России у её местных жителей из различных регионов страны и о проявлении в этих представлениях структуры гражданской и региональной идентичности. Именно из этих представлений складываются особенности отношения местных жителей к родной стране, уровень её принятия, формируется чувство патриотизма, влияющее на различные аспекты жизнедеятельности гражданина страны и общества в целом.

**Целью данного исследования** является выявление категориальной структуры представлений о России и о регионе проживания у молодёжи из различных субъектов страны.

**Объект исследования:** картина мира молодёжи, проживающей в различных регионах страны.

**Предмет исследования:** представления о России и о регионе проживания в картине мира молодёжи из различных субъектов страны.

**Общая гипотеза исследования:** представления о России и о регионе проживания у молодёжи характеризуются наличием различных компонентов: когнитивного, эмоционального, поведенческого, мотивационного и ценностно-смыслового.

**Частные гипотезы исследования:**

1. Структура представлений о России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, имеет свою региональную специфику и отражает особенности гражданской и региональной идентичности молодежи России.

2. Отношение к образу России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, связано с отношением к образу своего региона проживания.

3. Образ героя России отличается от образа регионального героя в представлениях молодёжи из различных регионов страны.

**Задачи исследования:**

* Проанализировать основные теоретические подходы и результаты эмпирических исследований в изучении представлений о России в картине мира человека.
* Проанализировать модели идентичности человека и обосновать необходимость изучения региональной идентичности в рамках психологической науки.
* Сравнить категориальную структуру представлений о России с категориальной структурой представлений о собственном регионе проживания у молодёжи страны.
* Рассмотреть образ героя России и образ героя своего региона у молодёжи из различных регионов страны.
* Исследовать символы, которые связываются в сознании молодёжи с определённым историческим периодом развития страны: образ политического лидера, образ значимой культурной личности, образ главного исторического события, образ географической территории.

**Теоретико-методологические основания исследования.**

Общими теоретико-методологическими основаниями работы являются системный подход, положения постнеклассической методологии в науке В.С. Стёпина, психологическая теория деятельности А.Н. Леонтьева и положения культурно-исторической психологии Л.С. Выготского.

При формировании исходных идей исследования были использованы: концепции идентичности Э. Эриксона, Г.У. Солдатовой, Т.Г. Стефаненко; разработки в области психосемантики сознания Ч. Осгуда, Е.Ю. Артемьевой, В.Ф. Петренко, В.П. Серкина; концепция культурного программирования Г. Хофстеде.

**Методы исследования.** В исследовании использовался комплекс методов. Для решения теоретических задач были использованы методы системного, сравнительного, индуктивного, а также структурно-функционального анализа.

Для решения задач эмпирического характера был использован метод психосемантического дифференциала, метод углубленного интервью, метод неоконченных предложений, метод контент-анализа. Разработана авторская анкета, которая была направлена на получение информации о представлениях молодёжи о России и о их регионах проживания.

Обработка данных проводилась с использованием программ Microsoft Excel 2016, Statistica, IBM SPSS Statistics 23 и её процедур: проверка статистических различий данных по критерию Фридмана и Кохрана; показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина; критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторный факторный анализ; таблицы сопряженности; однофакторной дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнения (с поправкой Бонферрони).

**Выборка исследования.** В исследовании приняли участие 755 человек из 8 макрорегионов РФ (30 регионов России). Возраст респондентов – от 14 до 35 лет (M = 24.5, SD = 10.2). Из них 68% составляли женщины и 32% мужчины.

Показано, что при описании феномена региональной идентичности у жителей современной России исследователями выделяются макрорегионы, как элементы её первого уровня репрезентации. Такими макрорегионами для России выделяются следующие: Центральная Россия, Север России, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток и Черноземье (Туровский, 2003; Бредихин, 2015; Дробижева, 2017). Эта сеть макрорегионов формируется на основе распоряжения Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р, а также утверждена Стратегией пространственного развития России.

**Достоверность и обоснованность** результатов обеспечивалась за счёт использование исследовательских процедур в соответствии со стандартами современной экспериментальной психологии; организации процедуры исследования с использованием достаточного объема эмпирических данных (в исследовании на разных его этапах приняло участие 755 респондентов); использования методов исследования, адекватных предмету, целям и её задачам; применения методов математической обработки данных, адекватных проверяемым гипотезам; содержательного анализа полученных результатов.

В качестве основной процедуры исследования использовался метод психосемантического дифференциала при его дальнейшей обработке с помощью факторного анализа. При использовании данного метода в психологических исследованиях, согласно О.В. Митиной и И.Б. Михайловской, рекомендуется выборка порядка 300-500 человек (Митина, Михайловская, 2001). В данном эмпирическом исследовании приняло участие 755 человек, что согласно заданным критериям, соответствует превосходной выборке и большой надёжности получаемых результатов.

Кроме того, согласно рекомендациям исследователей в области математической обработки данных в психологии, для корректного и надёжного использования в сравнительных процедурах данных факторного анализа необходимо, чтобы количество участников исследования примерно в три раза превышало количество предоставляемых характеристик (Наследов, 2004; Сидоренко, 2004). В данном исследовании всего было представлено 33 биполярные шкалы при общем количестве выборки в 755 человек. Также факторизация значений данных отдельно происходила для каждого макрорегиона страны, где в среднем каждый регион был представлен 94 респондентами. Данные соотношения позволяют говорит о корректном использовании факторизации данных и получении надёжных результатов исследования.

**Научная новизна** данного исследования заключается в том, что в исследовании впервые для российской выборки установлены связи между представлениями у молодежи о регионе проживания и о России в целом. Обнаружено, что более позитивное отношение молодёжи из определённых макрорегионов страны (Черноземье, Юг России) к региону проживания соотносится с более позитивным отношением к России в целом.

Впервые рассматриваются представления о России у молодёжи на трёх разных уровнях восприятия: при сравнении с другими странами (США и Китай); при сравнении представлений о стране респондентами из различных макрорегионов России; при сравнении представлений у молодежи о регионе проживания как части России.

Эмпирически выявлена категориальная структура представлений о России и регионе проживания у молодежи, которая описывается следующими компонентами: когнитивным, эмоциональным, поведенческим, ценностно-смысловым.

Впервые проведено сравнение у молодёжи страны образа героя России и героя региона проживания. Образ героя России в сознании молодёжи представлен, прежде всего, конкретным персонажем, как носителем личного поступка, проявления доблести и благородства. Образ регионального героя описывается характеристиками абстрактного идеала героического начала.

**Теоретическая значимость.** Анализ категориальной структуры представлений о родной стране в картине мира молодёжи, проживающей в различных макрорегионах России, подтверждает теоретико-методологические положения психологической теории деятельности А.Н. Леонтьева и культурно-исторического подхода Л.С. Выготского, лежащих в основе данного исследования.

Полученные результаты дополняют подходы современных исследователей (В.Ф. Петренко, Е.Б. Шестопал, Н.Н. Толстых, Г.У. Солдатовой и др.), которые рассматривают структуру представлений как сложную систему взаимодополняющих друг друга компонентов. Выделены основные компоненты данной структуры: когнитивный компонент, включающий знания об основных характеристиках образа России; эмоциональный компонент, определяющий принятие данного образа страны; поведенческий компонент; ценностно-смысловой компонент, формирующий нравственно-этическое отношение к образу страны.

Показано, что данные структурные компоненты (когнитивный, эмоциональный, поведенческий, ценностно-смысловой) также выделяются исследователями при рассмотрении элементов модели региональной и гражданской 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). Это может свидетельствовать о том, что категориальная структура представлений о России и о собственном регионе проживания молодёжи в определённой степени отражает особенности гражданской и региональной идентичности молодежи страны.

**Практическая значимость.** Результаты исследования позволяют сравнить представления о России у молодёжи из различных регионов страны и дают возможность количественно и качественно описать региональные особенности восприятия молодёжью России и её регионов.

Полученная категориальная структура представлений о России и её регионах может составить основу разработки стратегий развития туризма и молодёжной политики и стать важным элементом при создании практико-ориентированных программ изучения региональной и гражданской идентичности у молодёжи страны. Апробированный авторский опросник может был использован для создания системы мониторинга представлений молодёжи о России и её регионах.

Полученные результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе, в частности, в курсах по психосемантике, межкультурной коммуникации и медиапсихологии.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Категориальная структура представлений о России и регионе проживания у молодёжи страны может быть описана следующими основными компонентами: когнитивным; эмоциональным; поведенческим; ценностно-смысловым. Данная структура лежит в основе формирования идентичности личности, что в некоторой степени позволяет говорит о связи представлений о России и регионе проживания с гражданской и региональной идентичностью молодёжи страны.

2. Представления о регионе проживания у молодёжи страны описываются следующими наиболее важными факторами: «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Духовность и патриотичность», а также «Визуальная привлекательность», «Социальная дистанция» и «Когнитивная сложность».

3. Молодежь из различных регионов страны соотносит характер представлений о России, во многом, исходя из тех эмоциональных и визуальных впечатлений, которые связаны с представлениями об их родном регионе проживания. Это может свидетельствовать о важности формирования представлений о регионе своего проживания, региональной идентичности у молодёжи страны.

4. Образы героя России и регионального героя являются важной составной частью представлений о России и регионе проживания. Обнаружены важные различия в ценностно-смысловом содержании образов героя России и героя региона проживания для молодёжи страны. Для образа героя страны основным типом героизма выступает военный героизм, образ Защитника Отечества или представителя силовых структур. Для образа героя региона проживания оказываются важными характеристики социального и гражданского героизма.

5. Представления о России, выраженные в виде символов исторического развития страны у молодежи из различных регионов, связываются, прежде всего, с образами главных политических лидеров и, в несколько меньшей степени, с образами ключевых исторических событий. Символы, связанные с географической территорией, оказались важными для молодежи только для периода современной России.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и результаты диссертационного исследования продемонстрированы на всероссийских и международных научных конференциях: Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» (Москва, 2018, 2019, 2021); V Всероссийская научно-практическая конференция «Исследования медиа и коммуникаций: теории, практики, исследовательские перспективы» (Москва, 2019); XVI European Congress of Psychology (ECP 2019) (Москва, 2019); XII Конвент РАМИ (Москва, 2019); XXVIII Международные рождественские образовательные чтения (Москва, 2020); IX Международная конференция по когнитивной науке (CAICS, Москва, 2020); I Национальный Конгресс по когнитивным исследованиям, искусственному интеллекту и нейроинформатике (Москва, 2020); Международная конференция «Ломоносовские чтения» (Москва, 2020); XVIII Всероссийская с международным участием междисциплинарная научно-практическая конференция «Человек в информационном пространстве» (Ярославль, 2020); IV Всероссийский научно-практический форум c международным участием «Психология в современном мире» (Ялта, 2021); Международная конференция «Общение» (Москва, 2021); VI Всероссийская научная конференция «Молодёжь и общество: диалог культур и поколений» (Москва, 2022); Всероссийский Психологический форум, Съезд Российского психологического общества (Екатеринбург, 2022).

**Структура научной работы.** Работа состоит из введения, 2 глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Объём работы без приложений составил 156 страниц. В диссертационной работе содержится 7 рисунков и 12 таблиц. Список литературы включает в себя 442 наименования, из них 149 на иностранных языках.

**Глава 1. Представления о стране, как важная составляющая картины мира человека в эпоху глобализации.**

***1.1. Понятие картины мира и представлений о родной стране.***

***1.1.1. Категория «картина мира» в психологических исследованиях.***

Новая мировая информационная эпоха связана с созданием локальных и глобальных компьютерных сетей. Это фомирует 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 воздействия становятся единые гражданские представления для различных социальных общностей. Именно на основе их складываются многие компоненты политической, экономической, социальной, культурной и других сторон жизни общества.

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 определённой культурной идентичности (Выготский, 1982).

На этапе присвоения социальных представлений происходит формирование целостной системы представлений о мире. Появляются личностные смыслы, выражающие отношение индивида к окружающим предметам и людям вокруг себя. Проявляются мотивы и установки, которые впоследствии определяют всё поведение человека (Леонтьев, 2005).

Для отечественной школы психологии характерно использование понятия не «картина мира», а именно «образ мира», определяющий его более широкий смысл. Образ мира – это не просто картинка, это некоторое «вычерпывание» личностно значимых смыслов, которое происходит в процессе деятельности индивида в объектном мире (Леонтьев, 2005). По А.Н. Леонтьеву образ мира амодален и носит обобщённый характер. Значения, которые человек присваивает определённому образу, играют одну из основополагающих ролей. Вместе с личностным смыслом и чувственной тканью они образуют сознание. В основе образа мира человека лежит не только опыт чувственный, но и социокультурный. Поэтому психический образ неотделим от человеческой деятельности и в ней он наполняется значениями и смыслами (Леонтьев, 1979).

В свою очередь, представления являются некоторыми строительными кирпичиками образа мира. И на основании принципа единства интеллекта и аффекта возможно выделить когнитивные и эмоциональные составляющие данных представлений (Смирнов, 1981; Леонтьев, 1983; Петухов, 1984). Причём эти элементы представлений совершенно разнообразны в своём многообразии (Асмолов, 2002; Петренко, 2005; Толстых, 2018; Знаков, 2020).

Весь объективный мир раскрывается перед человеком в особом пятом квазиизмерении, в котором на первом плане выделяется сфера значений, осваиваемая людьми в процессе своей реальной деятельности. Образ мира строится в процессе этой деятельности и опосредует все отношения субъекта как с миром, так и с собой и другими людьми (Леонтьев, 1983).

Л.С. Выготский рассматривал психику, 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). Психика человека не просто отражает внешний мир, но искажает его, и мы видим только то, частью чего мы сами являемся. Важно и то, что человек способен видеть это отдельно от себя, как реально существующее, как «вещь в себе и для себя».

В.С. Стёпин определял образ мира через введение понятия «мировоззренческие универсалии» (Стёпин, 2017). Данные универсалии служат формами селективного отбора и транслируют опыт всех поколений. Они представляют основу категориальной структуры сознания в каждую определенную эпоху и определяют глобальное обобщение всего жизненного мира человека, выражают генетический код всей предшествующей цивилизации, являются основанием для гражданской идентичности человека.

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 он вводит термин «переживание или чувство мира».

В более поздних работах отечественных учёных предлагается трёхслойная модель строения образа мира (Стрелков, 1989; Артемьева, 1999; Серкин, 2006). Первый слой – перцептивный, который основан на модальных образах внешнего мира. Второй слой несёт в себе семантическую систему, раскрывающую структуру отношений между представлениями. И, наконец, амодальный слой, который является самым глубинным образованием и несёт в себе образ мира в его идеальном значении.

Несколько в ином русле развивались идеи о представлениях и картине мира в зарубежных исследованиях. Шопенгауэр определял представления, как образы, содержащиеся в сознании (Шопенгауэр, 1992). В философском понимании И. Канта представление связано и с эмоциональной сферой и частично с рациональной, посредством воображения (Кант, 1966). Философами не раз подчеркивалось, что содержание самих представлений даны в сознании непосредственно, но они отличается от образов восприятия предметов действительности.

В рамках когнитивной психологии представления определялись, 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 обобщённые знания. Для У. Найссера было важно найти существование перцептивной схемы мира, амодальной по своим свойствам и стремящейся к сверх-обобщению.

Впервые установление связи между понятиями «представление» и «образ» было произведено Р. Хольтом. Для него образ являл собой некоторое осознанное субъективное представление, которое носит не перцептивный, но квазисенсорный характер (Хольт, 2009). В Вюртцбургской школе активно разрабатывалась данная проблема наглядности представлений, в результате чего было предложено понятие «безобразного мышления». Образ может возникать без непосредственного наглядного представления. Именно это до сих пор ставит вопрос о существовании наглядности представлений открытым (Брунер, 2005).

При рассмотрении структуры представлений, следует обратиться к классификации Р. Арнхейма, выделившего следующие уровни восприятия: образ-изображение, символ, знак и имидж (Арнхейм, 2012). Если образ-изображение однозначен, то символ многозначен и несёт в себе «больше, чем его непосредственный очевидный смысл» (Юнг, 1991, с. 51). Символ приобретает скрытый смысл для определённой культуры, тогда как «знак» определяет общие особенности, свойственные для представителей разных культур. Имидж же несёт в себе некий сложившийся стереотип, социальные ожидания определённой группы.

В социальной психологии отдельно была разработана теория социальных представлений С. Московичи, которая базируется на личном и групповом опыте индивида (Андреева, 2005; Емельянова, 2005). Согласно автору, для понимания окружающего мира индивиду необходима специфическая форма познания социальной реальности в виде социальных представлений. Они воздействует на различия в интерпретациях социальных явлений, принимаемых группой, и формирует групповую идентичность. Данная концепция обращает внимание на групповое видение реальности, которое формируется во взаимосвязях определённой общности.

Социальные представления несут в себе некую сложившуюся систему ценностей и социальных практик, которая служит для ориентировки в новой социальной среде и позволяет осуществлять коммуникацию между представителями из разных групп и внутри собственной социальной общности (Московичи, 1998; Дюркгейм, 2008).

Такой механизм идентификации необходим для того, чтобы человек мог освоить систему социальной коммуникации своего общества. Ведь через неё он присваивает различные уровни идентичности, то есть те культурные средства, сценарии поведения и систему взаимоотношений, которые одобрены определённым социумом, отличают его от остальных и создают представления и нормы его собственной картины мира (Петровский, 1996; Московичи, 1998).

Субъективность восприятия обеспечивается за счёт выразительности образа. Чем выразительнее он для субъекта восприятия, тем сильнее происходит изменение и искажение психических образов реальности (Эткинд, 1979). Чем лучше и чётче человек воспринимает определённый предмет, тем меньше ему остаётся 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 представлениях можно выделить когнитивную и эмоциональную составляющие, которые и определяют этот образ.

В отличии от научных теорий, каждый человек может строить свои собственные, имплицитные теории (Sternberg, 1986). Они необходимы 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 играют важную роль в жизни человека. Поэтому изучение имплицитных теорий считается одним из перспективных направлений психологической науки (Келли, 2000; Петренко, 2009; Корнилова, Чжоу, 2021).

Если перейти к описанию структуры представлений, то следует обратиться к понятию «картина мира», принятой в зарубежной практике. Данный термин ввёл Р. Редфилд (R. Redfield), и в его понимании «картина мира» («world view») является представлением членов общества о самих себе и о своих поступках и действиях в этом мире (Redfield, 1955). Согласно Р. Редфилду, не существует единой картины мира одной нации, в каждой культуре могут одновременно интегрироваться несколько идеологических парадигм, в которых традиции и модели поведения этих внутренних общностей будут значимо различны.

М. Колтко-Ривера в своей монографии, которая касается общепсихологического подхода к картине мира («world view» в тексте автора), предлагает рассматривать картину мира через набор убеждений, предположений относительно существующего и не существующего; моделей поведения в реальном мире; желаемых целей и тех, которые должны быть достигнуты обязательно (Koltko-Rivera, 2004). Данные предположения составляют онтологическую основу личности, они определяют систему координат, на основе которой человек строит свою картину мира.

Картину мира, таким образом, можно коротко охарактеризовать как набор предположений о физической и социальной реальности, который может быть содержанием сознания и оказывать сильное воздействие на поведение индивида (Koltko-Rivera, 2004).

Исследования показывают, что формирование картины мира находится в тесной связи с самооценкой субъекта, вместе они во многом формируют психологическое благополучие индивида. Если картина мира определяет восприятие общей ситуации, то самооценка служит основанием отношения к себе как к успешному субъекту в определённой ситуации (Bond, 2013). 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 опирается на социальный опыт человека и в частности, на те ценности, которые наиболее важны для представителей определённой культуры (Corson, 1995). Ценности являются основой картины мира. Именно они определяют отношение и интересы человека, которые важны для поддержания сплочённости группы и влияют на поведение членов группы.

В рамках отечественной традиции А.В. Петровский и М.Г. Ярошевский под этнической картиной мира понимали некоторые ключевые предположения, нередко интуитивные, которые имеют возможность направить и упорядочить поведение представителей различных социальных общностей (Петровский, 1984). У каждого народа складываются свои предпосылки для формирования определённых элементов картины мира.

Для отечественной психологии характерно рассмотрение проблемы этнического самосознания через контекст осознания гражданами собственной принадлежности к определённой социальной и этнической группе (Шахбанова, 2013).

Из всего вышесказанного 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.

***1.1.2. Исследование представлений о родной стране в картине мира человека.***

Структура личностных смыслов человека социальна по своей природе. Она несёт в себе иерархию ценностей, актуальную для той культуры, представителем которой является определённый индивид. Это свидетельствует о том, что при разборе категориальной структуры сознания конкретных индивидов можно спроецировать результаты на всё общество в целом. И особенно репрезентативно и обоснованно это будет на примере рассмотрения образа своей родной страны, который является важным структурным элементом картины мира каждого гражданина.

Проблема изучения образа страны является многоаспектной и междисциплинарной. Данный образ несёт в себе различные стороны жизни общества: географические, экономические, социальные, культурологические, лингвистические, политические, психологические и т.д. В различных научных дисциплинах учёные занимаются изучением образа 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 образ России рассматривается с точки зрения восприятия политических лидеров, политических партий (Шестопал, Смулькина, Морозикова, 2019); в работах географов рассматриваются географические основания для формирования такого образа (Авилов, Кранзеева, Яницкий, 2019); 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 об образе страны (Снежкова и др., 2019); а в исторической науке рассматривают трансформацию образа страны в зависимости от различных исторических этапов его становления (Громыко, 2008). Такой разнообразный охват исследований из различных научных дисциплин позволяет сделать вывод о том, что данная тема актуальна на сегодняшний день и объединяет в себе целый комплекс методологических подходов, реализованных в русле мультидисциплинарной парадигмы.

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

Образ родной страны осознаётся человеком как часть образа социального мира и представляет собой целостный продукт общественного сознания. Его можно определить, как совокупное представление о стране, о её реалиях, формирующиеся в процессе функционирования общественного сознания (Богдан, 2007; Тарасов, 2020).

Важное современное исследование образа страны было проведено коллективом под руководством Ю.П. Зинченко и посвящено рассмотрению этнокультурной идентичности молодёжи в разных регионах России (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.

Также интересно рассмотреть результаты психологических исследований, которые были посвящены изучению восприятия образа России. Так, в исследовании Л.В. Матвеевой с соавторами, 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 Л.В. Матвеевой с коллегами рассматривалась категориальная структура образа России в сравнении с образами других восточных и западных стран (Матвеева и др., 2014). В категориальной структуре восприятия молодежью различных государств самым сильным фактором оказался фактор «благосостояние и авторитет». Он отражает прогрессивность страны, её богатство, авторитет и устремлённость в будущее. Следующим по мощности фактором оказался фактор социальной дистанции («свой – чужой»). Данный фактор представляет некоторые психологические рамки коммуникации. Также важными оказались ещё два фактора – «ответственность» и «угрожающая сила». Особенно интересным оказался тот факт, что был выделен «цивилизационный» фактор: для респондентов оказывалось важным соотнесение образа страны с определённой цивилизацией в том случае, когда необходимо выполнить сравнение своей страны с другими странами, относящимися к разным культурам.

Похожие результаты были ранее получены в исследовании В.Ф. Петренко и О.В. Митиной, которое также было направлено на изучение представлений граждан о различных странах мира. Основополагающим оказался фактор успешности и благосостояния, который был связан с определённым политическим устройством страны, построенным на основе её принадлежности к Западной или Восточной цивилизации. Фактор военной мощи государств оказался на втором месте в категориальной структуре восприятия молодёжи. И также одним из основных факторов выступала категория «свой – чужой», то есть фактор социальной дистанции, которая определяла дружественное отношение представителей одного государства к другому (Митина, Петренко, 2009).

Всё это говорит нам о том, что формирование картины мира определяется как индивидуальными характеристиками отдельного человека, так и различными аспектами культурной деятельности народа, его социальными нормами. Образ страны, в свою очередь, состоит из совокупности различных категорий, определяющих его целостность, самостоятельность и многогранность. Многогранность может быть раскрыта через аспекты — историко-культурный, культурно-лингвистический, социально-этический, а также через персонажей, определяющих «лицо» страны в разных её проявлениях.

В итоге, можно говорить о том, что одним из наиболее важных компонентов картины мира человека выступают представления о его собственной стране.

***1.1.3. Влияние СМИ на трансформацию картины мира человека.***

На современном этапе развития общества можно констатировать, что интернет-технологий стали одним из основных источником получения информации наряду с традиционными СМИ.

Долгое время традиционные СМИ определяли во многом мировоззрение человека, систему его взглядов и создавали насущную «повестку дня». Такое влияние не могло остаться без внимания исследователей, ведь СМИ становились всё большим инструментом воздействия на массовую аудиторию. И важным акцентом в постановке проблемы подавляющего числа исследований являлось негативное воздействие СМИ на аудиторию.

Основной тематикой исследований было воздействия 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 (Винтерхофф-Шпурк, 2007; Матвеева, 2007; Латынов, 2013; Виноградова, Мельник, 2015; Мельникова, Хорошилов, 2017 и др.). Приоритетным объектом влияния современных СМИ является эмоциональная сфера.

Воздействие СМИ влияет на перестройку всей системы значений, изменяет имплицитную картину мира человека (Леонтьев, 1999). Процесс её осуществления основывается на трёх основных механизмах, которые были сформулированы и описаны А.А. Леонтьевым: введение новых значений в категориальную структуру сознания человека; изменение всей структуры значений; изменение отношения к действительности в целом (Леонтьев, 2008).

Одним из первых на проблему всё 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 определённости, максимального состояния наполненности определёнными 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 ребёнка оказывается непосредственное влияние со стороны СМИ. Это влияние вмешивается в процесс непосредственного взаимодействия ребёнка со взрослыми, что влияет на формирование его картины мира. СМИ трансформирует культурно-исторический опыт человечества для ребенка за счёт расширения репертуара возможных действий и сценариев общения, включая их в зону ближайшего развития ребенка (Выготский, 1982).

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

Один из отечественных основателей психосемантического подхода В.Ф. Петренко выделил четыре варианта трансформации семантического пространства субъекта под воздействием СМИ: «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).

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, что в свою очередь может приводить к искажению основных ценностных ориентиров жизни, к неадекватному окружающей среде поведению (А.А. Леонтьев, 2003).

Идентичность человека во многом формируется за счёт социальных коммуникаций. Т. Парсонсом было выделено четыре основных уровня социальных коммуникаций (Parsons, 1980): экономический, политический, нормативный и культурный. На каждом из этих уровней происходит реализация определённого аспекта культурных представлений членов общества о себе и о стране. Для анализа образа страны, региона или субъекта необходимо рассмотреть данные представления на всех этих уровнях.

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 несёт в себе фрагмент социального мира, который складывается в медиапространстве. Но данный образ не обладает функциональной самостоятельностью, так как ориентирован на формирование образа России в общественном сознании, вместе с тем он значительно искажён 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).

В отечественных исследованиях также подчёркивается немаловажная роль СМИ при модификации картины мира человека. В исследовании Е.В. Лавровой изучалось воздействие новостных программ, содержащих деструктивный контент, на зрителя. Оказалось, что воздействие проявляется, как в эмоциональной, так и когнитивной составляющей представлений об опасности в картине мира человека (Лаврова, Матвеева, 2016).

На основе проведённого теоретического анализа можно констатировать, что СМИ являются мощным инструментом воздействия на картину мира человека, на его индивидуальное сознание и идентичность.

### ***1.1.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека.***

В психологической науке понятие «образ» несёт в себе сложное смысловое содержание. Построение образа опосредовано системой значений, которая содержит в себе совокупный общественный опыт (А.В. Петровский, 1975; Смирнов, 1985; Асмолов, 2002; В.П. Зинченко, 2010).

На современном этапе развития психологии принято положение об опосредованном и обобщенном характере восприятия и сознания (Выготский, 1934; Брунер, 1977; Леонтьев, 1977). Субъект восприятия неизбежно категоризирует окружающие его предметы, соотнося их с обобщенным эталоном, неким стереотипом, в котором зафиксирован усвоенный субъектом общественный опыт взаимодействия с этой категорией объектов. Единичное воспринимается и оценивается через призму множественного, что позволяет воспринимать предметы и процессы, с которым субъект мог и не иметь опыта прямого взаимодействия. Образ есть «своеобразное перцептивное высказывание о мире» (Петренко, 2013, с. 145).

Система образов складывается в единую картину мира каждого отдельного человека, которая включает в себя и научные знания, и житейский опыт субъекта, его культурные ценности и личностные смыслы, индивидуализирующие его мировосприятие.

Картина мира субъекта, таким образом, характеризуется не только степенью соответствия реальности, но и мерой адекватности собственным целям и соотнесённостью с моделями картин мира других людей.

В такой структуре восприятия особенно важными становятся социальные представления субъекта, то есть та система ценностей, идей и практик, которая предназначена для ориентировки индивидов в социальном и материальном мирах для облегчения интрагрупповых коммуникаций между индивидами (Московичи, 1998).

В отечественной науке исследование категориальной структуры сознания представлено работами таких выдающихся учёных, как: Л.С. Выготского, А.Я. Гуревича, А.Н. Леонтьева, Ю.М. Лотмана, М.К. Мамардашвили, В.С. Стёпина. Работы данных исследователей в совокупности с работами зарубежных учёных (Дж. Келли, Ч. Осгуд) стали основой для разработки нового направления в психологии – психосемантики.

Психосемантический подход позволяет изучать содержание и функционирование индивидуального и общественного сознания, а также оценивать эффективность коммуникативного воздействия.

В задачи психосемантики входит изучение генезиса, структуры и функционирования индивидуального или общественного сознания посредством выявления категориальной структуры значений с использованием математических методов (Петренко, 1983, 1988, 1997; Шмелев, 1983, 2002; Похилько, Федотова, 1984; Артемьева, 1999; Серкин, 2004).

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

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).

Психосемантический метод позволяет рассматривать каждого конкретного респондента не как набор объектных диагностических характеристик, а как носителя определённой картины мира, своей собственной системы значений и смыслов (Шмелёв, 1982; Петухов, 1984).

Отечественная психосемантика начала своё развитие с середины 1970-х гг., основываясь на работы по построению семантических пространств Ч. Осгуда (метод семантического дифференциала) и теорию личностных конструктов Дж. Келли (метод репертуарных решеток).

Теория личностных конструктов Дж. Келли предполагала, что поведение личности структурируется по определённым принципам системы личностных конструктов, то есть на основе своеобразных форм категоризации субъектов мира и самого себя (Kelly, 1963).

Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда появился в ходе исследований учёным феномена синестезии – ассоциативной связи разномодальных ощущений у субъекта (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957). Осгудом были выделены три фактора (Оценка, Сила, Активность), которые вбирали в себя основные характеристики, связанные с общими сенсорно-эмоциональными впечатлениями субъекта.

Данные эксперименты были дополнены отечественными исследованиями построения семантического поля методом семантического радикала (эксперименты А.Р. Лурии и О.С. Виноградовой – Лурия, Виноградова, 1979) и по изучению влияния постгипнотической инструкции на процессы категоризациии (эксперимент В.Ф. Петренко и В.В. Кучеренко – Петренко, Кучеренко, 2019).

Метод семантического дифференциала (СД) предполагает использование шкал с набором антонимов, по которым респондент оценивает степени важности для себя того или иного свойства у рассматриваемого объекта.

Процедура СД также называется исследователями процедурой многомерного шкалирования, так как имеет сразу несколько шкал (пространство), несколько измерений (как степеней свободы) и многомерное представление результатов. Рассматривая каждую такую шкалу, как измерение пространства оценками значений, всё многомерное пространство такого оценивания возможно назвать семантическим пространством. Получается так, что каждое оцениваемое утверждение представляет собой вектор в заданном многомерном семантическом пространстве (Серкин, 2004).

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).

На это указывает и другой отечественный исследователь В.П. Серкин, для которого образ мира «построен на основе выделения значимого (существенного, функционального) для системы реализуемых субъектом деятельностей опыта (признаков, впечатлений, чувств, представлений, норм и пр.). Образ мира не приписывается миру субъективно, это наполнение образа реальности значениями, и, тем самым, построение его. Образ мира, презентируя познанные связи предметного мира, определяет, в свою очередь, восприятие мира» (Серкин, 2005, с. 12).

Таким образом, психосемантический метод можно считать эффективным инструментом для изучения сложных представлений индивида, в том числе о родной стране и своём родном регионе.

***1.2. Понятие идентичности человека.***

***1.2.1. Личностная и социальная идентичность человека.***

В психологической науке становление идентичности рассматривается в рамках различных подходах: психоаналитическом (Э. Эриксон), статусном (Дж. Марсиа), ценностно-волевом (А. Ватерман), бихевиористическом (Е. Гофман, Л. Краппман, Дж. Мид, Р. Фогельсон, Дж. Хабермас), когнитивном (Г. Брейкуелл, Дж. Тернер, Г. Теджфел), экзистенциально-гуманистическом (Д. Бьюджеталь, A. Минделл, Е. Минделл, К. Ясперс), структурно-динамическом (В.С. Агеев, В.Н. Павленко, П.В. Лушин, К.В. Коростелина, Л.Б. Шнейдер, В.А. Ядов), деятельностном (В.В. Столин, Е.П. Белинская).

Впервые понятие «идентичность» ввёл в научный контекст американский психолог Э. Эриксон. Он определял идентичность, как некоторый твёрдо усвоенный и принимаемый лично образ самого себя, который определяет чувство тождества и целостности (Эриксон, 1996, с. 8). Данные чувства тождества и целостности могут переживаться отдельной личности, а могут характеризовать общество в целом, поэтому идентичность рассматривается как на уровне индивидуального субъекта, так и на уровне социальной группы.

Термин «идентичность» используется в различных направлениях психологической науки (Erikson, 1968), однако однозначного определения в современной психологии до сих пор не предложено. Так, исследователи Фрейджер и Фейдиман пишут о том, что можно «…попытаться более явно представить суть идентичности, только рассмотрев ее с разных точек зрения. С одной стороны, ее можно отнести к сознательному 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).

Американский исследователь Э. Тоффлер также указывал на сложности в определении идентичности, но отмечал её 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 психологической науке, 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 исследователей в рамках психологии развития важно изучить проблему формирования и развития идентичности преимущественно подростков (Kroger, Marcia, 2011). В то время как социальные психологи акцентируют внимание уже непосредственно на содержании и структуре идентичности, рассматривают её личностные и социальные аспекты (Moscovici, 1988).

Согласно Л.С. Выготскому, развитие идентичности на начальном этапе происходит исключительно в коллективе, а лишь затем она становится психологической функцией личности (Выготский, 1982).

Идентичность человека зависит не только от его окружения и институтов социализации, а напрямую связана с его индивидуальностью, под влиянием которой она изменяется. В связи с этим, становится возможным изучение личности индивида не только непосредственно, но и отталкиваясь от его вклада в идентичность других участников его социальной группы, появляется возможность использования принципа отражённой субъектности, который был разработан В.А. Петровским (Петровский, 1985).

Подобные феномены трудно изучать в рамках одного дисциплинарного подхода и научного направления. Данный конструкт представляет собой сложную саморазвивающуюся систему, которая становится доступной только с позиций постнеклассической методологии (Степин, 2000). Постнеклассический подход помогает совершенно по-новому рассматривать понятие и конструкты классической науки и уже доказал право на своё существование, в том числе, в различных областях психологии (Зинченко, 2011; Zinchenko, Pervichko, 2013). Одним из главных оснований для рассмотрения данного вопроса с постнеклассических позиций рациональности выступает междисциплинарный характер объекта исследования (Степин, 2017).

Если вернуться к истории становления данного понятия, то одним из первых разделить групповую и индивидуальную идентичность предложил З. Фрейд. Человек, как индивидуальный субъект, значительно отличается от человека, как члена группы. Если индивидуальная идентичность во многом зависит от Эго, то групповая идентичность складывается под влиянием целого ряда факторов: географического расположения, исторических аспектов территории, особых материальных средств и целей, группового восприятия времени и уникального коллективного жизненного плана каждой общности (Freud, 1949).

Английский социолог Э. Гидденс выделял в идентичности два противоположных полюса, одному из которых соответствует характеристика абсолютного приспособленчества (конформизма), а другому – полная замкнутость на себе (нарциссизм) (Giddens, 1991).

Швейцарский психолог Ж. Пиаже при анализе понятия идентичности использовал собственную концепцию, которая рассматривала осознание ребёнком его принадлежности к определённой национальной общности в процессе взросления. Он связывал формирование этнической идентичности, прежде всего, с созданием особых когнитивных моделей, которые сопровождаются переживанием этнических чувствах. Он предложил выделить три основных этапа развития этнической идентичности (Piaget, Weil, 1951):

1 этап (6-7 лет), когда у ребенка формируются первые фрагментарные знания о собственной этнической принадлежности;

2 этап (8-9 лет), когда у ребенка образуется четкая идентификация со своей этнической группой (расой родителей, местом рождения, языковыми особенностями);

3 этап (10-11 лет), когда у ребенка происходит окончательное закрепление этнической идентичности через усвоение истории и культуры собственного этноса.

В результате процесса идентификации происходит самоопределение индивидов, которое даёт возможность в индивидуальном и в общественном плане ощутить самодостаточность и единство с определённой общностью. Тем самым происходит связывание своего происхождения, своих успехов и неудач с этой общностью (Солдатова, 1998; Богдан, 2007; Стефаненко, 2018).

В рамках эмпирических исследований идентичности чаще всего подвергаются изучению процессы её 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 её содержания, общей структуры (Galliher et al., 2017). Они выделяют четыре уровня анализа содержания идентичности. На базовом уровне находится индивидуальная идентичность, которая содержит исторический, культурный и политические контексты. На втором уровне располагаются социальные роли, как уникальный и центральный контекст для развития идентичности. На третьем уровне находится область индивидуального содержания идентичности, где создаётся особое ощущение себя, как единого целого в отличие от других (образ «Я»). И самый верхний уровень определяется на этапе повседневных взаимодействий, на «микроуровне» идентичности.

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).

Для носителей одной культурной, гражданской идентичности важно быть связанным со своей группой не только одним происхождением, одними языковыми традициями, культурно-историческим опытом, но при этом иметь и общее коллективное переживание, которое выражается через понятие «ментальности» (Кондаков, 2009). Ментальность представляет собой некое национальное чувство, позволяющее сохранить общность группы даже в условиях мультикультурализма и глобализационных процессов. Ментальность определяет менталитет того или иного народа и является одним из основных формообразующих элементов культурной идентичности конкретного индивида. Менталитет напрямую связан с историко-географическими основаниями той или иной культуры, определяющими региональную и гражданскую идентичность человека (Лисенкова, 2018).

Идентичность народа несёт в себе внутреннюю психологическую реальность, которая преломляет все внешние воздействия и проявляется, прежде всего, в категории менталитета. Менталитет определяет индивидуальные личностные смыслы и чувственное отношение к событиям внешнего мира (Кольцова, Журавлёв, 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 определённой нации.

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

В работах Кондакова и его коллег показано, что в условиях кризиса национальной или гражданской идентичности перед людьми встаёт необходимость выбора и поиска нового основания идентичности личности, и тогда на место идентичности гражданской на первый план выступает социальная, этническая или религиозная. Со второй половины прошлого века с развитием процессов глобализации всё активнее раскрываются обратные ей процессы глокализации, то есть происходит актуализация идентичности на уровне региона, идёт обособление территорий на экономическом, культурном, социальном и психологическом уровнях. Это выражается в попытках реанимации старых традиций, возрождению фольклорной культуры и поискам народного духа (Кондаков и др., 2011).

Согласно исследованиям П. Вотславика (Watzlawick, 2010), прослеживается тесная связь религии с социальными 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, посвящённых изучению российской идентичности, учёные пришли к выводу о том, что одной из важнейших основ массового сознания и психологии обыденного сознания россиян выступает религиозное самосознание (Громыко, Буганов, 2000). Это подтверждается и кросс-культурными исследованиями, подчёркивающими взаимосвязь культурных представлений с религиозными. В своё время Э. Дюркгейм утверждал, что религия несёт в себе единую систему верований и практик, и она культурна по своей природе (Дюркгейм, 2001).

При изучении российской ментальности Л.Г. Свитич в своём исследовании обратилась к большому массиву пословиц и поговорок (Свитич, 2012). С помощью метода контент-анализа она показала, что главными ценностями для русского народа являются следующие: ценности общинности, семьи; ценности труда и его плодов; ценности веры и традиционализма. Получается так, что основные характеристики и ценности русского народа определяются, в первую очередь, ценностями общинности, причем от самых близких его представителей, семьи через весь род в целом к глобальному понятию Родины.

В заключении целесообразно обратиться к выделенным С. Хантингтоном особенностям идентичности (Hantington, 2004):

1. формирование идентичности присуще как для конкретной личности, так и для группы лиц;

2. идентичность представляет собой психологический конструкт (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 складывается особая иерархия идентичностей.

Последнее свойство особенно важно для сопоставления территориальных идентичностей. Так, в качестве примера можно привести великого итальянского кинорежиссёра Ф. Дзеффирелли. Он самоопределял себя территориально, как флорентийца. Но когда его называли великим итальянским режиссёром, в свою очередь говорил, что он человек мира, и у искусства нет границ. Для него оказывалась важным именно его региональная принадлежность, а не национальная или этнокультурная. В его иерархии идентичностей региональный аспект играл существенно более важную роль, чем все остальные[[1]](#footnote-1).

Идентичность несёт в себе результат отстаивание 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.

***1.2.2. Региональная идентичность человека.***

Активное формирование региональной идентичности индивида происходит примерно параллельно с общим развитием социальной и гражданской идентичности. Но в отличие от стадий её 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 её изучения, но с другой, даёт возможность исследователю рассмотреть данный феномен с совершенно разных позиций и создать единую теорию и эмпирическую базу исследований данного процесса под руководством методов и методик именно психологической науки.

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

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).

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).

Лоу и Альтман (Low, Altman, 1992) выявили в своём исследовании, что аффективные связи людей с местами их проживания позволяют достигать чувства удовлетворения, поскольку «места позволяют контролировать, стимулировать творчество и предоставлять возможности для неприкосновенности частной жизни, безопасности и спокойствия» (Chow, Healey, 2008, p. 362).

Также некоторые исследования подтверждают личностную связь и благополучие индивида с территорией проживания (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. Носитель такой региональной идентичности конструирует для себя образ своего региона, который он соотносит со своим внутренним миром и ценностными ожиданиями.

Информация о любом индивиде складывается изначально из того, как он выглядит, как он говорит и ведёт себя. И такое впечатление часто совпадает с предположением о том, откуда он, из какого места. Каждый человек осознаёт, что другой индивид представляет собой не просто физическое существо, а как носитель определённой идентичности, сформированной социальными, культурными, экономическими отношениями. Такой процесс, с помощью которого индивиды судят о других представителях группы, является социальным и культурным ранжированием, что составляет часть самости личности (Basso, 1996, с. 146).

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 «региональной идентичности» и «идентичности места». В географических науках под регионом обычно рассматривается более крупная пространственная единица, чем просто «место» (Entrikin, 1991). Некоторые исследователи определяют «регион» как конкретный участок территории, исторически обусловленный определёнными социальными процессами, происходящими в различных пространственных масштабах (Paasi, 2004). В таком случае, именно регион может выступать объектом психологических исследований, определять процессы, на которых происходит формирование региональной идентичности индивида.

Региональная идентичность и географический образ региона проживания человека во многом схожие понятия. Региональная идентичность позволяет обнаружить особые связи, которые объединяют местных жителей.

Другое объяснение региональной идентичности дал финский исследователь А. Пааси (Paasi, 1986). Он полагал, что было бы полезно аналитически различать два аспекта региональной идентичности, а именно: представление о самом месте, то есть пространстве как некоторой субъективной социальной конструкции, основанной на объективных физических условиях, и собственно региональную идентичность, которая определяет индивидуальные личностные качества людей, проживающих на данной территории. Первое отражает характеристики 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.

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 включать так называемое чувство «самости», которое служит основой для изменения 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).

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

Некоторые исследования предполагают особую связь в идентификации людей с определенным местом, которая может быть отражена в конкретных идентичностях, приписываемых этому месту, и, впоследствии, включена в их собственные идентичности (Rijnks, Strijker, 2013).

Часто региональную идентичность связывают с субъективным чувством отождествления себя с домом, соседством или определённым 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 зарубежных ученых при описании эмоциональной 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 (Graham, Mason, Newman, 2009). Оно описывается, как особого рода волевой процесс, инициированный эмоциональной привязанностью, определяющий поступки и действия человека по отношению к месту, и идентификацию с этим местом. В других же исследованиях (Breakwell, 2010) феномен чувства места изучается во взаимосвязи биофизического, социального и культурного аспектов.

Так исследование «sense of place» позволяет понять мотивы регионально-ориентированного поведения жителей определённой территории, их готовность к защите и развитию данной местности от угрозы внешних акторов (Cary, 2013). Французские исследователи рассматривают «sense of place», как личностное отношение индивида к территории через измерения физического пространства и социальной и культурной сферы (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).

M. Китинг говорит о том, что региональная идентичность и её 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.

Благодаря взаимодействию людей с определенной территорией, это место влияет на коллективную и индивидуальную идентичность человека, во многом определяя и образуя её. 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; Ramos et al., 2016).

B. Hernández с соавторами рассматривал региональную идентичность и привязанность к месту, как различные конструкции. В своём исследовании они указывали на то, что привязанность к месту развивается раньше, чем идентичность места. Что не всегда привязанность к определённому 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 личностной 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 на территории проживания. 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). Представления людей о месте своего проживания не должно быть упущено из исследований идентичности этого места.

О.Я. Киричек в похожем русле определяет региональную идентичность, как определённый аспект социальной идентичности, который соединяет в себе когнитивные и эмоциональные представления и переживания индивида с регионом и той общностью, которая там проживает (Киричек, 2011). Получается, что существует непосредственная психологическая связь между индивидом и территорией проживания.

Идентичность людей, связанная с определённым 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. Авторами выделяются пять основных функций, связанных с идентичностью места: распознавание, значение, экспрессивное требование, опосредованное изменение и функция тревоги и защиты (Proshansky, 1983).

Таким образом, региональную идентичность можно определить, как особый ментальный продукт взаимодействия общества с физическим и социальным пространством и, в тоже время, ментальное отражение пространства в сознании и памяти индивидов. И, в частности, позитивная региональная идентичность представляет собой важный ресурс для регионального развития, творческой самореализации и формировании успешного имиджа самого региона (Raagmaa, 2002; Terluin, 2003; Knapp, 2006; Fresque-Baxter, Armitage, 2012).

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

1) когнитивный компонент (совокупность знаний индивида о своём регионе, на основе которого образуется имидж региона);

2) ценностный компонент (значимые события и персонажи, чувство патриотизма);

3) эмоциональный компонент (чувство места: родина, родительский дом);

4) регулятивный компонент (традиции, праздники, местные ритуалы и символы).

При описании региональной идентичности современной России исследователями выделяются макрорегионы, как элементы её 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: Центральная Россия, Север России, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток и 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 наименование субъекта напрямую соотносится, как научным сообществом, так и простыми жителями, с понятием региона и его региональной спецификой. Если для гражданской 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 (Бредихин, 2015; Дробижева, 2017).

Достижение наивысшего уровня идентификации индивида с социумом может проявиться в чувстве патриотизма. 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 частности, 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).

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

В масштабном исследовании Ю.П. Зинченко с коллегами показано, что самокатегоризация подростков, проживающих в различных регионах страны, и иерархия категорий идентичности в их системе идентичности определяется не столько общероссийским контекстом, сколько спецификой социокультурного контекста, характерного для конкретного региона Российской Федерации (Зинченко, Шайгерова, Шилко, 2019).

Таким образом, авторы указывают на то, что региональная идентичность является основой при формировании чувства безопасности и феномена творчества, самоактуализации человека. Поэтому региональная идентичность является важной структурной составляющей идентичности человека в целом.

Всё это делает актуальным 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 конкретного индивида.

***1.2.3. Этнокультурная и гражданская идентичности человека.***

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

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

Теория социальной идентичности А. Тэшфела и работы российских исследователей Г.М. Андреевой, Е.П. Белинской, О.А. Тихомандрицкой показывают, 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 даёт возможность передавать её последующим поколениям. Такой процесс в целом является естественным социально-психологическим механизмом. Другие же группы индивиды 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). Этот единый процесс идентификации и дифференциации формирует социальную идентичность, которая и представляет собой процесс сравнения своих с чужими. Это поиск позитивной социальной идентичности для индивида или группы, в котором они стремятся самоопределиться, обособиться от остальных и утвердить свою собственную автономность.

Согласно работам Т.Г. Стефаненко, этническая идентичность приводит к осознанию своей принадлежности к определенной этнической группе. И в её 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 определённой группы (Стефаненко, 2018).

Проблемы, которые связаны с определением русского национального характера популярны среди многих исследователей (Бороноев, Смирнов, 2000; Братусь, 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 связанные 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 определённой характеристикой каждой из этнических групп. А третий уровень уже довершает весь процесс идентификации на уровне этнической идеологии, когда образуется некая связь времён (Epstein, 1978).

Этническая идентичность является одним из важнейших компонентов в структуре самосознания личности. 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).

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

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

Стереотипы, которую 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 ввёл понятия «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 её 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).

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 определённой 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 в отношении к самой этой принадлежности (Зинченко, Шайгерова, 2016).

Многими психологами отмечается, что в отличие от иных видов идентичности (этнической, конфессиональной, профессиональной и т.д.), гражданская идентичность «является более сложным и неопределённым понятием в психологии, поскольку соотносится с такими спорными и неоднозначными понятиями современной науки и социально-политической практики, как нация, гражданин, гражданство» (Иванова, Мазилова, 2008, с .84).

Отечественные исследователи отмечают, что для российской науки понятие гражданской идентичности является достаточно новым. Не сформировано на данный момент единой концепции гражданской идентичности. Некоторые исследователи рассматривают гражданскую идентичность на одном концептуальном уровне с этнической (Иванова, Мазилова, 2008). По их мнению, термин «гражданская идентичность» ещё недостаточно устоялся и стал сложным для понимания в рамках психологии из-за своего соотнесения с понятием «нации».

В целом, можно представить гражданскую идентичность с двух методологических позиций психологической науки. Во-первых, как личностное осознание принадлежности к сообществу граждан определённого государства, которое несёт в себе значимый смысл. Во-вторых, как феномен надындивидуального сознания, характеризующий индивида как представителя коллективного субъекта (Асмолов, 2008).

По мнению А.Г. Асмолова, одним из ключевых аспектов формирования гражданской идентичности у молодёжи является изучение возможностей последовательного сочетания процессов социализации и индивидуализации. В его понимании гражданскую идентичность стоит рассматривать, как осознание личностью своей принадлежности к сообществу граждан определённого государства на общекультурном уровне. Особо стоит отметить, что в понятие «гражданская идентичность» вкладывается именно личностный смысл для каждого субъекта (Асмолов, 2011).

В отечественных психологических исследованиях последних лет проблема гражданской активности исследуется в трудах различных учёных: А.А. Акбаровой, И.В. Арендачук, Г.В. Новиковой, Г.С. Маль, Р.М. Шиманова, Ю.А. Шатыр, И.В. Улесикова, И.Г. Мулик. Зарубежные исследователи также обращаются часто к данной проблеме: T. Chenneville, S. Toler, V.T. Gaskin-Butler, S.M. Pancer, C. Stevenson, J. Dixon, N. Hopkins.

Основные теоретико-методологические компоненты гражданской идентичности, как психологического феномена, изложены в научных трудах Н.Л. Ивановой, Г.Б. Мазиловой (Иванова, Мазилова, 2010), А.Г. Асмолова, О.А. Карабановой, М.С. Гусельцевой (Асмолов, Карабанова, Гусельцева, 2012); Н.В. Безгиной (Безгина, 2013), Д.В. Монастырского (Монастырский, 2017), Д.И. Чистовского (Чистовский, 2017) и др.

Проводились и достаточно масштабные исследования по изучению уровня развития гражданской идентичности в регионах страны (Степнова, 2017). И также исследования, связанные с выявлением взаимосвязи между феноменом гражданской и этнокультурной идентичности (Лебедева, 1999; Муращенкова 2013).

Согласно философским исследованиям в работах А.М. Князева, структуру гражданской идентичности представляют в виде многоуровневой совокупности доминирующих отношений личности: первый макроструктурный уровень включает направленность на отношения человека к государству, его истории, политике, экономике, культуре; второй мезоструктурный уровень включает отношения человека к государственным структурам, организациям, представителям государства; третий микроструктурный уровень включает направленность на отношения человека к себе как гражданину, к другим гражданам, семье, друзьям и др. (Князев, 2007).

В исследовании Л.А. Степновой с коллегами рассматривалась структура идентичности у респондентов из различных регионов страны. Результаты её исследования позволяют сделать вывод о том, что у участников исследования отсутствует строго иерархичное представление о собственной идентичности. Всего были выделены следующие виды идентичности: региональная идентичность, этническая идентичность, религиозная идентичность, культурная идентичность, гражданская идентичность.

Основными регуляторами процесса гражданской идентичности выступают три составляющие: эмоциональная (формирование позитивного, эмоционально привлекательного и притягательного образа), когнитивная (компоненты знаний), поведенческая (формирование ожидаемого поведения) (Степнова, 1999).

Результаты исследования показали, что относительно большую важность для респондентов имеет гражданская и региональная идентичность при меньшей значимости идентичности этнокультурной и религиозной (Степнова, 2017).

В рамках социологической концепции (Кравченко, 2016) также выделяется трёхкомпонентная структура гражданской идентичности: эмоциональный компонент определяет принятие или непринятие своей принадлежности к гражданской общности; ценностно-смысловой компонент определяет наличие позитивного или негативного отношения к факту принадлежности к этой общности; когнитивный компонент определяет знания о принадлежности к данной социальной общности.

Психологами предполагается выделение и ещё одного компонента – деятельностного. Этот компонент определяет реализацию гражданской позиции в общении и деятельности (гражданская активность) (Степнова, 2017).

При формировании региональной идентичности исследователи указывают, что необходимо учитывать, прежде всего, эмоциональный компонент – это то, что увеличивает положительное восприятие своего родного города, региона и воспитывает чувство гордости за свой регион и свою страну; когнитивный компонент – то, что увеличивает знания об истории своего региона, о его настоящем и перспективах будущего развития; поведенческий компонент – то, что даёт возможность формирования ожидаемого образа положительного поведения группы лиц своего региона.

При формировании гражданской же идентичности необходимо учитывать на эмоциональном уровне феномен патриотизма (гордость за свою страну и желание жить в ней); на когнитивном уровне – знания по проявлению своей гражданской и правовой позиции; на поведенческом уровне – активное проявление гражданской позиции и сопричастность каждого человека с жизнью собственного государства.

Одной из основных функций гражданской идентичности выступает защитная функция, которая позволяет индивиду при наличии чувства «Мы» преодолеть страх и тревогу, обеспечивает уверенность личности в динамично изменяющихся социальных условиях. Также важны и функции самореализации и самоактуализации личности, которые отражаются в фиксации единства интересов индивида с определённой социальной общностью.

В ещё одном эмпирическом исследовании Р.Р. Накоховой и Д.Х. Тлисовой по изучению формирования гражданской идентичности студенческой молодежи, выделены три уровня гражданской идентичности (Нанохова, Тлисова, 2016):

1. высокий уровень, на котором происходит проявление интереса к своим этнокультурным ценностям, традициям, культуре, языку. Данный уровень характеризуется наличием чувства патриотизма, чувства личной свободы, гражданской активности;

2. средний уровень характеризуется общими представлениями об особенностях этнокультурных ценностей, гражданской позиции, этносе. На данном уровне происходит нейтральная сопричастность своего будущего с государством;

3. низкий уровень характеризуется размытостью, несформированностью этнического самосознания, достаточно поверхностными знаниями и представлениями о гражданственности, патриотизме. С отрицательной связью своего настоящего и будущего своей страны.

В итоге, гражданскую идентичность следует рассматривать, как осознанный процесс соотнесенности или тождественности человека с определённой государственной общностью в конкретном социально-политическом контексте. Гражданская идентичность представляет собой особый фактор консолидации вокруг интересов страны, позволяющий проводить модернизацию общества и государства.

***1.2.4. Связь различных уровней идентичности человека с представлениями о родной стране и своём регионе проживания.***

Согласно Д.С. Лихачёву, носителем для гражданской идентичности является национальное самосознание и менталитет индивида, под которыми понимается «совокупность представлений, традиций и понятий представителей нации или этноса, позволяющих воспроизводить эту общность людей как целое и причислять каждого индивида к данной социальной целостности». Они включают в себя «элементы бессознательного, … различные архетипы и стереотипы, … культурные нормы и запреты, облеченные в символическую форму» (Лихачев, 2006, с. 86).

Картина мира гражданина России складывается на основе его отношения к образу России. Этого образ знаком человеку с самых ранних лет его жизни и становления как личности. Он отражается в его картине мира через социальные представления, регулирующие его поведение в обществе. Образ России изначально складывается у человека на основе представлений о его «малой Родине», которые формируют его региональную идентичность.

Одной из главных характеристик картины мира выступает её прогностическая направленность. Картина мира отражает систему ожиданий и прогнозов человека, для которого характерны определённые поведенческие паттерны.

Особенно важной при изучении представлений о родной стране является проблема формирования и развития идентичности у молодёжи, как наиболее уязвимой к психологическому воздействию категории индивидов (Kroger, Marcia, 2011; Fritsche et al., 2018; Солдатова, 2018; Донцов и др., 2019).

Представления человека о себе и мире начинают окончательно оформляться уже в подростковом возрасте, именно тогда происходит формирование ценностно-смысловых основ картины мира. Преобразование семантических компонентов картины мира могут привести к дезадаптации молодого человека, вплоть до саморазрушительного поведения (Alekhin et al., 2015). Поэтому построение адекватной картины мира у подрастающего поколения имеет важное значение для их воспитания, для создания необходимых культурно значимых ориентиров молодёжи.

Многими исследователями отмечается тот факт, что картина мира человека отражает базовые категории идентичности личности (Berger, Luckmann, 1966; Леонтьев, 1983; Moscovici, 2001; Шестопал, 2008; Петренко, 2009; Белинская, 2018; Катвалян, Костромина, 2018; Дубовская, 2019). А в её основе лежит ведущий компонент – образ родной страны. Именно он является системообразующим представлением в картине мира человека (Матвеева, 2008; Зинченко и др., 2016; Шестопал, 2016; Кыштымова, Ангеловска, 2018).

С точки зрения социальных наук идентичность есть результат активного процесса, который отражает представления субъекта о себе и сопровождается ощущением собственной непрерывности и тождественности. И это дает возможность субъекту рассматривать свою жизнь в связи с опытом предыдущих поколений, в единстве сознания, поступков, действий и их значений для определённой группы лиц (Erikson, 1968; Андреева, 2011; Емелин, 2016; Тихомандрицкая, Мельникова, 2018; Белинская, 2018; Tkhostov, Rasskazova, Emelin, Barabanshikova, 2018).

Идентичность также может быть рассмотрена как психический компонент самосознания, формирующийся и существующий в мире человека (Шнейдер, 2004).

Современные процессы глобализации приводят к тому, что человек уже не всегда способен адекватно воспринимать себя и идентифицировать с определённой социальной группой. Все это приводит к кризису идентичности человека. Кризис идентичности выявляется, как результат постепенного разрушения представлений, которые лежат в основе самоидентификации личности. Эти представления определяют непрерывность существования личности в определённом времени и пространстве и связаны с системой её личностных смыслов.

Реакцией личности на переживание кризиса идентичности может стать изменение иерархии потребностей, когда на первое место выходят потребности, связанные с безопасностью и необходимостью выживания.

В научных исследованиях выделяются определённые этапы переживания кризиса идентичности граждан. Так, на первом этапе происходит актуализация наиболее очевидных этнических или этно-конфессиональных характеристик, с которыми начинает идентифицировать себя каждый член сообщества. На втором этапе происходит апелляция к пространственным характеристикам места проживания людей, как особым параметрам для объединения личностей в единое целое («Мы») (Лурье, 1940). Таким образом происходит актуализация региональной идентичности, которая в особых условиях способна влиять на поведение человека и проявляться в реальных экономических и политических процессах, как внутри самого региона, так и страны в целом.

Но особенно важной в условиях кризисной ситуации становится категория «Мы – Они». Т.В. Евгеньева отмечает, что данная категория представляет центральную архетипическую модель, на основе которой строится мифологизированное восприятие реальности. Данная модель при включении оценочного элемента преобразуется в дихотомию «Свой – Чужой». Данные модели определяют идентичность личности, её связь с социальной группой на определённой территории (Евгеньева, 2004).

Категория «Мы – Они» рассматривается исследователями, как одна из основных при формировании идентичности личности. Так Б.Ф. Поршнев делает вывод о том, что «реально существующая общность, взаимосвязь индивидов ощущается каждым из них посредством либо той или иной персонификации, либо различных обрядов, обычаев, подчеркивающих принадлежность «нас» к данной общности в отличие от «них» (Поршнев, 1979, с. 82).

Отсюда можно сделать вывод о том, что процесс формирования идентичности напрямую связан с представлениями о персонифицированном образе героя и врага, с ритуальной составляющей определённой культуры и с символическим выражением этой самой культуры (Фрейд, 1991; Щепанская, 1993; Эриксон, 1996; Лебон, 2005).

Модель «Мы – Они» формирует представление об определённой территории, локальном месте, на котором проживает социальная общность. На этой территории все явления и события приобретают свой собственный символический смысл, который отличает представления живущих здесь людей от представлений всех других. Французский исследователь Л. Леви-Брюль отмечает функционирование этого процесса в виде «закона партиципации», в результате которого происходит особое эмоциональное слияние личности с группой, её идентификация с определённой территорией (Леви-Брюлъ, 1930).

Таким образом, категория «Мы» несёт в себе простейший способ организации пространства и времени, дифференцирует представления граждан о различных территориях, образе родной страны и лежит в основе формирования различных уровней идентичности личности.

Стоит отметить, что для образа России важное место занимают культурные, пространственные и исторические образы и символы, создающие ориентиры социальной и политической реальности территории (Евгеньева, Селезнева 2017).

Образ России определяется, как особая система координат, в «которой находит свое отражение национально-государственная идентичность российских граждан» (Евгеньева, Смулькина, Цымбал, 2020, с. 182). Именно от сформированности этой системы, её смыслового содержания и символической репрезентации представлений зависит идентификации всех граждан со страной, с социальными, экономическими и политическими процессами в стране.

И тут становятся важным не столько объективные знания о родной стране, сколько эмоционально окрашенные символы и стереотипы, которые могут быть получены в результате не всегда осознаваемого процесса получения информации гражданами через каналы массовой коммуникации. Исследователями отмечается, что роль бессознательного в формировании представлений о различных странах мира огромна и должна изучаться особенно тщательно с помощью методов психологической науки (Петровский, 1985; Асмолов, 1996).

Особо следует выделить подход к проблеме достижения осознаваемой и неосознаваемой идентичности, выраженный в концепции персонализации А.В. Петровского и А.Г. Асмолова. Асмолов описывает феномен персонализации, как своеобразный мост между личностной и групповой динамикой (Асмолов, 1996). У индивида проявляется потребность быть представленным в жизнедеятельности других людей и также стремление «вобрать» в себя значимого другого, за счёт чего обеспечивается механизм идентификации (Там же; с. 525-526).

Т.В. Евгеньевой с коллегами указывается, что при оценке представлений о России и других государствах для граждан страны ведущую роль играет такой субъектный фактор как национально-государственная идентичность личности. В основе которой лежат пространственные и исторические представления граждан о России и других странах мира. И образ своего родного региона напрямую связан с особенностями процесса национально-государственной самоидентификации граждан (Евгеньева, Смулькина, Цымбал, 2020).

Теоретическим аспектам формирования национально-государственной идентичности посвящены работы: как зарубежных исследователей – М. Кастельса (Castells, 1997), С. Хантингтона (Хантингтон, 2004), Д. Маккрона и Ф. Беххофера (MacCrone, Bechhofer, 2015), М. Сидди (Siddy, 2017), так и российских авторов – И.С. Семененко (Семененко, 2016), О.В. Поповой (Попова, 2016), В.В. Титова (Титов, 2012).

Немалая роль уделяется изучению факторов, которые определяют национально-государственную идентичность различных европейских стран (Agirdag, Phalet, Van Houtte 2016; Herb, Kaplan 2017; Ditlmann, Ropf-Beck 2019).

Выделяется отдельный блок исследований, направленных на изучение пространственно-географических и исторических представлений, связанных с образом определённой страны (Киселёв, Смирнова, 2016; Евгеньева, Титов, 2017; Малинова, 2018; Окунев, 2020).

Национально-государственную идентичность можно определить, как один из элементов структуры личности, который является результатом личностной и социальной идентификации индивида (Евгеньева, 2015). Такой термин используется в российской научной практике, чтобы точно разграничить этническую идентичность и национальную, так как порой эти понятия употребляются как синонимические.

Российская национально-государственная идентичность включает в себя особые характеристики психологических, исторических и культурных представлений граждан страны, которые проявляются в ценностно-смысловом содержании и символических образованиях. Она несёт в себе сложный конструкт, определяющийся широким спектром факторов, связанных с отечественной историей и культурой (Титов, 2017; Евгеньева, Титов, Белоконев, 2019).

Так, в частности, Л.Б. Шнейдер, основываясь на работах Ж. Пиаже, утверждает, что идентичность представляет собой процесс существование объекта независимо от производимого впечатления, вне зависимости от обстоятельств он остаётся идентичным самому себе. И делает вывод о том, что характеристикой индивидуальной идентичности выступает объективная стабильность человека во времени, которая определяется его ценностями. В итоге ценности создают идентичность и рассматриваются в качестве основополагающих аттитюдов человека (Шнейдер, 2004).

Американский исследователь Клайд Клакхон определил ценности, как «представление о желаемом, явное или скрытое, отличающее одного индивида или характеризующее группу, влияющее на выбор действий, целей и средств» (Kluckhohn, 1951). Ценности необходимы для оценивания объектов, они определяют цели и средства поведения.

Ценности способствуют интеграции поведения и переживаний индивида, сохранению его целостности. Для групповых ценностей характерно функционирование определённых правил социального взаимодействия, которые определяют поведение индивидов в процессе коммуникации. Концепция социальных представлений, предложенная Э. Дюркгеймом и С. Московичи, говорит о том, что ценности создают личностную и социальную идентичность индивида на основе коллективных или социальных репрезентаций. Социальные репрезентации, в свою очередь, формируют общие представления для членов одной группы (Московичи, 1998; Дюркгейм, 2008).

Последовательницей Г. Тэшфела английским психологом Г. Брейкуэлл была предложена собственная структурная модель идентичности. Данная модель интересна тем, что Брейквелл стремится в ней описать социальные процессы, формирующие идентичность индивида, без разделения на социальные и личностные элементы. Главным в её структуре идентичности выступают векторы содержания и оценки, через которые происходит описание всей модели (Breakwell, 1993, 2010). В итоге ей выделяются следующие структурные компоненты идентичности:

1. биологический организм – так как идентичность является продуктом взаимодействия биологического организма с природным и социальным контекстом;

2. содержательное измерение – где находятся все характеристики, используемые индивидом для описания себя (роли, групповое членство, мотивы, установки);

3. ценностное измерение – в рамках которого происходит оценка содержательного измерения по личностным параметрам;

4. время – где происходит развитие идентичности в плане субъективного времени, влияя на всю структурную организацию идентичности.

В итоге, можно сделать вывод о том, что ценностный компонент, ценностное измерение, является важной составной частью в формировании социальных представлений и идентичности индивида.

П. Голдбергом указывается группа факторов, которые составляют основу конструирование социальной реальности: индивидуальное настоящее, значимые в культуре ценности и ожидания, социальные требования к личности, скрипты поведения в обществе, цели и мотивы личности (Gallimore, Goldenberg, Wiesner, 1993).

С другой стороны Е.П. Белинская предлагает свою группу факторов, влияющих на социальные представления единой общественной группы: образ будущего, эмоциональное переживание настоящего, представление о собственной активности (Белинская, 2004).

Исследователи приходят к выводу о том, что формирование идентичности и социальных представлений является неотъемлемым процессом интеграции человека в систему социальных и культурных отношений, на который в значительной степени влияет ценностный компонент и дихотомия «Мы – Другие», определяющая представления о стране, об определённом регионе проживания индивида (Шнейдер, 2004; Суворова, 2016).

Для М.В. Заковоротной идентичность представляет собой «многомерный процесс в человеческом становлении, исследование которого совмещает социальные, психологические, культурологические, биологические аспекты. Идентичность – модель жизни, позволяющая разделить «Я» и окружающий мир, определить соотношение внутреннего и внешнего для человека, конечного и бесконечного, адаптации и самозащиты, упорядочить разнообразие в целях самореализации и самоописания» (Заковоротная, 1999, с. 12).

М.В. Заковоротная выделяет основные особенности национальной идентичности, такие как: наличие коллективной силы, проявляющейся в стремлении реформировать общество; вера в идеалы, «Мы можем», а не «Я могу»; особенности доминирующей религиозной идеологии; особенности исторических перспектив, коллективного восприятия времени и общего жизненного плана; общее историческое прошлое; биосоциальный опыт; общие чувства и представления о территории, разделяемые всеми членами коллектива; психологические черты населения и т. д. (Заковоротная, 1999).

Процесс присвоения определённой идентичности представляет собой трудный и долгий путь, на который особое влияние оказывает то место, где индивид в этот момент проживает и проживал всю свою сознательную жизнь (Aslam et al., 2020). Если гражданская идентичность обеспечивает возможность выражения региональной специфики, то региональная идентичность во многом служит основанием для эффективного усвоения гражданских ценностей, традиций, культурных особенностей и поведенческих установок (Неклюдова, Кабрин, 2018).

В связи с этим, представления о своей родной стране являются основополагающим элементом картины мира человека. Рассмотрение структуры этих представлений позволяет глубже изучить механизмы формирования гражданской и региональной идентичности (Galliher et al., 2017; Яковенко, 2019).

Нельзя упускать из виду и то, что на формирование индивидуальной картины мира значительное влияние оказывают и институты социализации молодого человека. Важнейшим из таких институтов является ближайшее семейное окружение (Шведовская, Загвоздкина, 2016). Поэтому формирование образа семьи оказывается значимым фактором для построения образа страны и картины мира в целом, влияющих на особенности региональной, социальной, этнокультурной и гражданской идентичности молодёжи. Институты социализации формируют социальную идентичность, которая, по мнению Д.А. Леонтьева, представляет собой неосознаваемый отказ от идентичности личностной (Леонтьев, 2009). Происходит минимизация личностного в условиях больших социальных групп.

Таким образом, для формирования картины мира человека, с одной стороны, важен образ своей родной страны, в который происходит развитие конкретного индивида или целого общества, а с другой стороны, – образ своей «малой родины», собственного региона проживания.

Различия в картине мира могут влиять на восприятие одинаковых событий, непосредственно влиять на межкультурную коммуникацию. Поэтому важно изучить и проанализировать те представления о родной стране и собственном регионе, которые заложены в основе формирования региональной и гражданской идентичности индивида.

На основе анализа рассмотренных теоретических подходов моделей идентичности индивида и структуры его представлений о России и собственном регионе проживания можно сделать вывод о некоторых общих аспектах формирования данных понятий. Значительную роль в этих основаниях играет ценностный компонент и дихотомия «Мы – Другие», определяющая представления об определённой территории и месте проживания индивида.

***Выводы.***

1. Картина мира человека представляет собой сложный конструкт, который опирается и формируется на основе представлений о родной стране как отдельном государстве, и также на основе представлений о месте своего проживания, о своём регионе, малой Родине. В свою очередь, представления о стране, в определенной мере, отражают особенности идентичности человека.

2. Сравнительный теоретический анализ основных подходов к изучению идентичности позволяет говорить о том, что понятие «идентичность» имеет сложную структуру. Прежде всего исследователями выделяется личностная и групповая идентичность. Причём групповая идентичность связана с пространственным измерением: той территорией, на которой человек проживает и формируется как личность (региональная, этническая, гражданская идентичность).

3. Проанализированы основные теоретические модели идентичности исследователей, которые позволяют выделить четыре основных структурных компонента модели идентичности: когнитивный, эмоциональный, ценностный, регулятивный (поведенческий).

4. Структура идентичности человека складывается постепенно, она связана с процессом его взросления и обретения новых ценностных и поведенческих моделей:

- на самом раннем этапе формирования идентичности информацию о себе человек получает от других людей: как он выглядит, как он говорит и ведёт себя, на основе его установок и мотивов. Важной информацией является место рождения человека и его этническая отнесенность, что раскрывает в себе элементы личностной идентификации человека;

- следующий этап связан с формированием у индивида региональной идентичности, когда осознаётся собственное отождествление с конкретным местом проживания, то есть территориально-административной единицей. Для России такими единицами выступают субъекты Российской Федерации, имеющие официальные границы, региональную символику и определённый историко-культурный контекст;

- на третьем этапе у индивида формируются основы этнической и гражданской идентичности. Здесь непосредственно осуществляется связь представлений о России с представлениями о себе и отождествление себя с российской нацией. В результате, официальная государственная символика, национальные праздники, образы героев, культурно-исторические символы, так и особое внутреннее ощущение себя частью данной культуры, становятся содержанием сознания индивида и проявляется во внутреннем ощущении себя, как части данной культуры, связанной с феноменом патриотизма.

5. Полученные теоретические основания позволяют в определённой степени сделать вывод о том, что образ России и образы отдельных регионов страны взаимосвязаны с процессами формирования гражданской и региональной идентичности человека.

# **Глава 2. Эмпирическое исследование представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных регионах страны.**

## ***2.1. Процедура проведения эмпирического исследования.***

На основании проведённого теоретического анализа, описанного в первой главе данной диссертационной работы, была сформулирована цель исследования, его основная и частные гипотезы.

**Цель:**выявление категориальной структуры представлений о России и о регионе проживания у молодёжи из различных субъектов страны.

**Общая гипотеза исследования:** представления о России и о регионе проживания у молодёжи характеризуются наличием различных компонентов: когнитивного, эмоционального, поведенческого, ценностно-смыслового.

**Частные гипотезы исследования:**

1. Структура представлений о России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, имеет свою региональную специфику и отражает особенности гражданской и региональной идентичности молодежи России.

2. Отношение к образу России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, связано с отношением к образу своего региона проживания.

3. Образ героя России отличается от образа регионального героя в представлениях молодёжи из различных регионов страны.

Исследование представлений о России и её регионах у молодёжи из различных субъектов страны содержало в себе предварительный этап и три этапа основного исследования.

Предварительный этап представлял собой пилотажное исследование, в ходе которого отрабатывался методический инструментарий и проверялось отношение респондентов к вопросам, которые планировалось использовать на более обширной выборке на следующих этапах исследования (Литвинов, 2020). Цель данного этапа состояла в том, чтобы исследовать особенности представлений о макрорегионах России у молодёжи из разных регионов страны и определить роль СМИ в формировании представлений о России (см. Приложение 1). В ходе этого пилотажного этапа применялись методы: анкетирования, психосемантического шкалирования и проективной методики (см. Приложение 2).

В результате данного этапа удалось апробировать и уточнить психосемантические шкалы, которые впоследствии использовались на первом и втором этапе основного исследования. Также было подтверждено, что для молодёжи страны формируются различные представления о регионах и макрорегионах России.

Все последующие три основных этапа эмпирического исследования проводились в онлайн режиме на площадке Testograf.ru для одной и той же выборки (см. Приложение 3).

**Выборка исследования.**

Всего в данном эмпирическом исследовании приняли участие 3521 человек, но для обработки было взято только 755 анкет, которые были заполнены правильно и полностью, соответствовали основным критериям отбора респондентов. Средний возраст выборки колеблется от 14 до 35 лет (M = 24.5, SD = 10.2), что соответствует возрастным рамкам молодёжи, согласно ФЗ №-489 «О молодёжной политике в Российской Федерации»[[2]](#footnote-2). Из них 68% составляли женщины и 32% мужчины.

**Процедура исследования.**

Исследования 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. Это специальная лицензированная площадка для сбора данных, где респонденты дают своё официальное согласие на обработку полученных данных в научных целях.

Выборка исследования складывалась из нескольких групп респондентов. Основными критериями отбора выборки являлись: возраст респондентов (от 14 до 35 лет); проживание респондентов в различных регионах страны (исключая титульные регионы РФ); по возможности, исключение участников, которые обучаются на психологическом и социологическом факультетах (наиболее подготовленных к опросной форме исследований).

Первая часть выборки состояла из участников Молодёжных клубов Русского географического общества (РГО). Данные участники не являются членами РГО, а всего лишь состоят в региональных кружках, подведомственных РГО. Также частью выборки стала молодёжь, которая является волонтёрами в региональных отделениях ОАО «РЖД». Сбор данных проходил централизованно, участие респондентов носило добровольный характер.

Вторая часть выборки была предоставлена региональными лидерами мнений (из университетов, школ, администраций регионов), которые согласно заданным критерием отбирали группы респондентов для прохождения опроса. Участие носило добровольный характер.

В исследовании приняла участие молодёжь, проживающая в 8 макрорегионах России (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). Для России такие макрорегионы формируются на основе сетки Федеральных округов и экономических районов Российской Федерации, так как общепризнаны в политических кругах и местными жителями и имеют единые культурно-исторические основания (Туровский, 2003; Головнева, 2013). Такая сетка макрорегионов формируется на основе распоряжения Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р[[3]](#footnote-3), а также утверждена Стратегией пространственного развития России[[4]](#footnote-4). В исследовании не принимала участие молодёжь, представляющая регионы с ярко выраженной этнической идентичностью (титульные субъекты РФ). В основном такие субъекты представлены в макрорегионах Поволжья и Юга России. Данное исследование было направлено на изучение региональной идентичности и её воздействия на формирование представлений о родной стране. Поэтому, по возможности, исключалась специфика этнокультурной идентичности, которая могла стать дополнительным фактором, влияющим на формирование образа России.

В среднем в каждом макрорегионе принимала участие молодёжь из 3-4 субъектов РФ (всего было представлено в исследовании 30 субъектов РФ). При выборе количества субъектов учитывалась площадь представленных макрорегионов, численный состав населения, количество входящих в него в целом регионов РФ. 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 РФ макрорегион, среди всех заявленных в исследовании. Напротив, макрорегион Сибири включает в себя целых 6 регионов РФ. Это связано с тем, что макрорегион Сибири характеризуется одними из наиболее крупных площадей территории, численности населения и количества входящих в него субъектов РФ. Данное соотношение макрорегионов и субъектов представлено в Таблице 1.

*Таблица 1*

**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 | 110 | Вологодская область | 30 |
| Архангельская область | 12 |
| Калининградская область | 14 |
| Санкт-Петербург (с Ленинградской областью) | 54 |
| 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 |
| Центр | 112 | Москва (с Московской областью) | 74 |
| Рязанская область | 27 |
| Ярославская область | 11 |
| Черноземье | 78 | Курская область | 78 |
| Юг | 83 | Краснодарский край | 38 |
| Ростовская область | 24 |
| республика Крым (с Севастополем) | 8 |
| Ставропольский край | 13 |

## ***2.2. Первый этап эмпирического исследования: «Категориальная структура представлений о России, собственном регионе, США и Китае в едином психосемантическом пространстве для молодежи, проживающей в различных субъектах страны».***

### ***2.2.1. Процедура проведения первого этапа эмпирического исследования.***

На первом этапе исследования для проведения сравнительного анализа в едином психосемантическом пространстве, кроме объектов образа России и образа региона проживания, также были добавлены образ США и образ Китая. Данные объекты добавлены для того, чтобы провести более качественный и репрезентативный анализ полученных результатов. Согласно методологическим требованиям, психосемантическое пространство реализуется при наличии хотя бы четырёх сопоставимых по уровню объектов (Петренко, 2013).

Испытуемым предлагалась психосемантическая шкала, которая включала в себя 33 биполярные характеристики. Необходимо было оценить изучаемые объекты (образ США, образ Китая, образ России, образ региона проживания) по каждой из характеристик по 7-балльной шкале (от «-3» до «+3»). Использованы шкалы релевантные тем, которые прошли валидизацию в исследованиях Л.В. Матвеевой с соавторами по определению категориальной структуры образа России (Матвеева и др., 2014) и прошли апробацию на предварительном этапе исследования на выборке молодёжи из различных регионов страны (Литвинов, 2020).

Результаты данного этапа обрабатывались с использованием программ Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 23 и её процедур: показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина; критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторный факторный анализ; таблицы сопряженности; однофакторной дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнения (с поправкой Бонферрони).

### ***2.2.2 Результаты первого этапа исследования.***

Для решения вопроса о целесообразности применения факторного анализа для обработки полученных данных был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 5). Результаты данного критерия позволяют говорить о применимости факторного анализа к выборке на первом этапе эмпирического исследования.

Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 6). По данному критерию было выделено всего 5 факторов, но был добавлен и шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигало 1, что соответствовало заданным критериям.

В результате обработки полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) получена факторная структура, описывающая 64,4% дисперсии всех данных. Всего для содержательного анализа было выделено 6 факторов по критерию Кайзера (Kaiser, 1960). Результаты факторной обработки данных представлены в Таблице 2.

*Таблица 2*

**Факторная структура представлений о России, регионе проживания, США и Китае у молодёжи страны**

**(анализ данных осуществлен по всей выборке)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Фактор 1 (18,4%)**  **«Силы и могущества»** | **вес** | **Фактор 2 (15,6%)**  **«Безопасности и миролюбия»** | **вес** |
| Авторитетный – Неавторитетный  Сильный – Слабый  Могущественный – Немощный  Независимый – Зависимый  Решительный – Нерешительный  Прогрессивный – Отсталый  Процветающий – Умирающий  Умный – Глупый | 0,78  0,76  0,74  0,71  0,71  0,66  0,62  0,59 | Мирный – Воинственный  Безопасный – Опасный  Добрый – Злой  Надёжный – Ненадёжный  Вежливый – Грубый  Милосердный – Жестокий  Нравственный – Безнравственный  Чистый – Грязный | 0,76  0,73  0,66  0,65  0,61  0,59  0,52  0,51 |
| **Фактор 3 (11,7%)**  **«Визуальной (эстетической) привлекательности»** | **вес** | **Фактор 4 (7,3%)**  **«Духовности и патриотичности»** | **вес** |
| Весёлый – Грустный  Тёплый – Холодный  Оптимистичный – Пессимистичный  Яркий – Тусклый  Открытый – Замкнутый | 0,75  0,70  0,64  0,58  0,49 | Верующий – Атеистический  Духовный – Материальный  Патриотичный – Непатриотичный  Нравственный – Безнравственный | 0,82  0,72  0,54  0,45 |
| **Фактор 5 (6,5%)**  **«Социальной дистанции**  **(свой – чужой)»** | **вес** | **Фактор 6 (4,9%)**  **«Когнитивной сложности»** | **вес** |
| Просторный – Тесный  Родной – Чужой | 0,81  0,79 | Сложный – Простой  Хитрый – Простодушный | 0,84  0,57 |

\**Примечание.*Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении 7.

Произведена процедура выявления различий четырех рассматриваемых объектов: сравнивались средние значения объектов по каждому фактору, с использованием однофакторного дисперсионного анализа (F-критерий Фишера) и множественных попарных сравнений (с поправкой Бонферрони) для всей выборки (см. табл. 3).

*Таблица 3*

**Средние значения четырех образов рассматриваемых объектов по каждому из шести факторов с попарными сравнениями (однофакторный дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнениями (с поправкой Бонферрони))**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Факторы** | **Значения каждого объекта по факторам** | | | | **Различия между объектами (F-критерий Фишера)** | | | | | |
| **Объекты** | | | | ***Россия-США*** | ***Россия-Китай*** | ***Россия-Регионы России*** | ***США-Китай*** | ***США-Регионы России*** | ***Китай-Регионы России*** |
| ***Россия*** | ***США*** | ***Китай*** | ***Регионы России*** |
| **1. Силы и могущества** | -0,07 | 0,32 | 0,18 | -0,43 | 0,000\* | 0,007\* | 0,000\* | 0,08 | 0,000\* | 0,000\* |
| **2. Безопасности и миролюбия** | -0,32 | 0,02 | 0,21 | 0,08 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,337 | 1 | 0,261 |
| **3. Визуальной привлекательности** | -0,36 | 0,32 | -0,02 | 0,07 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,008\* | 1 |
| **4. Духовности и патриотичности** | 0,25 | -0,63 | 0,35 | 0,03 | 0,000\* | 0,975 | 0,014\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |
| **5. Социальной дистанции** | 0,82 | -0,35 | -0,82 | 0,34 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |
| **6. Когнитивной сложности** | 0,03 | 0,05 | 0,36 | -0,43 | 1 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |

\*Различия статистически значимы (p<0,05).

Обнаружено, что по большинству факторам выявлены значимые различия между объектами (уровень значимости меньше 0,05). Так, для образа России различия выявлены по всем факторам, кроме факторов «Духовность и патриотичность» и «Когнитивная сложность». Для образа своего региона по всем факторам, кроме факторов «Безопасность и миролюбие» и «Визуальная привлекательность».

Результаты в данной таблице (см. табл. 3) показывают, что в целом полученная статистика позволяет рассматривать образы России, своего региона проживания, США и Китая, как математически независимые объекты, подлежащие содержательной интерпретации и сравнительному анализу.

Первый фактор (см. табл. 2) может условно быть обозначен, как фактор «Сила и могущество», описывающий 18,4% общей дисперсии. Наиболее важными выступают здесь показатели силы, авторитета, могущества и независимости. Также стоит отметить, что значимыми выступают и характеристики прогресса и дальнейшего процветания территории. Именно показатель силы наиболее важен для молодёжи при оценке представлений о выделенных объектах.

Второй фактор (15,6% дисперсии) определяется характеристиками, которые позволяют обозначить его, как фактор «Безопасность и миролюбие», так как он связан с понятиями миролюбия, безопасности, доброты и надёжности. Важно отметить, что эти качества соединяются, с одной стороны, с добротой, надёжностью и милосердием, а с другой стороны, с характеристиками вежливости, нравственности, чистоты и трудолюбия. Данный фактор вбирает в себя достаточно характеристик, которые связаны и с морально-нравственными, и с этическими категориями. В сознании современной молодежи мир и безопасность связаны с содержанием этических систем и имеют важное значение при формировании представлений об определённом социуме.

Третий фактор (11,7% дисперсии) условно можно обозначить, как фактор «Визуальная привлекательность». В этом факторе наиболее значимыми качествами становится весёлость, теплота, оптимистичность, яркость и открытость. Он во многом определяет внутреннюю и внешнюю коммуникацию с пространством и отношение человека к месту проживания, включает эстетические характеристики самого места и тех людей, которые его населяют.

Четвёртый фактор (7,3% дисперсии) включает характеристики веры, духовности, патриотизма и нравственности. Фактор связан с религиозно-этическими характеристиками и может был обозначен, как фактор «Духовность и патриотичность». Для молодёжи оказывается важным связь нравственно-этических характеристик и патриотизма.

Пятый фактор (6,5% дисперсии) описывает отношения, связанные с представлениями о границах коммуникации между различными социальными общностями и территориями. Поэтому данный фактор можно обозначить, как фактор «Социальная дистанция» («родной – чужой»). Он показывает субъективную значимость для респондента определённой территории, пространства, насколько она для него просторная и родная. Это важный показатель для нашего исследования, так как он позволяет выявить сходство категориальной структуры представлений о стране с ведущим элементом модели идентичности («Свой – Чужой»).

Шестой фактор (4,9% дисперсии) описывается тремя характеристиками – сложности, хитрости и самобытности. Данный фактор во многом отражает влияние географических особенностей территории на психологию и поведение людей, живущих на этой территории. Фактор обозначен нами, как фактор «Когнитивной сложности». Он показывает, насколько то или иное место формирует впечатления сложной организованности, самобытности и неоднозначности в устройстве пространства проживания.

Сравнение средних факторных значений по выделенным параметрам представлений о России, собственном регионе, США и Китае продемонстрировано на Рисунке 1.

*Рисунок 1.* Категориальная структура представлений о России, собственном регионе, США и Китае у молодёжи из различных макрорегионов страны (в целом по выборке).

Оценка факторной структуры представлений изучаемых объектов у молодёжи имеет неоднозначный характер. В целом нет объекта, который оценивается выше остальных по всем факторам. Этого говорит о том, что современная молодёжь оценивает представленные объекты противоречиво и неоднозначно.

Сразу стоит сказать о том, что данное психосемантическое пространство демонстрирует оценку отношений респондентов именно в сравнении четырёх выделенных объектов. Нахождение объектов в отрицательной плоскости оценок не свидетельствует об отрицательном отношении молодёжи по определённому фактору к объекту. Данный график показывает исключительно градацию оценок среди обозначенных объектов, в их сравнении между собой.

По первому фактору «Сила и могущество» наибольшие среди остальных значения были выделены респондентами для образов США и Китая. Но в лидеры выбивается именно образ США, который для респондентов представляется наиболее авторитетным и сильным. Образ России находится в области средних значений по данному фактору. Образ собственного региона самый слабый и опускается в область ниже средних значений. Участники исследования в меньшей степени считают собственные регионы независимыми, способными принимать собственные решения, объектами.

По второму фактору «Безопасность и миролюбие» наиболее высокие факторные значения имеются для образа Китая и образа собственного региона. Немного уступает им образ США. В целом можно сказать, что данные объекты внушают ощущение безопасности респондентам. Образ России имеет низкие показатели по данному фактору.

По третьему фактору «Визуальная привлекательность» наблюдаются высокие значения у объекта США. Для участников исследования этот объект связан с положительными яркими визуальными образами, он привлекает внимание респондентов и настраивает на положительную коммуникацию с ним. Образы Китая и собственного региона в целом располагаются в области средних значений оценок. Образ России по данному фактору лежит ниже среднего уровня оценок, для современной молодёжи он является эмоционально менее привлекательным и ярким, по сравнению с другими представленными объектами.

В четвёртом факторе «Духовность и патриотизм» респонденты наиболее высоко оценивают образ Китая, который представляется ими, как некий эталон развитой морально-этической системы и коллективного патриотизма. Практически на одном уровне с образом Китая оценивается и образ России. По морально-этическим характеристикам респонденты склонны одинаково оценивать и сравнивать образы России и Китая, соотнося их между собой в данном компоненте. Образ США, напротив, оценивается существенно ниже остальных объектов по данному фактору. С точки зрения духовности Запад является чуждым для молодёжи страны.

По пятому фактору «Социальная дистанция» имеется наибольший разрыв между значениями объектов среди всех представленных факторов. Образ России имеет максимальное значение. Собственный регион также высоко оценивается молодёжью и принимается родным. На противоположном полюсе со значением значительно меньше среднего находится образ Китая. Даже образ США, имея также низкие показатели по данному фактору, получает существенно более высокие оценки. Несмотря на близость респондентам образа Китая по морально-этическим характеристикам, в общем своём виде для россиян Китай не признаётся «своим», представляется во многом закрытой и не родной территорией. Данный результат подтверждают исследования группы учёных, во главе с Л.В. Матвеевой, которые также изучали на российской выборке сравнения образа России и Восточной цивилизации и пришли к похожим результатам (Матвеева и др., 2014).

По шестому фактору «Когнитивная сложность» больше всего оценки молодёжи складываются для образа Китая. Для респондентов представления о Китае не имеют чёткой определённости, выражают сложный и загадочный образ, во многом поэтому Китай и признаётся «чужим», не таким понятным для молодёжи России. Молодёжь из различных регионов страны воспринимает свои регионы, как излишне простые, полностью понятные для своих жителей. В этом компоненте необходимо работать с имиджем регионов, чтобы собственные регионы были интересны его жителям, имели яркие отличительные черты, подчёркивающие значимость региональной идентичности.

### ***2.2.3. Выводы и обсуждение результатов по первому этапу эмпирического исследования.***

Категориальная структура общего факторного пространства представлений о России, о собственном регионе, о Китае и США описывается 6 факторами: силы и могущества, безопасности и миролюбия, визуальной (эмоциональной) привлекательности, духовности и патриотичности, социальной дистанции, когнитивной сложности.

На основе этого возможно говорить о том, что категориальная структура представлений о России, регионе проживания, Китае и США у молодёжи страны описывается следующими основными компонентами: когнитивным; эмоциональным; поведенческим; ценностно-смысловым. На основе такой категориальной структуры представлений о России и других странах строится гражданская идентичность молодёжи страны, формируется уникальный образ России и образ своего региона, который отличается от образов других стран (США и Китая).

Представления о России для современной молодёжи несут в себе образ самобытного государства, которое имеет некоторые общие черты представлений с Китаем и США, но, в общем и целом, значительно отличается от них. Это согласуется с эмпирическими результатами исследований общественного мнения россиян, воспринимающих себя и свою страну, как отдельное самобытное государство (Дубин, 2004, с. 25). В исследованиях Левада-Центра за 2003 и 2007 года большая часть опрощенных (примерно по 75%) относит Россию к евразийскому государству, которое имеет свой собственный путь развития (Пантин, 2011).

Стоит также особо отметить, что по фактору «Социальная дистанция» образ Китая и образ США набирают значения значительно ниже среднего уровня, причём образ Китая набирает максимально низкие оценки. Получается, что для молодёжи из различных регионов России образы Китая и США воспринимаются в целом, как чужие, психологически далёкие объекты. Хотя по морально-этическим компонентам образ Китая участники исследования ставят практически на одну позицию с образом России, высоко оценивая морально-этические качества и коллективный патриотизм данного объекта.

В целом, важно отметить, что образ России оценивается неоднозначно по сравнению с образами собственного региона, США и Китая у молодёжи из различных субъектов страны. Если морально-этические характеристики, патриотизм и уровень социальной дистанции достаточно высоко оценивается участниками исследования для образа родной страны, то над характеристиками эстетической привлекательности, безопасности и силы необходимо работать, трансформировать данные компоненты представлений о России у молодёжи страны.

Образ собственного региона наиболее близок в системе оценок единого факторного пространства с образом России. Но по трём последним выделенным факторам («Духовность и патриотизм», «Социальная дистанция», «Когнитивная сложность») весомо уступает показателям образа родной страны. Если образ России воспринимается, как исключительно «свой» и родной, то образ собственного региона воспринимается таким в меньшей степени. Это может говорить о некоторых проблемах в формировании региональной идентичности у молодёжи, проживающей в различных субъектах страны. На втором этапе данного эмпирического исследования производится попытка понять, связана ли данная проблема с региональной спецификой, и как она влияет на формирование образа родной страны.

## ***2.3. Второй этап эмпирического исследования: «Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах для молодежи, проживающей в различных субъектах страны».***

### ***2.3.1. Процедура проведения второго этапа эмпирического исследования.***

На втором этапе исследования эмпирические данные, полученные в ходе применения метода психосемантического дифференциала, обрабатывались другим способом (в отличие от первого этапа эмпирического исследования). Производилась дифференцированная оценка по каждому из двух объектов в отдельности (отдельно образ России, отдельно образ собственного региона).

Отдельно высчитывались факторные значения по каждому из представленных макрорегионов, на которые делилась вся выборка исследования (Север России, Центральная Россия, Черноземье, Юг России, Урал, Поволжье, Сибирь, Дальний Восток). В среднем по каждому из макрорегионов выборка составляла 94 человека, что позволяют говорит о корректном использовании факторизации данных и получении надёжных результатов исследования (Наследов, 2004; Сидоренко, 2004).

Результаты данного этапа обрабатывались с использованием программ Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 23 и её процедур: показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина; критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторный факторный анализ; таблицы сопряженности.

### ***2.3.2 Результаты первой части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны».***

Для сопоставления информации о целесообразности применения факторного анализа на полученных данных был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 5). Результаты данного критерия позволяют говорить о применимости факторного анализа к выборки на втором этапе эмпирического исследования.

Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 6). По данному критерию было выделено всего 5 факторов по образу России, но был добавлен и шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигало 1, что соответствовало заданным критериям.

В результате обработки полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) получена факторная структура представлений о России, описывающая 64,1% дисперсии всех данных. Всего для содержательного анализа было выделено 6 факторов по критерию Кайзера (см. табл. 3).

*Таблица 4*

**Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны (анализ данных только по образу России)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Фактор 1 (27,4 %)**  **«Процветания и безопасности (комфортности проживания)»** | **вес** | **Фактор 2 (11,5 %)**  **«Социальной дистанции»** | **вес** |
| Оптимистичный – Пессимистичный  Чистый – Грязный  Вежливый – Грубый  Процветающий – Умирающий  Тёплый – Холодный  Мирный – Воинственный  Весёлый – Грустный  Милосердный – Жестокий  Безопасный – Опасный  Прогрессивный – Отсталый  Надёжный – Ненадёжный  Добрый – Злой  Трудолюбивый – Ленивый  Открытый – Замкнутый  Нравственный – Безнравственный | 0,75  0,73  0,72  0,70  0,69  0,69  0,69  0,68  0,68  0,67  0,65  0,64  0,62  0,60  0,57 | Просторный – Тесный  Родной – Чужой  Прекрасный – Уродливый  Остроумный – Неостроумный  Яркий – Тусклый | 0,71  0,65  0,54  0,52  0,52 |
| **Фактор 3 (11,2 %)**  **«Силы и могущества»** | **вес** | **Фактор 4 (6 %)**  **«Духовности и патриотичности»** | **вес** |
| Принципиальный – Беспринципный  Сильный – Слабый  Могущественный – Немощный  Авторитетный – Неавторитетный  Надёжный – Ненадёжный | 0,66  0,63  0,59  0,57  0,52 | Верующий – Атеистический  Духовный – Материальный  Патриотичный – Непатриотичный | 0,85  0,64  0,40 |
| **Фактор 5 (4 %)**  **«Когнитивной сложности»** | **вес** | **Фактор 6 (4 %)**  **«Самобытности»** | **вес** |
| Хитрый – Простодушный  Сложный – Простой | 0,87  0,53 | Самобытный – Похожий на других  Сложный – Простой | 0,70  0,65 |

\**Примечание.*Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении 7.

Факторная структура представлений о России в отдельном психосемантическом пространстве для представителей различных макрорегионов страны несколько отличается от общей факторной структуры представлений всех четырёх объектов (образ России, образ собственного региона, образ США, образ Китая) в едином факторном пространстве (см. табл. 2).

В данном случае, на первое место вышел фактор «Процветание и безопасность», описывающий 27,4% дисперсии. Особо важно отметить, что он содержит существенную часть всей дисперсии (почти треть). Данный фактор включает в себя характеристики из двух ранее обозначенных факторов: «Визуальная привлекательность» и «Безопасность и миролюбие». Он содержит в себе кроме характеристик безопасности и миролюбия также и нравственно-этические характеристики.

Данный факт говорит о том, что при оценке представлений о собственной стране молодёжь ориентируется не на её силу и мощь, а на особое когнитивное ощущение безопасности и эмоциональную связь с территорией в виде её визуальной привлекательности. Причём все эти характеристики важны в равной степени, что отличает представления о России от представлений о собственном регионе, США и Китае.

Также стоит отметить, что на второе место по значимости вышел фактор «Социальная дистанция», описывающий 11,5% дисперсии. В данном факторе основными характеристиками выступает просторность (отсылка к физическому пространству), социальная дистанция, характеристика красоты (эстетический компонент) и остроумность (когнитивный компонент).

Третий фактор «Сила и могущество» (11,2% дисперсии) описывается характеристиками принципиальности, силы, могущества, авторитета и надёжности. Важно отметить, что данный фактор в представлениях о России имеет меньший вес, чем фактор «Социальная дистанция».

Четвёртый 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 непатриотичности.

Пятый фактор «Когнитивной сложности» (4%) описывается характеристиками хитрости и сложности. Данный фактор также присутствовал и в категориальной структуре для единого психосемантического пространства образа России, образа собственного региона, образа США и Китая.

Стоит отметить, что выделился новый шестой фактор, который раскрывает самобытность 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 её многонациональностью, полирелигиозностью.

В итоге факторное пространство представлений о России для молодёжи из различных макрорегионов страны представлено на Рисунке 2.

*Рисунок 2.* Категориальная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значение факторов).

Сразу стоит отметить, что между представлениями о России у молодёжи, проживающей в различных макрорегионах страны, обнаруживаются довольно значимые отличия в оценках по выделенным факторам. Определённая часть факторных оценок располагается по разные полюса выделяемого пространства объектов.

По первому фактору «Процветание и безопасность» выше среднего уровня показаны факторные значения молодёжи из макрорегиона Черноземья. Для местной молодёжи образ России вызывает наибольший интерес, представляется визуально привлекательным и безопасным. Для молодёжи Юга России, Сибири и Дальнего Востока факторные значения немного выше среднего общего уровня. Для представителей Севера России, Центральной России и Урала данный фактор приобретает значения ниже остальных регионов. Данную структуру значений можно попытаться 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 на образ России в целом у молодёжи, проживающей в нём.

Второй фактор «Социальной дистанции» для представителей практически всех макрорегионов занимает область средних значений. Особо выделяется молодёжь 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, и его тесной связью со странами Запада.

Третий фактор «Силы и могущества» принимает максимальные положительные значения для молодёжи из Черноземья, Юга России и Сибири. Они высоко оценивают авторитет страны, её 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 представляет собой макрорегион, который удалён от основных административных, властных центров, поэтому молодёжь не ощущает реальной силы своего региона и силы в образе страны в целом.

Четвёртый фактор «Духовность и патриотичность» в целом сосредоточен в области средних показателей. Положительно оценивают данный фактор представители Черноземья, Юга России и Поволжья. Существенно ниже остальных опускается показатель по данному фактору для респондентов из макрорегиона Дальнего Востока. Для его представителей образ России скорее материальный и неверующий. Это может быть связано с суровостью климата Дальнего Востока, с преобладанием у местных жителей материальных качеств, которые способствуют выживанию в суровом климате. И для местной молодёжи такой образ жителя переносится на образ региона, что, в свою очередь, непосредственно влияет на представления о России в целом.

Пятый фактор «Когнитивной сложности» оказывается самым наименее дифференцированным в оценках для представителей из различных макрорегионов страны. В целом все респонденты оценили данный фактор на среднем уровне.

Шестой фактор «Самобытность» также сосредоточен в оценках в области средних значений. В положительную сторону выделяются оценки респондентов из Поволжья, Дальнего Востока и Центральной России. Наименьший показатель отражён в оценках молодёжи с Юга России. Для них характеристики самобытности и сложности слабо выражены в образе России. Макрорегион Поволжья несёт в себе достаточно разнообразную и яркую этническую составляющую. Сквозь призму данных межэтнических представлений молодёжь смотрит 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 трём факторам можно выделить два макрорегиона, где молодёжь наиболее позитивно оценивала свои представления о России – это макрорегионы Черноземья и Юга России. Самые меньшие показатели в представлениях о России были продемонстрированы молодёжью из макрорегионов Севера России, Урала и Центральной России.

### ***2.3.3 Результаты второй части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны».***

На данном этапе важным результатом стало выявление факторной структуры представлений о собственном регионе проживания у молодёжи из различных субъектов страны.

Для данного объекта также был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 5). Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 6). По данному критерию было выделено всего 5 факторов по образу собственного региона страны, но был добавлен и шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигало 1, что соответствовало заданным критериям.

В результате обработки полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) получена факторная структура представлений о регионах проживания, описывающая 67,1% дисперсии всех данных. Всего для содержательного анализа было выделено 6 факторов по критерию Кайзера (см. табл. 5).

*Таблица 5*

**Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны (анализ данных только по образу своих регионов)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Фактор 1 (21,1 %)**  **«Процветания и силы»** | **вес** | **Фактор 2 (13,2 %)**  **«Безопасности и миролюбия»** | **вес** |
| Прогрессивный – Отсталый  Процветающий – Умирающий  Авторитетный – Неавторитетный  Могущественный – Немощный  Сильный – Слабый  Независимый – Зависимый  Решительный – Нерешительный  Чистый – Грязный  Умный – Глупый  Трудолюбивый – Ленивый | 0,80  0,78  0,76  0,75  0,73  0,70  0,64  0,52  0,50  0,47 | Мирный – Воинственный  Безопасный – Опасный  Вежливый – Грубый  Милосердный – Жестокий  Добрый – Злой  Нравственный – Безнравственный  Надёжный – Ненадёжный | 0,75  0,65  0,60  0,57  0,56  0,53  0,50 |
| **Фактор 3 (9,7 %)**  **«Духовности и патриотичности»** | **вес** | **Фактор 4 (9,1 %)**  **«Визуальной (эстетической) привлекательности»** | **вес** |
| Верующий – Атеистический  Духовный – Материальный  Патриотичный – Непатриотичный | 0,83  0,69  0,62 | Весёлый – Грустный  Оптимистичный – Пессимистичный  Тёплый – Холодный  Остроумный – Неостроумный | 0,60  0,58  0,55  0,52 |
| **Фактор 5 (8,7 %)**  **«Социальной дистанции»** | **вес** | **Фактор 6 (5,3 %)**  **«Когнитивной сложности»** | **вес** |
| Родной – Чужой  Просторный – Тесный  Прекрасный – Уродливый  Яркий – Тусклый  Самобытный – Похожий на других | 0,63  0,62  0,58  0,57  0,51 | Сложный – Простой  Хитрый – Простодушный | 0,83  0,78 |

\**Примечание.*Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении 7.

Стоит отметить, что если в категориальной структуре представлений о России оказывались наиболее важными три 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.

В данном факторном пространстве на первом месте оказался фактор «Процветание и сила», который значительно опережает по весу все остальные факторы (21,1% дисперсии). Современная молодёжь 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 (в представлениях о собственном регионе) данные характеристики выделяются в отдельный фактор.

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 там он был на четвёртом месте по значимости для респондентов, то здесь уже занимает третье место.

Четвёртый фактор «Визуальная привлекательность» (9,1% дисперсии) описывается эстетическими характеристиками (весёлость, 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.

Пятый фактор «Социальная дистанция» (8,7% дисперсии) содержит характеристики социальной дистанции («Родной – Чужой»), просторности, красоты. Для структуры представлений о России данный фактор имел большое значение (занимал второе место в общей структуре).

Шестой фактор «Когнитивной сложности» (5,3% дисперсии) описывается характеристиками сложности и хитрости.

Если рассматривать результаты представлений молодёжи о своих регионах по каждому макрорегиону, то можно наблюдать следующую картину (см. рис. 3).

*Рисунок 3.* Категориальная структура представлений о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значение фактора).

Наибольший разброс в оценках респондентов из различных макрорегионов страны наблюдается для факторов «Безопасность и миролюбие», «Духовность и патриотичность», «Визуальная привлекательность».

По первому фактору «Процветание и сила» факторные значения выше остальных показаны жителями Центральной России, Юга России и Черноземья. Они положительно оценивают авторитет собственных регионов и их силу по сравнению с другими регионами. Для молодёжи из макрорегиона Дальнего Востока ситуация противоположная. Если сравнивать оценку по данному фактору с оценкой по характеристики силы для образа России, то там также среди молодёжи из всех макрорегионов именно представители Дальнего Востока показали наименьшие значения.

По второму фактору «Безопасность и миролюбие» наблюдаются довольно дифференцированные оценки. Так для молодёжи 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. Молодёжь из Центральной России 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». Молодёжь 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 молодёжи из Центральной России и Дальнего Востока оказываются ниже в сравнении с остальными макрорегионами. Похожая специфика оценок наблюдалась и для образа России по фактору «Духовность и патриотичность»: молодёжь из Черноземья оценивала данный фактор выше остальных, а молодёжь из Дальнего Востока – ниже остальных.

По четвёртому фактору «Визуальная привлекательность» оценки молодёжи из макрорегионов Юга России и Черноземья аналогично выделяются на более высоком уровне. Жители этих макрорегионов высоко оценивают эстетическую привлекательность собственных территорий. Молодёжь из макрорегионов Урала и Севера России отрицательно 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 (весёлый, оптимистичный, тёплый) и были показаны похожие результаты молодёжью из описанных макрорегионов.

По пятому фактору «Социальная дистанция» основная масса факторных значений сосредоточена в области средних показателей. Можно выделить оценки несколько выше остальных по данному фактору у молодёжи из макрорегионов Дальнего Востока и Юга России. И несколько ниже остальных у молодёжи из макрорегионов Урала и Центральной России.

По шестому фактору «Когнитивная сложность» наибольшие факторные значения наблюдаются для молодёжи из макрорегиона Центральной России. А для респондентов из макрорегиона Юга России факторные значения опускаются ниже среднего уровня.

### ***2.3.4 Результаты и обсуждение результатов по сравнительному анализу категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах.***

На следующем этапе проводился сравнительный анализ факторных значений по каждому из факторов в представлениях о России и о собственном регионе проживания. Обнаружилась особая закономерность в том, что молодежь оценивают весь образ России, исходя из тех эмоциональных и визуальных впечатлений, которые связаны с образом их родного региона проживания. И данные представления о своём регионе переносятся на представления о России в целом у молодёжи, проживающей в этих регионах.

Сравнительной анализ категориальной структуры представлений о России и о собственном регионе проживания для молодёжи страны продемонстрирован в Таблице 6.

*Таблица 6*

**Сравнительный анализ факторных значений по каждому фактору структуры представлений о России и о собственных регионах проживания у молодёжи 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).

Данные, продемонстрированные в таблице, позволяет выявить некоторую тенденцию: модальность представлений по значениям выделенных факторов для России соответствует модальности представлений для собственного региона проживания у молодёжи страны. У тех представителей макрорегионов, у которых большинство показателей по обозначенным факторам были максимальны для образа России, также большинство показателей максимальны и для образа собственного макрорегиона (макрорегионы Черноземья и Юга России). Такая же тенденция прослеживается и для оценок респондентов из макрорегионов, где значения по факторам были минимальны и для образа страны, и для образов собственных регионов (макрорегионы Урала, Севера России, Центральной России).

Отдельно стоит отметить, что категориальная структура представлений о России претерпела некоторые важные изменения, по сравнению с категориальной структурой представлений молодёжи о собственных регионах:

1) изменилась сама факторная структура. Вместо фактора «Процветание и безопасность» для представлений о России появилось два фактора «Процветание и сила» и «Безопасность и миролюбие» для представлений о регионе. Также в представлениях о России выделился фактор «Самобытность», которого не было в структуре представлений о собственном регионе. А в структуре представлений о регионе появился фактор «Визуальная привлекательность», которого не было в структуре представлений о России;

2) изменилась дисперсия факторных весов: 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 факторное наполнение: фактор «Процветание и безопасность» для представлений о России содержит в себе как когнитивные показатели места, так и нравственно-этические характеристики по отношению к нему (вежливый, чистый, милосердный, нравственный), так и элементы эмоционального принятия (тёплый, весёлый, добрый), которые отсутствуют в факторе «Процветание и сила» в представлениях о регионе.

Результаты данного 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, репрезентуют новую структуру представлений об образе России, выборка которой позволяет охватить практически всю территорию страны.

Из такого сравнения с предыдущими исследованиями результатов данного этапа работы можно сделать важный вывод о том, что за последние 12 лет категориальная структура представлений о России претерпела значимые изменения. Эти изменения связаны, как с самим порядком основных факторов, так и с их внутренним содержанием. Особенно стоит отметить тот факт, что в период между двумя исследованиями для респондентов вдвое выросла значимость фактора «Безопасность и миролюбие». А роль фактора силы, устойчивости и могущества несколько потеряла в своей значимости.

В итоге, представления о России и о собственном регионе проживания у молодёжи страны описываются следующими составляющими: когнитивной составляющей (факторы «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Когнитивная сложность»); эмоциональной составляющей (факторы «Визуальная привлекательность», «Самобытность»); поведенческой составляющей (фактор «Социальная дистанция»); мотивационной и ценностно-смысловой составляющей (фактор «Духовность и патриотичность»).

Этот эмпирический вывод соответствует теоретическим подходам исследователей, которые выделяли эти же 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).

Возможно предварительно сделать вывод о том, что более положительные представления о собственном регионе складываются у молодёжи из макрорегионов Черноземья и Юга России. Менее положительные представления о собственном регионе выделяются у молодёжи из макрорегионов Урала, Севера России и Центральной России.

Из чего следует, что негативная и позитивная модальность отношения к образу собственного региона в некоторой степени соответствует позитивному или негативному отношению к образу России. Представители молодёжи, которые позитивно воспринимают образ собственных регионов (макрорегионы Черноземья и Юга России), в определённой степени позитивно воспринимают образ России в целом. Представления о России у молодёжи складываются в месте своего проживания, на территории своей малой Родины. И те эмоции, которые они испытывают к собственному региону переносятся на целостный образ России.

Данный результат подтверждается эмпирическими результатами других исследователей. Позитивная региональная идентичность представляет собой важный ресурс для регионального развития, творческой самореализации и формирования успешного имиджа самого региона. 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 и его гражданской идентичности (Максимова и др., 2019; Kroger, Marcia, 2011).

### ***2.3.5. Выводы по второму этапу эмпирического исследования.***

Наиболее значимыми факторами для категориальной структуры представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны стали факторы «Процветание и безопасность», «Социальная дистанция» и «Сила и могущество». Причём первый фактор «Процветание и безопасность» набрал наиболее весомый факторный вес (27,4%), значительно опережает все другие факторы. В нём содержатся характеристики, как связанные с эмоциональной близостью к территории (оптимистичный, тёплый, весёлый), так и с её нравственно-этической оценкой (вежливый, милосердный, надёжный). Для представлений о России на втором месте по важности оказывается социальная близость с территорией страны, выраженная в характеристиках просторности и категории «Свой – Чужой» (11,5%).

Для категориальной структуры представлений о своём регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны наиболее важными оказались следующие три фактора: «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Духовность и патриотичность». Молодёжь оценивает свой регион, прежде всего, исходя из когнитивных показателей его силы и успешности, по сравнению с другими регионами страны (прогрессивный, процветающий, авторитетный, могущественный). Также, практически в два раза возрастает факторный вес, связанный с характеристиками духовности и патриотичности, если для представлений о России он составлял 6%, то для представлений о своём регионе повысился до 9,7% и стал одним из наиболее значимых факторов.

Полученная категориальная структура представлений о России и регионе проживания, во многом, впервые репрезентует отношение к стране и региону молодёжи из различных макрорегионов России. Данные представления описываются следующими составляющими: когнитивной (факторы «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Когнитивная сложность»); эмоциональной (факторы «Эмоциональное принятие», «Самобытность»); поведенческой (фактор «Социальная дистанция»); ценностно-смысловой (фактор «Духовность и патриотичность»).

Данная структура соответствует теоретическим подходам исследователей, которые выделяли эти же 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).

По результатам данного этапа исследования можно в определённой степени говорить о том, что представленная категориальная структура образа России лежит в основе формирования гражданской идентичности молодёжи страны. А представленная категориальная структура образа своего региона лежит в основе формирования региональной идентичности молодёжи страны.

Если рассматривать региональные различия в представлениях о России и о своём регионе проживания, то здесь прослеживается особая закономерность в том, что молодежь из различных регионов страны соотносит характер представлений о России, во многом, исходя из тех эмоциональных и визуальных впечатлений, которые связаны с представлениями об их родном регионе проживания (представители макрорегионов Черноземья и Юга России выше остальных оценивают образ России и образ собственных регионов).

## ***2.4. Третий этап эмпирического исследования: «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, и образов героев, у молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны».***

### ***2.4.1. Процедура проведения третьего этапа эмпирического исследования.***

В качестве методологии данного этапа исследования взята модель структуры представлений Г. Хофстеде (Hofstede, 1997). Данная модель состоит из четырёх уровней: символов, героев, ритуалов и ценностей. Согласно Хофстеде, эти уровни составляют основу культурной идентичности человека. Ценностно-смысловое содержание представлений в определённой степени отражено на первом и втором этапе данного эмпирического исследования.

На третьем этапе, с одной стороны, рассматривался уровень символов, отражающих историческое развитие представлений о России, а с другой стороны, уровень героического начала, как некоторого эталона, носителя ритуальной составляющей представлений о России, пример личного поступка и проявления доблести и благородства (Юнг, 1991; Дольто, 2010; Кэмпбелл, 2020).

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

Условно разделение на исторические периоды происходило по принципу, который обусловлен сменой политического курса, появлением новых укладов экономической, социальной и культурной жизни страны. 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 (Полищук, 2007; Михеев, 2012).

Выявлены различные группы символов, отражающие историческое развитие представлений о России: 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, посвящённых классификации символов в медиаобразе и образе России (Богдан, 2007; Матвеева, 2008; Литвинов, Матвеева, 2021).

Во второй части третьего этапа 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. Описанием могла быть, как определённая личностная характеристика, так и пример конкретного вымышленного или реального исторического персонажа.

Стоит отметить, что образ героя важен не только на уровне целого государства, но и имеет определяющее значение и на уровне некой региональной целостности (Peng, Strijker, Wu, 2020). Образ героя своего собственного региона важен для человека, как на личностном уровне, так и на уровне социальной сплоченности вокруг своей региональной группы, вокруг идеи осознания себя гражданином своей страны (Литвинов, Матвеева, 2021).

В своей совместной работе З. Франко и Ф. Зимбардо с коллегами предложили классификацию героев, основанную на их многочисленных эмпирических исследованиях (Zimbardo, Boyd, 1999; Franco, Blau, Zimbardo, 2011). В итоге было выделено 12 героических подтипов, которые зависели от степени риска и уровня отдачи к изменению внешнего мира. Данные 12 подтипов объединялись в три основных типа героизма: военный героизм, гражданский героизм, социальный героизм. На основе этой теоретической классификации обрабатывались результаты, полученные в данной части нашего эмпирического исследования.

Испытуемые делились на группы не по макрорегионам России, как это было на предыдущих двух этапах исследования, а по регионам проживания, на основе сетки Федеративного устройства России. Так как на данном этапе рассматривались представления молодёжи о региональных героях, которые формируются на уровне региона, субъекта Российской Федерации. Каждому выделенному в теоретической части исследования макрорегиону соответствовал свой регион страны.

Результаты третьего этапа исследования обрабатывались методом контент-анализа. Для обработки использовались различные математико-статистические алгоритмы (программы SPSS, Microsoft Excel). Консультантом по составлению опросника была ведущей научный сотрудник факультета журналистики МГУ, доктор филологических наук Луиза Григорьевна Свитич. Полностью сам опросник представлен в Приложении 3.

### ***2.4.2 Результаты и обсуждение результатов первой части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме символов, отражающих историческое развитие России, у молодежи страны».***

Результаты первой части третьего этапа исследования подвергались дальнейшей статистической обработки данных по критерию Фридмана, для выявления меры различий в ответах респондентов между различными группами символов, отражающих историческое развитие представлений о России, для каждого отдельного периода (табл. 7).

*Таблица 7*

**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 молодёжи из различных макрорегионов страны (см. табл. 8).

*Таблица 8*

**Средние ранги оценок участниками исследования символов, отражающих историческое развитие России**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 лидеры, которые олицетворяют собой то время, в ходе которого они правили страной. Именно через образы этих личностей складываются представления о России в историческом аспекте.

Но стоит отметить, что если для Царской России, Советского Союза и современной России данный символ «Политических лидеров» ставился всегда на первое место, то для Древней Руси он играл меньшую роль и был также важен, как и символ «Исторические события». Этап Древней Руси меньше связан с конкретным политическим лидером, чем другие исторические этапы. Для периода Древней Руси характерную важность приобретают именно определённые события и географические места, с которыми связано это событие или за счёт которых происходило расширение территории страны.

Группа символов «Исторические события» по значимости для молодёжи России идёт на втором месте, практически для всех исторических этапов (кроме периода Современной России).

Группа символов «Географические территории» в целом менее значима для молодёжи России, чем конкретные исторические события. Но для периода Современной России данные символы оказываются более значимыми по той причине, что многие респонденты отмечали важность присоединения Крыма в представлениях о Современной России.

Группа символов «Культурные персоналии» в наименьшей степени выделяется респондентами как значимой для всех этапов исторического развития России. Причём 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 для респондентов на повестке дня СМИ находятся многие современные «герои», которых они вынуждены знать.

Также стоит отметить, что исторические периоды Царской России и Советского Союза имеют, в определённой степени, схожую структуру групп символов. Средние ранги оценок респондентов для двух этих периодов по разным символам принимают одинаковые значения. Для участников исследования два этих периода сопоставимы по значимости представленных исторических символов.

Кроме того, рассматривалась структура ассоциаций, связанных у респондентов с каждым историческим периодом развития России. В итоге, в Таблице 9 показана данная структура основных ассоциаций, связанных с периодом Древней Руси.

*Таблица 9*

**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  Рюриковичи  Вещий Олег  Иван Грозный  Княгиня Ольга  Александр Невский  Владимир Мономах  Ярослав Мудрый | 12,9  6,6  5  4,7  2,8  1,9  1,6  1,3 | Крещение Руси  Куликовская битва | 29,6  1,9 |
| **Географические символы**  **(9,4%)** | **% упоминаний** | **Культурные персоналии**  **(0%)** | **% упоминаний** |
| Киевская Руси  Золотая Орда  Объединение Руси | 4,7  3,1  1,6 | – | – |

Самой распространённой группой по различным ассоциациям стала группа символов «Политические лидеры». Период Древней Руси для участников исследования характеризуется именно с личностями, которые на определённом промежутке времени управляли государством. Причём нет какого-то особого яркого лидера, чьё имя полностью ассоциировано с данным этапом.

Треть опрошенных респондентов связывают период Древней Руси, прежде всего, с историческим событием принятия христианства. Как с самим событием, так и с политическим деятелем, который данное событие организовал. 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 молодёжи отсутствует особая когнитивная значимость данного периода и важным становится только те факты, которые наиболее представлены в СМИ, постоянно обсуждается в информационных сетях.

Это подтверждается и тем, что для 5% респондентов правление Ивана Грозного вошло в исторический период Древней Руси. Для части респондентов нет чёткого когнитивного разделения периодов Древней Руси и Царской России, они просто не могут определить точных временных рамок для событий тех времён.

Географические символы присутствуют для Древней Руси незначительно (9,4% от всех упоминаний). Но всё-таки респонденты на них обращают внимание, есть некоторая пространственная привязка к образу Древней Руси.

В Таблице 10 представлены основные ассоциации, связанные с периодом Царской России.

*Таблица 10*

**Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами Царской России, в структуре представлений о России**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Политические лидеры**  **(65,1% всего)** | **% упоминаний** | **Исторические события**  **(10,1%)** | **% упоминаний** |
| Пётр I  Иван Грозный  Романовы  Екатерина II  Николай II  Александр II | 32,4  11  6,6  6,6  6,6  1,9 | отмена крепостного права  Отечественная война 1812 г.  Революция 1917 г. | 6,6  1,9  1,6 |
| **Географические символы**  **(1,6%)** | **% упоминаний** | **Культурные персоналии**  **(0%)** | **% упоминаний** |
| Северная война | 1,6 | – | – |

Для исторического периода Царской России также наибольшее количество ассоциаций представлено в группе символов «Политических лидеров». Но здесь уже выделяется яркая личность Петра I, с которой ассоциирует данный период почти треть респондентов. На втором месте с приличным отставанием располагается личность Ивана Грозного. Более двух третей ассоциаций связано именно с историческими лидерами, именно с их личностными образами в основном связаны ассоциации респондентов с периодом Царской России. Совсем немного упоминаний связано с историческими событиями (10,1%), а географические символы вообще практически не упоминаются.

Особо стоит отметить тот факт, что Отечественная война 1812 года практически не отражается в ассоциациях респондентов. Одно из важнейших исторических событий данного периода остаётся без внимания участников исследования и не несёт для них значимой эмоциональной оценки, не входит в структуру представлений об историческом прошлом страны.

Молодёжь из различных регионов России мало знакома с основными историческими событиями данного периода. Для неё имеет значение только известные исторические лидеры, которые наиболее представлены на повестке дня СМИ.

В Таблице 11 представлены наиболее важные ассоциации, связанные с историческим периодом Советского Союза.

*Таблица 11*

**Рейтинг ассоциаций, связанных с основными символами Советского Союза, в структуре представлений о России**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Политические лидеры**  **(38% всего)** | **% упоминаний** | **Исторические события**  **(37,8%)** | **% упоминаний** |
| Сталин  Ленин  Брежнев | 22,6  13,8  1,6 | Великая Отечественная война  развал Советского Союза  первый полёт в космос  перестройка | 25,8  7,9  2,5  1,6 |
| **Географические символы**  **(0%)** | **% упоминаний** | **Культурные персоналии**  **(0%)** | **% упоминаний** |
| – | – | – | – |

Для периода Советского Союза самой дифференцированной группой символов по различным ассоциациям становятся «Исторические события». В целом, можно отметить, что стало значительно меньше вариантов ассоциаций, в сравнении с предыдущими историческими этапами. Несмотря на то, что данный исторический период Советского Союза наиболее приближен к современной молодёжи, но и он оказывается наименее 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 молодёжи события Великой Отечественной войны по-прежнему остаются актуальными и эмоционально значимыми. Все мероприятия, связанные с этим событием, на государственном уровне действительно способствуют формированию у молодёжи сильного образа, который тесно связан с периодом Советского Союза. Это очень важно для патриотического воспитания молодёжи и пробуждении интереса к истории своего государства. Данные результаты согласуются с эмпирическими результатами исследований, посвященных ритуальным составляющим праздников, которые отражают представления молодёжи о России (Литвинов, 2022). Показано, что праздник День Победы (9 мая) является важной структурной составляющей представлений молодёжи о России, важным элементов при формировании региональной и гражданской идентичности.

В Таблице 12 представлены основные ассоциации участников исследования для периода современной России.

*Таблица 12*

**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  Ельцин | 48,4  1,6 | экономические кризисы  изменение Конституции  коронавирус | 2,2  1,6  1,6 |
| **Географические символы**  **(17,6%)** | **% упоминаний** | **Культурные персоналии**  **(0%)** | **% упоминаний** |
| Присоединение Крыма  Олимпийские игры в Сочи | 14,8  2,8 | – | – |

Для исторического периода современной России даётся небольшое количество ассоциаций по всем группам символов. Наиболее важной становится группа «Политических лидеров». 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 молодёжи, что перекрывает все другие ассоциации, связанные с периодом современной России.

Стоит отметить, что на втором месте расположилась категория присоединения Крыма и замкнула тройку категория Олимпийских игр в Сочи. Этот факт и позволил в общем ранге для современной России выйти на второе место группе символов «Географические символы» (см. табл. 8). Данное событие в период проведения исследования составляло повестку дня в СМИ, и для молодёжи представляло интерес, являлось наиболее яркой пространственный ассоциацией для периода современной России.

Также респондентами упоминаются актуальные события последнего времени (экономический кризис, поправки в Конституцию, коронавирус), то есть события, непосредственно переживаемые участниками исследования в период прохождения опроса.

В итоге, можно говорить о том, что у молодёжи 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, являющиеся связующими элементами в построении исторической картины мира. Пространственный фактор играет меньшую роль для периодов прошлого, но определяет во многом представления о настоящем, задаёт координаты ментальности индивидов.

### ***2.4.3 Результаты и обсуждение результатов второй части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её 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 молодёжи страны (см. рис. 4).

*Рисунок 4.*Описание образа героя России (по всей выборке).

В описании образа героя России респонденты из различных регионов страны руководствуются, прежде всего, персонифицированными представлениями героя (48%). Данные персонификации связаны со следующими субъектами: воин, ветеран ВОВ, Путин, Гагарин, Жуков, врач. Образ героя России выражается, в основном, в категории военного героизма (воин, ветеран ВОВ, Г.К. Жуков). Но также выделяется и категория гражданского героизма, которая отражается именем космонавта Юрия Гагарина; и социального героизма – в лице действующего руководителя страны В.В. Путина. Интересно и то, что выделяется отдельная категория врачей, как представителей гражданского героизма. Это связано с тем, что исследование проводилось в период пандемии COVID-19, и для респондентов оказался актуализированным образ врача как героя России.

Также чуть более половины респондентов (52%) описывали образ героя России через обобщённые личностные характеристики. Они приписывают героизму на уровне страны такие качества, как мужественный, отважный, бескорыстный, патриотичный.

Таким образом, молодёжь 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 Рисунке 5 представлено процентное соотношение образа героя России для молодёжи, представляющей различные субъекты страны.

*Рисунок 5.*Описание образа героя России у молодёжи из различных регионов страны (%).

Отдельного упоминания стоит категория бескорыстия, которая имеет важное значение для молодёжи 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 молодёжи из Москвы. Только категория персонажей обгоняет характеристику бескорыстия в общей структуре образа героя молодёжи из Москвы. Данный факт можно согласовать с результатами второго этапа данного исследования (см. рис. 3), где по факторам «Духовность и патриотичность» и «Социальная дистанция» в образе собственного региона, именно представители макрорегиона Центральной России (большинство проживает в г. Москве и Московской области) отмечали наиболее низкие оценки среди молодёжи из всех макрорегионов страны. Они оценивали высоко материалистические ценности в образе своего региона, в меньшей степени оценивали регион, как «свой».

Для молодежи из Сахалинской, Курской и Самарской областей характеристика патриотичности не выступает столь существенной, по сравнению с молодёжью из других регионов. Для них оказывается важным именно военный патриотизм, выраженный в конкретных персоналиях (ветеран ВОВ, воин, Юрий Гагарин). Напротив, молодёжь из Томской области на второе место в своей структуре образа героя ставит именно характеристику патриотичности. Эти результаты согласуются с результатами второго этапа данного исследования (см. рис. 2), где представители макрорегиона Сибири выше остальных оценивали фактор «Социальная дистанция» в образе России.

Получено описание образа героя своего региона у молодёжи страны (см. рис. 6).

*Рисунок 6.*Описание образа героя своего региона по всей выборке.

В образе регионального героя на первый план выходят характерологические качества личности (64%), а именно: смелый, сильный, 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. И появилась отдельная новая категория – отсутствие регионального героя.

На Рисунке 7 представлено процентное соотношение образа героя собственного региона для молодёжи, представляющей различные субъекты страны.

*Рисунок 7.* Описание образа героя собственного региона у молодёжи из различных субъектов страны (%).

Характеристика отсутствия регионального героя особенно сильно проявляется в двух пограничных регионах – Сахалинской области и Краснодарском крае – двух стратегически важных форпостах нашей страны. Для молодежи из Курской области, напротив, эта характеристика не так важна, а очень сильно выражен образ героя в качестве конкретного персонажа (Хмелевской А.А. – герой Чеченской войны, Перекальский – герой ВОВ, Старовойт – губернатор Курской области). Вместе с Самарской областью (Азаров – губернатор Самарской области) это единственные два региона, где молодежь указывала в качестве региональных героев живущих в настоящее время людей.

Для молодёжи Краснодарского края, Вологодской области и Томской области характеристики социального героизма оказывались наиболее существенными, чем для респондентов из других регионов (28%, 30%, 29% соответственно).

В целом, можно отметить, что если образ героя собственного региона формировался на стыке представлений о военном и социальном героизме, 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, не имеет ярко выраженной конкретной персонификации.

### ***2.4.4. Выводы по третьему этапу эмпирического исследования.***

1. Представления о России, выраженные в виде символов исторического развития страны, у молодёжи из различных регионов ассоциируются со следующими типами символов: все исторические периоды больше всего ассоциируются с образами главных политических лидеров определённого периода (Владимир Красно Солнышко, Иван Грозный, Пётр I, И.В. Сталин, В.И. Ленин, В.В. Путин). Следующим по рейтингу представлены образы исторических событий (Крещение Руси, отмена крепостного права, ВОВ, развал Советского Союза). Образы географических территорий, такие как Киевская Русь, присоединение Крыма, олимпиада в Сочи – оказались важными для молодёжи страны, но только после образов политических лидеров и исторических событий.

2. Сравнение актуальности двух наиболее значимых исторических событий в истории России – Великой Отечественной войны и Отечественной войны 1812 года – показало, что значимость исторических символов в представлении о России зависит от актуальной повестки дня в СМИ и проводимых мер государственной поддержки определённых исторических событий. Оказалось, что Отечественная война 1812 года практически никак не упоминается участниками исследования, не ассоциируется с историческим периодом Царской России. Напротив, Великая Отечественная война является важнейшим конструктом в формировании представлений прошлого России. Все проводимые государственные мероприятия способствуют узнаванию данного исторического события, приводят к актуализации этого исторического символа, развивая гражданскую идентичность молодёжи, прививая у них чувство патриотизма.

3. Образы героя России и героя собственного региона имеют свою региональную специфику для молодёжи страны. Для жителей регионов Самарской области, Курской области и Краснодарского края оказывается важным персонифицированный образ, который выражает собой героя России и героя собственного региона (В.В. Путин, Ю.А. Гагарин, Г.К. Жуков). Для других же регионов, в особенности Волгоградской области и г. Москвы, важны личностные характеристики, определяющие данные образы (отважность, мужественность, патриотичность, бескорыстие).

4. Обнаружены важные различия в ценностно-смысловом содержании образов героя России и героя своего региона: для образа героя страны основным типом героизма выступает военный героизм, образ Защитника Отечества, представителя силовых структур. Для образа регионального героя оказываются более важными характеристики социального и гражданского героизма.

# **Выводы**

1. Представления о России у молодежи описываются следующими структурными компонентами: когнитивным (факторы «Сила и могущество», «Процветание и сила», «Когнитивная сложность»); эмоциональным (факторы «Процветание и безопасность», «Безопасность и миролюбие», «Визуальная привлекательность»); поведенческим (фактор «Духовность и патриотичность»); ценностно-смысловым (факторы «Социальная дистанция», «Самобытность»).

Данная структурные компоненты соответствует элементам структуры моделей гражданской и региональной идентичности, в теоретических подходах к которым различные исследователи выделяли релевантные составляющие (когнитивную, эмоциональную, регулятивную, ценностную). Это может свидетельствовать о том, что в определенной степени в основе гражданской идентичности молодёжи страны лежат представления о России.

2. Представления о регионе проживания у молодёжи страны описываются тремя наиболее важными факторами: «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Духовность и патриотичность». Молодёжь оценивает свой регион, прежде всего, исходя из когнитивных показателей его силы и успешности, по сравнению с другими регионами страны.

Количественные оценки факторной структуры представлений о регионе проживания отличаются у молодёжи из различных макрорегионов страны. Эти различия прослеживаются по всех выделенным факторам, что свидетельствует об уникальности ценностно-смыслового содержания представлений о своём регионе для молодёжи каждого макрорегиона страны. На основе сравнения данных эмпирических результатов и концепций идентичности личности, изложенных в теоретической части работы, можно в определенной степени утверждать, что в основе региональной идентичности у молодёжи России лежат представления о своем регионе проживания.

3. Выявлена связь в оценке представлений о России и о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны (Север России, Центральная Россия, Черноземье, Юг России, Урал, Поволжье, Сибирь, Дальний Восток). Модальность оценок респондентов по выделенным факторам в структуре представлений о России в определённой степени соответствует модальности оценок по выделенным факторам в структуре представлений о регионе проживания. Так, молодёжь из макрорегионов Черноземья и Юга России в большей степени по сравнению с респондентами из других макрорегионов положительно оценивает представления о России и представления о регионе своего проживания.

4. Выявлены различия в описании образа героя России и образа героя региона проживания у молодёжи страны. Образ героя России определён более точно, описывается персонифицированными представлениями героя в виде конкретных субъектов. Образ героя России выражается, в основном, в категории военного героизма (воин, ветеран ВОВ, Г.К. Жуков). Но также выделяется и категория гражданского героизма, которая отражается именем космонавта Юрия Гагарина; и социального героизма – в лице действующего руководителя страны В.В. Путина.

Образ регионального героя в меньшей степени описывается персонифицировано, появляется категория отсутствия регионального героя как такового. Для образа регионального героя оказываются более важными характеристики социального и гражданского героизма, выраженные в виде персон местных губернаторов и характерологических качеств, таких как: патриотичный, трудолюбивый, умный.

5. Представления о России, выраженные символами исторических периодов развития страны, у молодёжи ассоциируются с различными типами символов: каждый исторический период ассоциируются, прежде всего, с образами главных политических лидеров определённого периода (Владимир Красно Солнышко, Иван Грозный, Пётр I, И.В. Сталин, В.И. Ленин, В.В. Путин). Следующим по рейтингу представлены образы исторических событий (Крещение Руси, отмена крепостного права, ВОВ, развал Советского Союза). Образы географических территорий, такие как Киевская Русь, присоединение Крыма, олимпиада в Сочи – оказались важными для молодёжи страны, но только после образов политических лидеров и исторических событий.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что исторические символы отражают формирование представлений о прошлом, настоящем и будущем страны у её молодёжи.

# **Заключение**

В данной работе были рассмотрены категориальные структуры представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных субъектах страны. Компоненты структур данных представлений соотносятся с элементами региональной и гражданской идентичности человека. Это позволяет в некоторой степени говорить о том, что представления о родной стране и представления о регионе проживания являются основой для развития региональной и гражданской идентичности молодёжи страны.

Отношение к собственной идентичности определяет удовлетворенность жизнью человеком, его уровень патриотизма и эмоциональную стабильность. Данное исследование показало, что модальность представлений о России, как о родной стране, соответствует модальности представлений о своей малой Родине, собственном регионе проживания.

Из этого можно сделать важное заключение, что если гражданин не будет в позитивном ключе воспринимать собственный регион, не будет осознавать свою эмоциональную привязанность к нему, у него не будет сформировано целостного непротиворечивого образа собственного региона, то ему особенно сложно привить чувство патриотизма, любовь к собственной стране в целом. Важно понимать это именно на самом низовом уровне места рождения и проживания, так как основная когнитивная и эмоциональная связь жителя России происходит, прежде всего, именно со своим регионом, со своим локальным местом проживания.

Поэтому, одним из главных нововведений данной работы является то, что поднимается основополагающий вопрос изучения именно региональной идентичности, как основы формирования позитивного восприятия образа России у молодёжи страны.

Этот тезис приводит к заключению о том, что на данный момент для России актуально не только создание привлекательного образа своей территории с помощью определённых политических и маркетинговых технологий, но и конкретно-научное психологическое изучение содержательных особенностей представлений о различных регионах страны и их аспектах региональной идентичности.

# **Список литературы**

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. Алибегилов Ш.А., Волков В.А. Цивилизационная идентичность России как вектор современной государственной политики. Управленческое консультирование, 2016, (5 (89)), 19-24.
4. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С. П. Баньковской. М.: Кучково поле, 2016.
5. Андреева Г.М. К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций // Психологические исследования (электронный журнал). 2011. № 6.
6. 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.
7. 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.
8. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. М., 1999.
9. Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. – М.: Издательство МГУ, 1980.
10. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М., Воронеж, 1996.
11. Асмолов А.Г. По ту сторону сознания. Методологические проблемы неклассической психологии. М.: Смысл, 2002.
12. Асмолов А.Г. Стратегия социокультурной модернизации образования: на пути к преодолению кризиса идентичности и построению гражданского общества. Вопросы образования, 2008, (1), 65-87.
13. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире. Вестник Московского университета. 2010. Серия 14. Психология, (1), 3-21.
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 ХХ 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 средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики. Автореферат. М., 2007.
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. Вахштайн В.С. Трансформация общественных пространств и эволюция социальной коммуникации. М.: РАНХиГС, 2016.
33. Велижев М.Б. Цивилизация, или война миров. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та в Санкт-Петербурге, 2019.
34. Веракса Н.Е., Вересов Н.Н., Веракса А.Н., Сухих В.Л. Современные проблемы детской игры: культурно-исторический контекст // Культурно-историческая психология. 2020. Том 16. № 3. С. 60–70. doi:10.17759/chp.2020160307
35. 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.
36. Виноградова С.М., Мельник Г.С. Психология массовой коммуникации. – М: Издательство Юрайт, 2015.
37. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007.
38. Воловикова М. И., Борисова А.М. Психологическое значение праздника для личности. Знание. Понимание. Умение, 2012, (4), 241-245.
39. Воловикова М.И., Тихомирова С. В., Борисова А.М. Психология и праздник: Праздник в жизни человека. М.: Пер Сэ, 2003.
40. Выготский Л.С. Собр. Соч. М. 1982. Т. 1. С. 347.
41. Гальперина П.Я., Ждан А.Н. Хрестоматия по истории психологии. Изд-во МГУ, 1980. С. 63-69.
42. Гальченко А.С. Особенности мотивационной структуры гражданской активности подростков с разным статусом гражданской идентичности. Вестник Мининского университета, 2019, 7 (3 (28)), 8.
43. Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011.
44. Головнева Е.В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура. Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований / Е.В. Головнёва, 2013. № 5. С. 42-50.
45. Гордеева Т.О., Лункина М.В., Сычев О.А. Источники оптимистического мышления и благополучия подростков. Вопросы психологии, 2018, 5. С. 13-32.
46. Громыко А.А. Образы России и Великобритании: реальность и предрассудки: монография / Ал.А. Громыко; Учреждение Росcийской акад. наук, Ин-т Европы РАН – М.: Ин-т Европы РАН: Русский сувенир, 2008.
47. Громыко В.В., Буганов А.В. О воззрениях русского народа. - М.: Паломник, 2000. – 541 с.
48. Грушевицкая Т.Г. Национальная и этнокультурная идентичность в современном обществе. Международный научно-исследовательский журнал, 2016, (12-2 (54)), 137-139.
49. Губолго М.Н. Идентификация идентичности: этносоциологические очерки. М.: Наука, 2003. С. 29.
50. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли // Собр. соч. Т. 3. М., 1997, с. 611.
51. 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.
52. 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.
53. Денисова Г.С., Клименко Л.В. Особенности региональной идентичности населения Юга России // Социологические исследования. 2013. № 7. С. 25-34.
54. 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. Издательство ПГУ Пенза, 2019. С. 70-72.
55. Дмитриева Е.Е. Теория культурного трансфера и компаративный метод в гуманитарных исследованиях: оппозиция или преемственность? // Вопросы литературы. 2011. № 4.
56. Дольто Ф. Собрание сочинений. / Пер. с фр. под науч. ред. С.Ф. Сироткина // Ижевск: ERGO, 2010. – 520 с.
57. 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.
58. Донцов А.И., Зинченко Ю.П. Концепция глобализации и феномен психологической безопасности // Живая психология. 2014. № 3 (3). С. 4-9.
59. Дробижева Л.М. Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 26–36.
60. Дубин Б. К вопросу о выборе пути: Элиты, масса, институты в России и Восточной Европе1990-х годов // Вестник общественного мнения. Данные Анализ. Дискуссии. 2004. № 6. С. 21-31.
61. 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.
62. Евгеньева Т.В. Круглый стол «Формирование национально-государственной идентичности: проблемы, опыт, перспективы» 4 июня 2015 года. Ценности и смыслы, 2015, (5 (39)), 7-35.
63. 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». Том 2. С. 39-57.
64. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации. – Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. № 4. 2017. С. 48-64.
65. 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
66. Евгеньева Т.В., Титов В.В. Образы прошлого в российском массовом политическом сознании: Мифологическое измерение. – Политическая наука, 2017. № 1. С. 120-138.
67. Евгеньева Т.В., Титов В.В., Белоконев С.Ю. Место образа славянского мира в формировании современной российской идентичности. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2019, (48), 135-144.
68. Емелин В. А., Рассказова Е. И., Тхостов А. Ш. Единство и разнообразие процессов формирования идентичности личности // Вопросы философии. — 2018. — № 2. — С. 27–38.
69. Емелин В.А. Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности. // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 2(26). – С. 5-15.
70. Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш. Влияние информационных технологий на трансформацию совладающего поведения // Вопросы психологии. 2014. № 4. С. 49-59.
71. Емельянова Т.П. Социальная психология. Концепция социальных представлений и дискурсивная психология. Психологический журнал, Российская академия наук. 2005. №. 5. С. 16-26.
72. Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Структура социальных представлений у лиц разного возраста, потерявших работу. Вопросы психологии, 2019, 4. С. 124-135.
73. 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.
74. Жаде З.А. Цивилизационная идентичность России в глобализирующемся мире. Южно-российский журнал социальных наук, 2007, (1), 78-88.
75. 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.
76. Заковоротная М.В. Идентичность человека: Социально-философские аспекты. Ростов-на-Дону, 1999.
77. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы. М.: Институт Наследия, 2008.
78. 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).
79. Зинченко В.П. Сознание и творческий акт. М., 2010.
80. Зинченко В.П., Мамардашвили М.К. Проблема объективного метода в психологии // Вопросы философии. 1977. №7.
81. 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.
82. Зинченко Ю.П. Психология безопасности как социально-системное явление. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология - 2011. - №4 - с. 4-11.
83. 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.
84. 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.
85. Знаков В.В. Понимание и переживание москвичами террористической угрозы // Вопросы психологии. 2010. № 4. С. 64-74.
86. Зубаревич Н.В. Будущее российского пространства: экономика и население // Будущее российской экономики. Под ред. Р. Ениколопова, Ш. Вебера. М.: Эксмо, 2020. С. 168–177.
87. 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. c.3-25.
88. 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.
89. Иванова Н.Л., Мазилова Г.Б. Изменение этнической и гражданской идентичности в новых общественных условиях//Вопросы психологии. – 2008. -№2. с. 83-93.
90. Имиджи Cибири. Под ред. В.И. Супруна. Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2008.
91. Инкижекова М.С. Категории «национальная идентичность» и «патриотизм» в современном образовательном пространстве. Znanie. Ponimanie. Umenie, 2017. 10.17805/zpu.2017.4.4.
92. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997.
93. Как проектировать универсальные действия в начальной школе. От действия к мысли: пособие для учителя/под ред. А.Г. Асмолова. М.: Просвещение, 2011.-151 с.
94. Камбербач Г. «Воздействие» СМИ на общество: неоконченная дискуссия // Медиа. Введение. Под редакцией А. Бриггза, П. Кобли – М.: Юнити-дана, 2005.
95. Канеман Д. Думай медленно… решай быстро. АСТ. Москва. 2014.
96. 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.
97. Карапетян Л.В., Глотова Г.А. Исследование параметров эмоционально-личностного благополучия российских студентов (окончание). // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2018. № 3. c.60-75
98. Караяни А.Г., Зинченко Ю.П. Информационно-психологическое противоборство в войне: история, методология, практика. М.: МГУ, 2007.
99. Каргаполов Е.П. Цивилизационная идентичность России: проблемы и решения. Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки, 2020, 4 (1 (13)), 61-69.
100. Касьянова К. О русском национальном характере. М.: Институт национальной модели экономики, 1994.
101. 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.
102. Келли Дж.А. Теория личности. Психология личностных конструктов. СПб.: Речь, 2000.
103. Киричек О.Я. Преподаватель ХХI век / О.Я. Киричек // Изучение психологических особенностей региональной идентичности личности. – 2011. № 4. С.153-163.
104. Киселёв И.Ю., Смирнова А.Г. Особенности восприятия населением результатов внешней политики. – Вестник Института социологии. 2016. № 19. C. 136-154. <https://doi.org/10.19181/vis.2016.19.4.432>
105. Климов И.А. Телевидение: модальности существования // Социол. исслед. 2005 № 10. С. 93-99.
106. Князев А.М. Воспитание гражданственности: Монография. В 2-х т. Т. 1. М.: Изд-во РАГС, 2007. 355 с.
107. Козлов В.В. Интегративная психология: пути духовного поиска или освящение повседневности. М., 2007.
108. Колесова Л.А. Четвертое измерение человека. Проблема четырех вопросов // В сб. «Синергетика» М.: МГУ, 1999.
109. Кондаков И.В. Цивилизационная идентичность России: сущность, структура и механизмы // Вопросы социальной теории. 2010. том IV. С. 282-304.
110. Кондаков И.В. Россия мира: российский глобалитет в потоке мировой истории // Общественные науки и современность. №1. 2011. С. 160-176.
111. Копцева Н.П., Кистова А.В. Конструирование этнокультурной и общенациональной идентичности как философская проблема // Философия и культура, 2015, № 1 (8). С. 12-19.
112. 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.
113. Корнилова Т.В. Интеллектуально-личностный потенциал человека в условиях неопределённости и риска. СПб.: Нестор-История, 2016.
114. Корнилова Т.В., Чжоу Цюци, Эмпатия и имплицитные теории эмоций и личности (на китайской выборке). // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2021. № 1. c.114-143.
115. Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В. Гражданская идентичность современной молодежи Ярославской области. Ярославский педагогический вестник, 2013, 1 (4), 143-149.
116. Костина А.В. Цивилизационная идентичность России: вызовы и ответы. Знание. Понимание. Умение, 2016, (2), 138-152.
117. Кравченко Н.Ю. Трехкомпонентная модель формирования гражданской идентичности: возможности и ограничения. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2016, (3 (35)), 82-90.
118. Крылов М.П. Региональная идентичность в Европейской России: Автореф. … дис. доктора географ. наук / М.П. Крылов. М., 2007.
119. Куденхове-Калерги Р.Н. Пан-Европа / Отв. ред. Е. Айзпурвит. М.: Вита Планетаре, 2006.
120. Кыштымова И.М., Ангеловска С.Н. Семантика образа героя: межкультурные различия (на примере российских и македонских подростков). Сибирский психологический журнал, 2018, (70), 103-117.
121. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2020.
122. Лаврова Е.В., Матвеева Л.В. Содержание новостного дискурса и представление человека об опасности. Психологический журнал, 2016, 4(37), 5-20.
123. Латынов В.В. Принципы психологического исследования коммуникативного воздействия. Вестник университета, 2013, (10), 245-251.
124. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М.: Старый сад, 1999. 158 с.
125. Лебедева Н.М. Социально-психологическая аккультурация этнических групп. Дисс. … докт. психол. наук. М., 1997.
126. Лебедева Н.М. Этническая и кросс-культурная психология. М.: МАКС Пресс, 2011.
127. Лебон Г. Психология толпы // Психология толпы: сборник работ. М., 2003, с. 7.
128. Леви-Брюлъ Л. Первобытное мышление. М., 1930.
129. Левочкина Н.А. Региональная идентичность: понятие и сущность // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. Пенза: Изд-во «Академия естествознания», 2016. № 1 (часть 3). С. 446-453.
130. Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. - М: Смысл. - 2008.
131. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / Алексей Николаевич Леонтьев. – 2-е изд., стер. – М.: Смысл; «Академия», 2005.
132. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975, с. 64.
133. Леонтьев А.Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избр. психол. произведения: в 2 т. – М., 1983. Т. 2. С. 251-261.
134. 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).
135. Леонтьев Д. А. Психология смысла. М.: Смысл, 1999.
136. Леонтьев Д.А. Лабиринт идентичностей: не человек для идентичности, а идентичность для человека. Философские науки. 2009; (10):5-10.
137. Леонтьев Д.А. Личностный смысл и трансформация психического образа // Вестник МГУ. Психология. 1988. №2.
138. Леонтьев Д.А. О некоторых аспектах проблемы «культура и личность» // Культурно-историческая психология. 2013. Том 9. № 1. С. 22-31.
139. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М., 2007.
140. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М., 2003.
141. Леонтьев Д.А., Миюзова А.Е. Личностные изменения как результат жизнетворческой работы // Консультативная психология и психотерапия. 2016. Том 24. № 1. С. 44-63. doi: 10.17759/cpp.2016240104.
142. Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В. Образ героя России как фактор формирования гражданской идентичности: гендерный аспект // Человек в информационном пространстве. — РИО ЯГПУ Ярославль, 2020. С. 238–243.
143. Литвинов В.Ю. Влияние СМИ на региональные образы России в общей картине мира молодежи. // Национальный психологический журнал, 2020. No 2(38). С. 158-169.
144. Литвинов В.Ю. Особенности восприятия праздников у молодежи из различных макрорегионов России // Психологический журнал – 2022. – Tом 43. – №1 C. 60-71. DOI: 10.31857/S020595920017738-7
145. 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.
146. Лич Э. Культура и коммуникации: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии. М., 2001.
147. Лобачева Д.В. Культурный трансфер: определение, структура, роль в системе литературных взаимодействий // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2010. Вып. 8. С. 23-27.
148. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в системе культуры / / Труды по знаковым системам. Тарту, 1973, Вып. 6.
149. Лубский А.В. Государство-цивилизация и национально-цивилизационная идентичность в России. Гуманитарий Юга России, 2015, (2), 30-45.
150. Лурия А.Р., Виноградова О.С. Объективное исследование динамики семантических систем // Семантическая структура слова. М., 1979.
151. Лурье С. Метаморфозы традиционного сознания. СПб., 1940.
152. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности-2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.
153. Мазлумян В.С. Картина мира и Образ мира // Мир психологии. 2009. № 4. С. 100—108.
154. Маклюэн М., Понимая медиа. – СПб: Кучково поле, 2014.
155. 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. Том 24. № 2. С. 82–92. doi:10.17759/pse.2019240208
156. 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>
157. 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.
158. Масленников А.А. Психологические особенности гражданской идентичности студентов разной этноконфессиональной направленности. Российский психологический журнал, 2012, 9 (2), 48-54.
159. Маслин М.А. Антология о России и русской философской культуре. Философы русского послеоктябрьского зарубежья. Москва: Москва, 1990.
160. Маслов А.А. Цивилизационная идентичность российского общества: Социально-философские аспекты: Автореф. дис. кандидата философских наук. Москва. 2005.
161. Матвеева Л.В. Влияние феномена разорванной коммуникации в СМИ на границы информационно-психологической безопасности // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х 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. Аспект Пресс Москва, 2008. С. 29-41.
162. Матвеева Л.В. Категориальная структура образа России в молодежной аудитории // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2010. Т. 4, № 2. С. 83-98.
163. Матвеева Л.В. Культура и СМИ: размышления о феномене «разорванной коммуникации» // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2007. № 1. С. 119-132.
164. Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: сборник 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.
165. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М: РИП-Холдинг, 2002.
166. 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.
167. 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.
168. Мацумото Д. Психология и культура / под ред. Д. Мацумото. СПб.: Питер, 2003.
169. Межуев Б.В. Есть ли у России свой «цивилизационный код», и в чем он может заключаться? // Вопросы философии 2018. Выпуск №7 C. 35-43. DOI: 10.31857/S004287440000221-8
170. Мельникова О.Т., Кутковая Е.С. Дискурсивный подход к исследованию идентичности. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, 2014, (1), 59-71.
171. Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Развитие исследований коммуникаций в культурно-исторических контекстах отечественной психологии // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2017. — Т. 2, № 3.
172. Минеева И.Н. Культурный трансфер: от истории идеи к методологии // Филологические исследования. 2016. Т. 4. DOI: 10.15393/j100.art.2016.3006
173. Митина О.В., Михайловская И.Б. Факторный анализ для психологов. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001.
174. Митина О.В., Петренко В.Ф. Психосемантический анализ имиджа государства: реконструкция и измерение // Психологический журнал. 2009. Том 30. №3. С. 16-27.
175. Михеев, В.А. Этапы развития российской государственности в контексте социально-политической мысли. Социология власти, 2012, (2), 112-119.
176. Мишучков А.А. Цивилизационная идентичность в системе общенациональной безопасности России // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 11. С. 244-250.
177. Мкоян Г.С. Использование методов г. Хофстеде для сравнительного анализа социокультурных ценностей среди двух поколений армянского общества. Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета, 2018, (4 (34)), 50-57.
178. Монастырский Д.В. Гражданская идентичность: теоретические подходы к исследованию и формирующие ее факторы // Гуманитарий юга России. 2017. Т. 23, №1. С. 181-188.
179. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. Пер. с фр.. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
180. 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>.
181. Назукина М.В. Региональная идентичность в современной России: типологический анализ: Автореф. … дис. канд. политических наук /М.В. Назукина. – Пермь, 2009.
182. Найссер У. Познание и реальность: Смысл и принципы когнитивной психологии / Перевод с англ. В. В. Лучкова. - М.: Прогресс, 1981.
183. Нанохова Р.Р., Тлисова Д.Х. Социально-психологические особенности формирования гражданской идентичности студенческой молодёжи: [монография] / Накохова Р. Р., Тлисова Д. Х. - Москва: Междунар. отношения, 2016.
184. Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Москва, Речь,2004.
185. 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>).
186. Носкова О.Г. Будущее психологической науки и практики с позиции истории психологии и науковедения // Психологический журнал, 2018. Т. 39. № 4. С. 122–124.
187. Окунев И.Ю. Основы пространственного анализа: монография. М.: Аспект Пресс, 2020. 255 с.
188. Панарин А.С. Православная цивилизация / Сост., предисл. В. Н. Расторгуев / Отв. ред. О. А. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2014.
189. Пантин В.И. Национально-цивилизационная идентичность: специфика России. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, 2011, 7 (2), 42-51.
190. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма. 2-е дополненное издание. Эксмо Москва, 2013.
191. Петренко В.Ф. К проблеме психологии сознания // Вопросы философии. 2010. № 11. С. 47 – 57.
192. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма / Петренко В.Ф. – М.: Новый хронограф, 2009.
193. Петренко В.Ф. Психосемантические аспекты картины мира субъекта. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2005, 2 (2), 3-23.
194. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Теория и практика сенсомоторного психосинтеза // Вестник Российской академии наук. - 2019. - Т. 89. - №2. - C. 147-156. doi: 10.31857/S0869-5873892147-156
195. Петренко В.Ф., Митина О.В. Политическая психология: психосемантический подход. Социум Москва, 2018. 590 с.
196. Петровский А.В. Вопросы истории и теории психологии: Избр. труды / А.В. Петровский. – Москва: Педагогика, 1984.
197. Петровский А.В. Проблема развития личности с позиции социальной психологии // Вопросы психологии. 1984. № 4. С. 15-29.
198. Петровский В.А. Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов н/Д.: Феникс, 1996.
199. Петровский В.А. Принцип отраженной субъектности в психологическом исследовании личности // Вопросы психологии. – 1985. №4. С. 17-30.
200. Петровский В.А. Психология надситуативной активности // Вопросы психологии. 1975. №3.
201. Петухов В.В. Образ мира и психологическое изучение мышления // Вестн. Моск. гос. ун-та. 1984. Сер.14. Психология. № 21. С. 13-21.
202. Полищук И.С. История России. Учебно-методическое пособие / Под редакцией профессора, доктора исторических наук Г.С. Сергеева. Изд. 2-е, переработ. и дополн. Тверь, 2007. 129с.
203. Помозова Н.Б. Символы как инструмент управления формированием гражданской идентичности: сравнительный анализ России и Китая. Автореферат. Москва, 2012.
204. Попова О.В. Базовая матрица государственной политики идентичности в современной России. – Политическое пространство и социальное время, 2016. С. 160-165.
205. Поршнев Б.Ф. Социальная психология и история (2-е изд., доп. и испр.): Наука; Москва; 1979, с. 82.
206. Похилько В.И., Федотова Е.О. Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности // Вопросы психологии. 1984. №3.
207. Психология индивидуальных различий. Тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. М.: Изд-во МГУ, 1982. С. 288-318.
208. Путрик Ю.С. К вопросу об измеряемости цивилизационных ценностей как компонента формирования брендов обширных территорий. Культурологический журнал, 2018, (1 (31)), 3.
209. 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.
210. Расторгуев В.Н. «Русский мир» и цивилизационная идентичность. Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 1: Богословие. Философия. Религиоведение, 2015, (3 (59)), 152-158.
211. Расторгуев В.Н. Цивилизационное наследие России: методология исследовательской программы и контуры долгосрочной стратегии // Журнал Института наследия. 2018. № 2, с. 5-13.
212. 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.
213. Свитич Л.Г. Журнализм в свете современных научных парадигм. Учебное пособие. Изд-во ИМПЭ Москва, 2012.
214. Свитич Л.Г. Корневые черты русской нации и телеобраз России // Современный образ России: перспективы развития. М.: МГУ, 2008.
215. 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
216. Семенов В.Е. Российская идентичность и патриотизм в полиментальном обществе // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Том 2. № 2.
217. Сент-Экзюпери А. Маленький принц. М.: Эксмо, 2019.
218. Серкин В.П. Методы психосемантики. М.: Аспект Пресс, 2004. С.80-95.
219. Серкин В.П. Пять определений понятия «образ мира» // Вестник МГУ (Сер. 14. Психология). 2006. № 1. С. 11-19.
220. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. С-Пб., Речь, 2004.
221. Сикевич З.В. Образ России в контексте национальной идентичности русских (по материалам социологических исследований). Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология, 2009, (3-1), 166-173.
222. Синергетика: антология / Российская акад. наук, Ин-т философии; науч. ред., сост. и авт. пер.: Е. Н. Князева. Моcква; Санкт-Петербург: Центр гуманитарных инициатив, 2013.
223. Смирнов С.Д. Мир образов и образ мира // Вестник Московского университета. Сер.14 «Психология». 1981. № 2. С. 15-29.
224. Смирнов С.Д. Понятие «образ мира» и его значение для психологии познавательных процессов // А.Н. Леонтьев и современная психология. - М., 1983. - С. 149-155.
225. Смирнов С.Д. Психология образа: проблема активности психического отражения / С. Д. Смирнов. - М.: Изд-во МГУ, 1985.
226. 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.
227. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М., 1998.
228. 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
229. 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.
230. Спирина Т.А., Горошко Е.А. Трансформации этнической идентичности студенческой молодёжи // Молодой учёный. Казань, 2017. № 19. С. 282-285.
231. 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.
232. 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.
233. Степин В.С. Проблема будущего цивилизации // Будущее России в зеркале синер-гетики / Под ред. Г.Г. Малинецкого. М.: КомКнига, 2006.
234. Степин В.С. Теоретическое знание: Структура, историческая эволюция / В.С. Стёпин. М.: Прогресс-Традиция, 2000.
235. Степин В.С. Типология научной рациональности и синергетика. Філософія освіти, 2017, (1), 6-29.
236. Степин В.С. Цивилизация и культура. СПб.: СПбГУП, 2011.
237. Степнова Л.А. Социальная мифология и проблемы современного социального мышления. – М.: Советский спорт, 1999. – 160 с.
238. Степнова Л.А., Костенко Е.П. Методология исследования гражданской идентичности в поликультурном пространстве российского общества. Акмеология, 2017, (3 (63)), 17-22.
239. Стефаненко Т.Г. О русской ментальности: константы и трансформации // Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ. М., 2005, с. 264-299.
240. Стефаненко Т.Г. Социально-психологические аспекты изучения этнической идентичности [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://flogiston.ru/articles/social/etnic (дата обращения: 11.10.2018).
241. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. М.: Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999.
242. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: практикум: учеб. пособие для студентов вузов. М: Аспект Пресс, 2006. 208 с.
243. Стрелков Ю.К. Психические процессы в операторском труде. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989.
244. Суворова И.Ю. Применение теории динамики идентичности для описания взаимосвязи человека и социальной реальности. Пензенский психологический вестник, 2016. (1), 38-58.
245. 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.
246. Сухарев М.В. Движение цивилизаций: Россия и Запад // Политические исследования, № 1, 2005 г. с. 72-94.
247. Тарасов М.В. Образ Родины: обоснование и апробация диагностического инструментария // Экспериментальная психология. 2020. Том 13. № 4. С. 205-219. doi:10.17759/exppsy.2020130415
248. Таратухина Ю.В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю.В. Таратухина, Л.А. Цыганова. Москва: Издательство Юрайт, 2019.
249. Татарко А.Н. Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе/дис. на соиск. ст. д. пс. н. М. 2014. – 402 с., с. 107.
250. 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.
251. Титов В.В. Национально-государственная идентичность российской молодежи в начале XXI века. М.: МАКСПресс, 2012. 168 с.
252. Титов В.В. Политика памяти и формирование национально-государственной идентичности: российский опыт и новые тенденции. М., 2017. 184 с.
253. 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.
254. Тойнби А. Цивилизация перед судом истории. М.: АСТ, 2011.
255. Толстых Н.Н. Хронотоп: культура и онтогенез. Монография. Москва: Универсум, 2018.
256. Тоффлер О. Футуршок. СПб, 1997. С. 387.
257. Третьяков В.Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. Научно-издательский центр Ладомир. Москва, 2015.
258. Туровский Р.Ф. Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России // Идентичность и география в постсоветской России: Сборник статей. СПб., 2003, с. 139-155.
259. 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.
260. 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.
261. Ушаков Д.В. Менталитет и социально-экономические достижения стран. Вестник РАН, 2020, T. 90, № 3, стр. 224-231.
262. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004.
263. Фаликман М.В. Новая волна Выготского в когнитивной науке: разум как незавершенный проект // Психологические исследования. 2017. Т. 10, № 54. С. 2.
264. Фаст Дж., Холл Э. Язык тела. Как понять иностранца без слов. М.: Вече, Персей, АСТ, 1995.
265. Фрейд 3. Коллективная психология и анализ Я // «Я» и «Оно». Труды разных лет. Кн. 1.Т6., 1991.
266. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. М., 2004.
267. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций? Полис. Политические исследования. 1994. № 1. С. 33.
268. Цивилизационная идентичность в переходную эпоху: культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты /Кондаков И.В., Соколов К.Б., Хренов Н.А. М.: Прогресс-Традиция, 2011.
269. Цымбурский В.Л. Индентичность и цивилизация // Новая философская энциклопедия. В 4 т. / под ред. В. С. Степина. М.: Мысль, 2001. Т. 2. С. 80.
270. Цымбурский В.Л. Народы между цивилизациями. Журнал Pro et Contra Т.3, №3, 1997.
271. Чистовский Д.И. Актуальные направления современных психологических исследований гражданской (национальной) идентичности // Психолог. 2017. №3. С. 51-62.
272. Шамионов Р.М. О проблеме этнической социализации // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2009. № 3. С. 66-76.
273. 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>).
274. 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).
275. 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.
276. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров. М., 2008.
277. 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
278. Ширманов Е.В. Региональная идентичность как фактор политического процесса // Регионология. 2015. № 3 (92). С. 14-21.
279. Шмелев А.Г. Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. М., 1983.
280. Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт / А.Г. Шмелев. СПб.: Речь, 2002.
281. Шмелев А.Г. Традиционная психометрика и экспериментальная психосемантика: объектная и субъектная парадигма анализа данных // Вопросы психологии. 1982. №5.
282. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг [Текст] : учеб. пособие. – М. : Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та, 2004.
283. Шнирельман В.А. Слово о «голом (или не вполне голом) короле» // Историческая психология и социология истории. 2009. № 2. С. 55-74.
284. Шпенглер О. Закат Европы: В 2 т. М.: Айрис-пресс, 2003. Т. 2.
285. Шпет Г.Г. Введение в этническую психологию. Вып. 1 / Густав Шпет. М.: Гос. акад. худ. наук, 1927.
286. Шпет Г.Г. Психология социального бытия. М.: Институт практической психологии. Воронеж: МОДЭК, 1996.
287. Щепанская Т. Символика молодежной субкультуры. СПб., 1993.
288. Щипков А.В. Понятие «код» в рамках современного цивилизационного подхода // Вопросы философии. 2018. № 7. С. 28–34. DOI: 10.31857/S004287440000220-7
289. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. М.: Прогресс, 1996.
290. Этнокультурная идентичность как фактор социальной стабильности в современной России / Под редакцией Ю.П. Зинченко, Л.А. Шайгеровой. Том 1. М.: Факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
291. Юревич А.В., Журавлев А.Л. Патриотизм как объект изучения психологической науки // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 3. С. 88-98.
292. Ярцева К.В. Понятие «картина мира». Адаптивная функция картины мира // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета им. М. В. Ломоносова. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Архангельск, 2010. С. 87-90.
293. Ясперс К. Смысл и назначение истории М., 1994.
294. 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
295. 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, Volume 8, Issue 1.
296. Archer S.L. Identity and the choice of social roles. New Directions for Child Development, 1985, 3079-99. doi:10.1002/cd.23219853007
297. 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.
298. 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
299. Basso K. Wisdom Sits in Places: Landscape and Language Among the Western Apache. New Mexico: University of New Mexico Press, 1996.
300. Berger, P. L., Luckmann, T. The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge. 1966.
301. Berry J.W. Constructing and expanding a framework: Opportunities for developing acculturation research // Applied Psychology: An International Review. 1997. Vol. 46(1). P. 63.
302. 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
303. Björn H., Söderbaum F. ‘Theorising the rise of regionness’. New Political Economy, 2000, 5(3): 457-472.
304. 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.
305. Breakwell G.M. Resisting Representations and Identity Process. Paper on Social Representations, 2010. Vol. 19. P. 6.1-6.11. ISSN 1021-5573.
306. Breakwell G.M. Social Representations and Social Identity. Paper on Social Representations. 1993. Vol.2 (3). P. 193-217.
307. Brewer M.B., Campbell D.T. Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence. New York: Sage. 1976.
308. Bruner J.S., Tagiuri R. The perception of people // Handbook of social Psychology. 1983. Vol. 31.N 2.
309. Burke P.J., Stets, J.E. Identity theory. Oxford University Press, 2009.
310. Cary W. De Vit. Interviewing for Sense of Place // Journal of Cultural Geography. 2013. Vol. 30. № 1, p. 120-144.
311. Castells M. The Power of Identity. Cambridge: John Wiley & Sons. 1997. 585 p.
312. 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.
313. 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, 2016, 110 (5). pp. 743-765. <http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000061>.
314. 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. Pp. 58-75.
315. 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
316. Corson D. World view, cultural values and discourse norms: the cycle of cultural reproduction. Int. J. Intercultural Rel., 1995, Vol. 19, No. 2, pp. 183-195.
317. 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.
318. 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
319. Entrikin J.N. The Betweenness of Place: Towards A Geography of Modernity. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 1991.
320. Epstein A.L. Ethnos and Identity: Three Studies in Ethnicity. London, 1978.
321. Erikson E. Identity Youth and Crisis. W. W. Norton & Company, 1968.
322. Erikson E. Insight and responsibility. N.Y., 1964.
323. 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. № 2.
324. 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
325. Freud S. An outline of psychoanalisys. N.Y., 1949.
326. 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.
327. 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>
328. 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>
329. 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. №4. P. 537-559.
330. Giddens A. Modernity and self-identity. Stanford, 1991.
331. Giddens A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1991.
332. 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
333. Graham Н., Mason R., Newman A. Literature Review: Historic Environment, Sense of Place, and Social Capital. Newcastle, 2009.
334. Guastello S.J., Koopmans M., Pincus D. Chaos and complexity in psychology. Cambridge, Cambridge University, 2009.
335. 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.
336. Haartsen T., Groote P., Huigen P. P. P. Claiming Rural Identities: Dynamics, Contexts, Policies. Assen: Van Gorcum. 2000.
337. 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
338. 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.
339. Hantington S. Who are we? The challenges America’s national identity. – N.Y.: Simonand Shuster, 2004.
340. 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
341. Hayashi Y. Johoka shakai: Hado na shakai kara sofuto na shakai / H. Yujiro. Tokyo.: Feo, 1969.
342. Herb G., Kaplan D. Scaling Identities Nationalism and Territoriality. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2017. 226 p.
343. 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
344. Hofstede G. Culture and Organization: Software of the Mind / G. Hofstede. New York: McGraw-Hill, 1997. P. 37.
345. Hofstede G., Minkov J. Culture and Organization: Software of the Mind. Part II. London: McGraw-Hill, 2010, рp. 53-296.
346. Holland D., Lachicotte Jr., Skinner D., Caine C. Identity and agency in cultural worlds. Harvard College. 1998.
347. Holland D., Lachicotte W. Vygotsky, Mead, and the new sociocultural studies of identity. The Cambridge companion to Vygotsky, 2007. 101-135.
348. Hook G., Kearns I. (eds). Subregionalism and World Order. London: Macmillan. 1999.
349. 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
350. Hurrell A. On Global Order: Power, Values, and the Constitution of International Society. Oxford: Oxford University Press, 2007.
351. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1997.
352. 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
353. 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
354. 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. 10.1037/dev0000339.
355. Keating M. The new regionalism in Western Europe: territorial restructuring and political change (Cheltenham: Edgar publishers). 1998.
356. Kelly G.A. The theory of personality. The psychology of personal constructs. N.Y., 1963.
357. Kidd M. Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural society. Procedia. Social and Behavioral Sciences, 236, 2016, 25-28. International Conference on Communication in Multicultural Society, CMSC 2015, 6-8 December 2015, Moscow, Russian Federation.
358. 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.
359. 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.
360. Koga K. Reinventing regional security institutions: power shifts, ideas, and institutional change (New York: Routledge), 2017.
361. Koltko-Rivera M.E. The psychology of worldviews. Review of General Psychology, 2004, 8, 3-58.
362. 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>
363. 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.
364. 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
365. Legro J.W. ‘The transformation of policy ideas’. American Journal of Political Science, 2000, 44(3): 419-432.
366. 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, (pp. 197-219). Mahwah, NJ: Erlbaum.
367. 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.
368. 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
369. Linus H., Gustafsson K. ‘Japan and identity change: why it matters in international relations’, The Pacific Review, 2015, 28:1, 1-22.
370. Lippmann, W. Public Opinion. New York: McMillan, 1922.
371. Litvinov V. The impact on tv charity acts on mass audience // MEDIAOBRAZOVANIE-MEDIA EDUCATION. 2020. No. 4. Pp. 702-712.
372. Low S.M., Altman I. Place Attachment: A Conceptual Inquiry. New York, NY: Plenum. 1992.
373. MacCrone D. Bechhofer F. Understanding National Identity. Cambridge: Cambridge University Press. 2015. 226 p.
374. 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.
375. 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.
376. McAdams D.P., McLean K.C. Narrative identity. Current Directions in Psychological Science, 2013, 22, 233-238.
377. McLean K.C., Syed M., Shucard H. Bringing Identity Content to the Fore: Links to Identity Development Processes. Emerging Adulthood. 2016, 4, 356-364.
378. 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.
379. Mead D.G. Mind, Self and Society. Chicago, 1936.
380. 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
381. 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.
382. Morgan M., Signorielli N. Cultivation analysis: New directions in media effects research. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1990.
383. Moscovici S. La psychanalyse son image et son public. Paris, 1976.
384. Moscovici S. Notes Towards a Description of Social Representations. European Journal of Social Psychology. 1988. 18. 211-250. 10.1002/ejsp.2420180303.
385. Neumann I.B. Russia as Central Europe's Constituting Other. // East European Politics and Societies. 1993. Vol. 7. N 2.
386. Nuland V. Pinning Down Putin. How a Confident America Should Deal With Russia. Foreign affairs. 2020. Vol. 99, № 4.
387. 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.
388. 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
389. Osgood Ch., Suci C., Tannenbaum P. The measurement of meaning. Urbana, 1957.
390. Paasi A. ‘Bounded spaces in the mobile world: deconstructing “regional identity”, Tijdschrift voor economische en sociale geografie, 93:2, 2002a, 137-148.
391. Paasi A. Place and region: looking through the prism of scale. Progr. Hum. Geogr. 28, 2004, 536-546. doi: 10.1191/0309132504ph502pr
392. Paasi A. Place and region: regional worlds and words. Progr. Hum. Geogr. 26, 2002b, 802-811. doi: 10.1191/0309132502ph404pr
393. 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
394. Pancer S.M. The Psychology of Citizenship and Civic Engagement. Oxford: Oxford University Press, 2015. 211p.
395. Parsons T. Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien. Opladen: Westdtentscher Verlog. 1980.
396. 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>
397. Penuel W.R., Wertsch J.V. Vygotsky and identity formation: A sociocultural approach. Educational psychologist, 1995, 30(2), 83-92.
398. Peterson G. Local symbols and place identity: tucson and albuquerque. Soc. Sci. J. 25, 1988, 451-461. doi: 10.1016/0362-3319(88)90024-9
399. Phinney J., Ong A. Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions. Journal of Counseling Psychology. 2007. 54. 271-281. 10.1037/0022-0167.54.3.271.
400. 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.
401. 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>.
402. Proshansky H.M. Environmental Psychology: People and Their Physical Setting. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston. 1976.
403. Proshansky H.M. The city and self-identity. Environ. Behav. 1978, 10, 147-169. doi: 10.1177/0013916578102002
404. 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
405. Raagmaa, G. (2002). Regional identity in regional development and planning. Eur. Plann. Stud. 10, 55–76. doi: 10.1080/09654310120099263
406. Ramos I.L., Bernardo F., Ribeiro S.C., Van Eetvelde V. Landscape identity: implications for policy making. Land Use Policy 53, 2016, 36-43. doi: 10. 1016/j.landusepol.2015.01.030
407. Redfield R. The Little Community. Viewpoints for the Study of a Human Whole. Uppsala and Stockholm: Almovist and Wiksells, 1955.
408. 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
409. 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.
410. Schneier B. Beyond Fear: Thinking Sensibly About Security in an Uncertain World, N.Y.: Copernicus, 2003.
411. 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). Р.189-200.
412. 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.
413. 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.
414. 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.
415. Siddy M. National Identities and Foreign Policy in the European Union the Russia Policy of Germany, Poland and Finland. ECPR Press. 2017. 224 p.
416. Spektor M. 'Ideias de ativismo regional: a transformação das leituras brasileiras da região'. Revista Brasileira de Política Internacional, 2010, 53(1): 25-44.
417. Sternberg R.J. Intelligence, wisdom, and creativity: Three is better than one // Educational Psychologist, 1986, 21. P. 175-190.
418. 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. Pp. 1-19.
419. Sue D.W. Counseling the culturally different: Theory & practice (2nd ed.). New York: Wiley, 1990.
420. 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.
421. 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.
422. 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.
423. Taylor D. The Quest for Identity. From minority groups to Generation Xers. Praeger, 2002.
424. 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
425. 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
426. 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.
427. Tkhostov А., Rasskazova E., Emelin V., Barabanshikova V. Psychodiagnostics of the readiness for extreme behavior in the general population / A. // European Psychiatry. 2020. Vol. 63, P. 205–205.
428. Toffler A. The Third Wave. N.Y.: William Morrow and Company, Inc., 1980, p. 366.
429. Triandis H.C. Culture and Social Behavior. New York: McGraw- Hill, Inc., 1994.
430. 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.
431. 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, 203-233.
432. 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
433. Valkenburg P., Peter J., Walther J. Media Effects: Theory and Research. Annual review of psychology, 2016, 67, 315-38.
434. 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.
435. Volkan V.D. The Need to Have Enemies and Allies: A Developmental Approach // Political Psychology. 1985. N 6. June. P. 219-247.
436. Waldrop M.M. Complexity: The emerging science at the edge of order and chaos. New York, NY: Touchstone. 1992.
437. Watzlawick P. Wie wirklich ist die Wirklichkeit? 8. Auflage. München, 2010.
438. Weber M. Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, Tübingen: Mohr. 1985.
439. Wehner L. “Role expectations as foreign policy: South American secondary powers’ expectations of Brazil as a regional power’, Foreign Policy Analysis, 11:4, 2015, 435–455.
440. Wendt A. Social Theory of International Politics. Cambridge: Cambridge University Press. 1999.
441. 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
442. 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

# **Приложение 1. Шкала психосемантического дифференциала на этапе пилотажного исследования.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Характеристики | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Характеристики |
| 1 | САМОБЫТНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПОХОЖИЙ НА ДРУГИХ |
| 2 | МОГУЩЕСТВЕННЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | НЕМОЩНЫЙ |
| 3 | ОПАСНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | БЕЗОПАСНЫЙ |
| 4 | СЛОЖНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПРОСТОЙ |
| 5 | ХИТРЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПРОСТОДУШНЫЙ |
| 6 | ВОИНСТВЕННЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | МИРНЫЙ |
| 7 | НЕНАДЕЖНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | НАДЁЖНЫЙ |
| 8 | ЛЕНИВЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ТРУДОЛЮБИВЫЙ |
| 9 | ПРИНЦИПИАЛЬНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | КОМПРОМИССНЫЙ |
| 10 | СИЛЬНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | СЛАБЫЙ |
| 11 | ТЕСНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПРОСТОРНЫЙ |
| 12 | РОДНОЙ |  |  |  |  |  |  |  | ЧУЖОЙ |
| 13 | ЯРКИЙ |  |  |  |  |  |  |  | ТУСКЛЫЙ |
| 14 | РАСТОЧИТЕЛЬНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПРЕУМНОЖАЮЩИЙ |
| 15 | РЕЛИГИОЗНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | АТЕИСТИЧЕСКИЙ |
| 16 | ПРЕКРАСНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | УРОДЛИВЫЙ |
| 17 | ПРОЦВЕТАЮЩИЙ |  |  |  |  |  |  |  | УМИРАЮЩИЙ |
| 18 | ДУХОВНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | МАТЕРИАЛЬНЫЙ |
| 19 | ОТСТАЛЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ПРОГРЕССИВНЫЙ |
| 20 | СКУПОЙ |  |  |  |  |  |  |  | ЩЕДРЫЙ |
| 21 | ОТКРЫТЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ЗАМКНУТЫЙ |
| 22 | ГРЯЗНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ЧИСТЫЙ |
| 23 | АВТОРИТЕТНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | НЕАВТОРИТЕТНЫЙ |
| 24 | ПАТРИОТИЧНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | НЕПАТРИОТИЧНЫЙ |
| 25 | ЖЕСТОКИЙ |  |  |  |  |  |  |  | МИЛОСЕРДНЫЙ |
| 26 | ЦЕЛОМУДРЕННЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | РАЗВРАТНЫЙ |
| 27 | ВЕСЁЛЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ГРУСТНЫЙ |
| 28 | ХОЛОДНЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ТЁПЛЫЙ |
| 29 | ЗАВИСИМЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | НЕЗАВИСИМЫЙ |
| 30 | ДОБРЫЙ |  |  |  |  |  |  |  | ЗЛОЙ |

# **Приложение 2. Материалы рисуночного теста для пилотажного исследования.**

Вам дано схематическое изображение территории России. На нём необходимо «расселить» разные фантастические расы и народы, героев и сказочных персонажей. Это следует делать исходя из Ваших собственных представлений об определённой территории и поиске аналога в художественных образах. Можно использовать различные фантастические миры (из книг, фильмов), насколько позволит Ваша фантазия. Вы можете придумывать собственные названия городов или заменять их известными аналогами. Всё это необходимо сделать в виде единого рисунка. Рисунок может отражать Ваше собственное представление территории регионов России, если бы Вы его описывали с помощью элементов из художественных произведений. На обратной стороне страницы можно делать условные обозначения. Там же попытайтесь коротко описать композицию Вашего рисунка и почему именно так расположены конкретные его части (соотнеся с реальной территорией). Территория не обязательно должна повторять реальную на карте, здесь важны не Ваши знания, а общие представления.



# **Приложение 3. Анкета, которая применялась на этапе эмпирического исследования.**

**Представления о России и её регионах**

Вас приветствует научный коллектив факультета Психологии МГУ имени М.В. Ломоносова! Цель нашего исследования - изучить различные аспекты восприятия образа России и её 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 чьё иное.

Надеемся, что данный опрос не только принесёт 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 определённой 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 |
| Надёжный |  |  |  |  |  |  |  | Ненадёжный |
| 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 |
| Весёлый |  |  |  |  |  |  |  | Грустный |
| Тёплый |  |  |  |  |  |  |  | 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 |
| Надёжный |  |  |  |  |  |  |  | Ненадёжный |
| 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 |
| Весёлый |  |  |  |  |  |  |  | Грустный |
| Тёплый |  |  |  |  |  |  |  | Холодный |
| 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 |
| Надёжный |  |  |  |  |  |  |  | Ненадёжный |
| 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 |
| Весёлый |  |  |  |  |  |  |  | Грустный |
| Тёплый |  |  |  |  |  |  |  | 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 |
| Надёжный |  |  |  |  |  |  |  | Ненадёжный |
| 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 |
| Весёлый |  |  |  |  |  |  |  | Грустный |
| Тёплый |  |  |  |  |  |  |  | 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 зачётах. Оцените по шкале ниже, насколько для Вас важно отсутствие определённого национального символа (*"5" - очень важно; "1" - не значимо*).

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 определённым символом, персонажем или характеристикой. Запишите первое, что приходит в голову и ассоциируется с данной категорией (*это может быть прилагательное, конкретная личность, устойчивое выражение - всё, 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 |
| Весёлый |  |  |  |  |  |  |  | Грустный |
| Активный |  |  |  |  |  |  |  | Пассивный |
| Порядочный |  |  |  |  |  |  |  | Непорядочный |
| Принципиальный |  |  |  |  |  |  |  | Беспринципный |
| Красивый |  |  |  |  |  |  |  | Некрасивый |
| Верующий |  |  |  |  |  |  |  | Неверующий |
| Справедливый |  |  |  |  |  |  |  | Несправедливый |
| Ответственный |  |  |  |  |  |  |  | Безответственный |
| Гибкий |  |  |  |  |  |  |  | Жёсткий |
| Хитрый |  |  |  |  |  |  |  | Простодушный |
| Независимый |  |  |  |  |  |  |  | Зависимый |
| Сильный |  |  |  |  |  |  |  | Слабый |

**Раздел 4. Ритуалы**

4.1 Какие группы праздников наиболее значимы лично для Вас (выбрать от одного до трёх 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 трёх 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 трёх 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 |
|  | Средне-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 подчинённых; |
|  | Добрый, простодушный, открытый, наивный; готов помочь всем, но иногда во вред себе; |
|  | Очень активный, остроумный, весёлый, 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 не просто 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. Чтобы 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 нём\*

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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 своём 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 |
|  | Средне-специальное |
|  | Неполное высшее |
|  | Высшее |
|  | Два высших и более |

# **Приложение 4. Таблица средних значений четырех образов рассматриваемых объектов по каждому из шести факторов с попарными сравнениями (однофакторный дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнениями (с поправкой Бонферрони)).**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Факторы** | **Значения каждого объекта по факторам** | | | | **Различия между объектами (F-критерий Фишера)** | | | | | |
| **Объекты** | | | | ***Россия-США*** | ***Россия-Китай*** | ***Россия-Регионы России*** | ***США-Китай*** | ***США-Регионы России*** | ***Китай-Регионы России*** |
| ***Россия*** | ***США*** | ***Китай*** | ***Регионы России*** |
| **1. Силы и могущества** | -0,07 | 0,32 | 0,18 | -0,43 | 0,000\* | 0,007\* | 0,000\* | 0,08 | 0,000\* | 0,000\* |
| **2. Безопасности и миролюбия** | -0,32 | 0,02 | 0,21 | 0,08 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,337 | 1 | 0,261 |
| **3. Визуальной привлекательности** | -0,36 | 0,32 | -0,02 | 0,07 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,008\* | 1 |
| **4. Духовности и патриотичности** | 0,25 | -0,63 | 0,35 | 0,03 | 0,000\* | 0,975 | 0,014\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |
| **5. Социальной дистанции** | 0,82 | -0,35 | -0,82 | 0,34 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |
| **6. Когнитивной сложности** | 0,03 | 0,05 | 0,36 | -0,43 | 1 | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* | 0,000\* |

# **Приложение 5. Таблицы значений мер адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО).**

*Таблица 1*

**Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) для всей выборки по четырём объектам (образ России, образ собственного региона, образ США, образ Китая)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мера адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина (КМО). | | ,966 |
| Критерий сферичности Бартлетта | Примерная Хи-квадрат | 58113,314 |
| ст.св. | 561 |
| Значимость | ,000 |

*Таблица 2*

**Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) для всей выборки отдельно по объекту образа России**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мера адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина (КМО). | | ,973 |
| Критерий сферичности Бартлетта | Примерная Хи-квадрат | 15108,227 |
| ст.св. | 561 |
| Значимость | ,000 |

*Таблица 3*

**Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) для всей выборки отдельно по объекту образа собственного региона**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мера адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина (КМО). | | ,957 |
| Критерий сферичности Бартлетта | Примерная Хи-квадрат | 7390,971 |
| ст.св. | 561 |
| Значимость | ,000 |

*Таблица 4*

**Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) для всей выборки отдельно по объекту образа США**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мера адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина (КМО). | | ,924 |
| Критерий сферичности Бартлетта | Примерная Хи-квадрат | 5656,607 |
| ст.св. | 561 |
| Значимость | ,000 |

*Таблица 5*

**Мера адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО) для всей выборки отдельно по объекту образа Китая**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Мера адекватности выборки Кайзера-Майера-Олкина (КМО). | | ,928 |
| Критерий сферичности Бартлетта | Примерная Хи-квадрат | 5780,781 |
| ст.св. | 561 |
| Значимость | ,000 |

# **Приложение 6. Матрицы преобразований компонентов с нормализацией Кайзера.**

*Таблица 1*

**Критерий Кайзера для факторной структуры представлений о России, собственном регионе, США и Китае у молодёжи из различных субъектов страны**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компонент | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ,570 | ,536 | ,529 | ,305 | ,125 |
| 2 | -,656 | ,328 | ,103 | ,209 | ,639 |
| 3 | ,258 | -,596 | -,135 | ,643 | ,382 |
| 4 | ,265 | -,278 | ,239 | -,666 | ,593 |
| 5 | ,329 | ,416 | -,797 | -,080 | ,279 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. | | | | | |

*Таблица 2*

**Критерий Кайзера для факторной структуры представлений о России**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компонент | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ,675 | ,575 | ,324 | ,328 | -,031 |
| 2 | -,307 | -,225 | ,744 | ,332 | ,438 |
| 3 | ,300 | ,017 | -,223 | -,346 | ,861 |
| 4 | ,020 | -,184 | -,521 | ,812 | ,188 |
| 5 | -,600 | ,765 | -,145 | ,053 | ,178 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. | | | | | |

*Таблица 3*

**Критерий Кайзера для факторной структуры представлений о собственном регионе**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Компонент | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | ,591 | ,503 | ,477 | ,408 | ,064 |
| 2 | ,470 | -,383 | -,104 | -,205 | ,761 |
| 3 | -,327 | -,259 | -,093 | ,856 | ,290 |
| 4 | ,129 | ,540 | -,820 | ,088 | ,103 |
| 5 | -,553 | ,491 | ,284 | -,225 | ,567 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера. | | | | | |

# **Приложение 7. Матрицы факторных нагрузок.**

*Таблица 1*

**Матрица факторных нагрузок для структуры представлений о России, собственном регионе, США и Китае у молодёжи страны**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Повернутая матрица компонентовa** | | | | | | |
|  | Компонент | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Авторитетный\_Неавторитетный | ,776 |  |  |  |  |  |
| Сильный\_Слабый | ,759 |  |  |  |  |  |
| Могущественный\_Немощный | ,739 |  |  |  |  |  |
| Независимый\_Зависимый | ,710 |  |  |  |  |  |
| Решительный\_Нерешительный | ,707 |  |  |  |  |  |
| Прогрессивный\_Отсталый | ,657 |  |  |  |  |  |
| Процветающий\_Умирающий | ,623 |  |  |  |  |  |
| Умный\_Глупый | ,589 |  |  |  |  |  |
| Принципиальный\_Беспринципный |  |  |  |  |  |  |
| Остроумный\_Неостроумный |  |  |  |  |  |  |
| Мирный\_Воинственный |  | ,763 |  |  |  |  |
| Безопасный\_Опасный |  | ,729 |  |  |  |  |
| Добрый\_Злой |  | ,661 |  |  |  |  |
| Надёжный\_Ненадёжный |  | ,647 |  |  |  |  |
| Вежливый\_Грубый |  | ,613 |  |  |  |  |
| Милосердный\_Жестокий |  | ,589 |  |  |  |  |
| Нравственный\_Безнравственный |  | ,520 |  |  |  |  |
| Чистый\_Грязный |  | ,504 |  |  |  |  |
| Трудолюбивый\_Ленивый |  |  |  |  |  |  |
| Щедрый\_Скупой |  |  |  |  |  |  |
| Весёлый\_Грустный |  |  | ,748 |  |  |  |
| Тёплый\_Холодный |  |  | ,696 |  |  |  |
| Оптимистичный\_Пессимистичный |  |  | ,638 |  |  |  |
| Яркий\_Тусклый |  |  | ,576 |  |  |  |
| Открытый\_Замкнутый |  |  |  |  |  |  |
| Прекрасный\_Уродливый |  |  |  |  |  |  |
| Верующий\_Атеистический |  |  |  | ,815 |  |  |
| Духовный\_Материальный |  |  |  | ,717 |  |  |
| Патриотичный\_Непатриотичный |  |  |  | ,537 |  |  |
| Просторный\_Тесный |  |  |  |  | ,806 |  |
| Родной\_Чужой |  |  |  |  | ,793 |  |
| Сложный\_Простой |  |  |  |  |  | ,840 |
| Хитрый\_Простодушный |  |  |  |  |  | ,570 |
| Самобытный\_Похожий |  |  |  |  |  | ,516 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.a | | | | | | |
| a. Вращение сошлось за 7 итераций. | | | | | | |

*Таблица 2*

**Матрица факторных нагрузок для структуры представлений о России**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Повернутая матрица компонентовa** | | | | | | |
|  | Компонент | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Оптимистичный\_Пессимистичный | ,748 |  |  |  |  |  |
| Чистый\_Грязный | ,725 |  |  |  |  |  |
| Вежливый\_Грубый | ,725 |  |  |  |  |  |
| Процветающий\_Умирающий | ,703 |  |  |  |  |  |
| Тёплый\_Холодный | ,692 |  |  |  |  |  |
| Мирный\_Воинственный | ,690 |  |  |  |  |  |
| Весёлый\_Грустный | ,689 | ,445 |  |  |  |  |
| Милосердный\_Жестокий | ,682 |  |  |  |  |  |
| Безопасный\_Опасный | ,676 |  | ,436 |  |  |  |
| Прогрессивный\_Отсталый | ,671 |  | ,411 |  |  |  |
| Надёжный\_Ненадёжный | ,646 |  | ,518 |  |  |  |
| Добрый\_Злой | ,644 |  |  |  |  |  |
| Трудолюбивый\_Ленивый | ,619 |  |  |  |  |  |
| Открытый\_Замкнутый | ,602 |  |  |  |  |  |
| Нравственный\_Безнравственный | ,567 |  |  |  |  |  |
| Яркий\_Тусклый | ,559 | ,517 |  |  |  |  |
| Щедрый\_Скупой | ,555 |  |  |  |  |  |
| Умный\_Глупый | ,543 | ,473 |  |  |  |  |
| Независимый\_Зависимый | ,419 |  |  |  |  |  |
| Просторный\_Тесный |  | ,712 |  |  |  |  |
| Родной\_Чужой |  | ,652 |  |  |  |  |
| Прекрасный\_Уродливый | ,451 | ,536 |  |  |  |  |
| Остроумный\_Неостроумный | ,435 | ,523 |  |  |  |  |
| Принципиальный\_Беспринципный |  |  | ,656 |  |  |  |
| Сильный\_Слабый |  |  | ,634 |  |  |  |
| Могущественный\_Немощный | ,422 |  | ,587 |  |  |  |
| Авторитетный\_Неавторитетный |  |  | ,570 |  |  |  |
| Патриотичный\_Непатриотичный |  | ,401 | ,429 | ,401 |  |  |
| Решительный\_Нерешительный |  |  |  |  |  |  |
| Верующий\_Атеистический |  |  |  | ,854 |  |  |
| Духовный\_Материальный |  |  |  | ,637 |  |  |
| Хитрый\_Простодушный |  |  |  |  | ,871 |  |
| Самобытный\_Похожий |  |  |  |  |  | ,696 |
| Сложный\_Простой |  |  |  |  | ,525 | ,654 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.a | | | | | | |
| a. Вращение сошлось за 12 итераций. | | | | | | |

*Таблица 3*

**Матрица факторных нагрузок для структуры представлений о собственном регионе**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Повернутая матрица компонентовa** | | | | | | |
|  | Компонент | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Прогрессивный\_Отсталый | ,798 |  |  |  |  |  |
| Процветающий\_Умирающий | ,779 |  |  |  |  |  |
| Авторитетный\_Неавторитетный | ,760 |  |  |  |  |  |
| Могущественный\_Немощный | ,752 |  |  |  |  |  |
| Сильный\_Слабый | ,727 |  |  |  |  |  |
| Независимый\_Зависимый | ,697 |  |  |  |  |  |
| Решительный\_Нерешительный | ,642 |  |  |  |  |  |
| Надёжный\_Ненадёжный | ,561 | ,503 |  |  |  |  |
| Чистый\_Грязный | ,524 |  |  |  |  |  |
| Умный\_Глупый | ,502 |  |  |  |  |  |
| Трудолюбивый\_Ленивый | ,467 |  |  |  |  |  |
| Принципиальный\_Беспринципный |  |  |  |  |  |  |
| Щедрый\_Скупой |  |  |  |  |  |  |
| Мирный\_Воинственный |  | ,749 |  |  |  |  |
| Безопасный\_Опасный |  | ,651 |  |  |  |  |
| Вежливый\_Грубый |  | ,604 |  |  |  |  |
| Милосердный\_Жестокий |  | ,574 | ,478 |  |  |  |
| Добрый\_Злой |  | ,563 |  |  |  |  |
| Нравственный\_Безнравственный |  | ,531 | ,488 |  |  |  |
| Верующий\_Атеистический |  |  | ,828 |  |  |  |
| Духовный\_Материальный |  |  | ,692 |  |  |  |
| Патриотичный\_Непатриотичный |  |  | ,619 |  |  |  |
| Весёлый\_Грустный |  |  |  | ,602 |  |  |
| Оптимистичный\_Пессимистичный |  |  |  | ,582 |  |  |
| Тёплый\_Холодный |  |  |  | ,548 |  |  |
| Остроумный\_Неостроумный |  |  |  | ,520 |  |  |
| Открытый\_Замкнутый |  |  |  |  |  |  |
| Родной\_Чужой |  |  |  |  | ,631 |  |
| Просторный\_Тесный |  |  |  |  | ,620 |  |
| Прекрасный\_Уродливый |  |  |  |  | ,581 |  |
| Яркий\_Тусклый | ,476 |  |  |  | ,568 |  |
| Самобытный\_Похожий |  |  |  |  | ,512 |  |
| Сложный\_Простой |  |  |  |  |  | ,830 |
| Хитрый\_Простодушный |  |  |  |  |  | ,780 |
| Метод выделения факторов: метод главных компонент.  Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.a | | | | | | |
| a. Вращение сошлось за 8 итераций. | | | | | | |

1. https://yagazeta.com/lichnost/126255/ [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/> [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://government.ru/docs/35733/> [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22JjAe7irNxc.pdf> [↑](#footnote-ref-4)