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

19.00.01 — Общая психология, психология личности,

история психологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата психологических наук

Москва – 2022

Работа выполнена на кафедре методологии психологии факультета психологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова»

|  |  |
| --- | --- |
| **Научный руководитель:** | **Матвеева Лидия Владимировна** – доктор психологических наук, профессор. |

# Общая характеристика работы

**Актуальность.**

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; Собкин, Калашникова, 2019; 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 (Собкин, Мнацаканян, 2015; 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 представлений о родной стране 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.

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

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

**Предмет:** 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, 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:**

1. Проанализировать основные теоретические подходы и результаты эмпирических исследований в изучении представлений о России в картине мира человека.
2. Проанализировать модели идентичности человека и обосновать необходимость изучения региональной идентичности в рамках психологической науки.
3. Сравнить категориальную структуру представлений о России с категориальной структурой представлений о собственном регионе проживания у молодёжи страны.
4. Рассмотреть образ героя России и образ героя своего региона у молодёжи из различных регионов страны.
5. 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-методологическая основа 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. Тежфела, 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 участие755 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.

**Научная новизна.** 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 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 структуры модели 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 их гражданской и региональной идентичности.

**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.

**Надежность и достоверность результатов** обеспечивается использованием исследовательских процедур в соответствии со стандартами современной экспериментальной психологии; организацией процедуры исследования с использованием достаточного объема эмпирических данных; использованием методов исследования, адекватных предмету, целям и задачам исследования; применением методов математической обработки данных, адекватных проверяемым гипотезам; содержательным анализом полученных результатов.

# 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 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).

**Структура диссертации**. Работа состоит из введения, 2 глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Объём работы без приложений составил 161 страницу. В диссертационной работе содержится 7 рисунков и 11 таблиц. Список литературы включает в себя 430 наименований, из них 148 на иностранных языках.

# Основное содержание диссертации

Во **Введении** обоснована актуальность исследования; определены объект, предмет, цели и задачи, гипотезы; представлены теоретико-методологические основания работы, научная новизна, теоретическая и практическая значимость; изложены положения, выносимые на защиту.

В **первой главе «Представления о стране как важная составляющая картины мира человека в эпоху глобализации»** проведен анализ подходов к изучению картины мира человека; рассмотрен вопрос о месте представлений о стране в картине мира человека; систематизированы этапы, концепции и модели идентичности; изложены подходы и авторское понимание соотнесения процессов формирования представлений о России и её регионах с формированием гражданской и региональной идентичности молодёжи страны.

В **разделе 1.1.** «Понятие картины мира и представлений о родной стране» **в параграфе 1.1.1.** *«Категория «картина мира» в психологических исследованиях»* описаны отечественные и зарубежные подходы к изучению феномена картины мира. Показано, что для отечественной школы характерно использование понятия не «картина мира», а именно «образ мира» (Леонтьев, 2005). В основе образа мира человека лежат его представления, в которых возможно выделение когнитивных и эмоциональных составляющих (Смирнов, 1981; Леонтьев, 1983; Петухов, 1984; Асмолов, 2002; Петренко, 2005).

Для зарубежных исследователей характерно использование понятия «картина мира» (Corson, 1995; Koltko-Rivera, 2004; Bond, 2013). Американский исследователь М. Колтко-Ривера определил картину мира, как набор предположений о физической и социальной реальности, который может оказывать сильное воздействие на сознание и поведение, и который одобряется в отношении мира и его функционирования. В рамках данного исследования именно это понятие принято за основное.

Анализ литературы показал, что существуют разнообразные трактовки содержания понятия «представление»: в философском понимании (Кант, 1966; Шопенгауэр, 1992); в русле деятельностного подхода (Смирнов, 1981; Леонтьев, 1983; Петухов, 1984); в рамках социальной психологии (Петровский, 1996; Московичи, 1998; Дюркгейм, 2008); в психологии личностных конструктов (Стрелков, 1989; Артемьева, 1999; Серкин, 2006); в рамках когнитивной психологии (Найссер, 1981; Канеман, 2014).

Показано, что исследователи устанавливают связь между понятиями «образа» и «представления»: образ являет собой некоторое осознанное субъективное представление (Хольт, 2009; Арнхейм, 2012). Образ есть «своеобразное перцептивное высказывание о мире» (Петренко, 2013).

**Параграф 1.1.2.** «*Исследование представлений о родной стране в картине мира человека*» посвящен изложению теоретических и эмпирических исследований, изучающих формирование образа родной страны.

Показано, что в одних работах представления о России рассматриваются с точки зрения политического восприятия (Шестопал, Смулькина, Морозикова, 2019); в других рассматриваются географические основания при формировании данных представлений (Авилов, Кранзеева, Яницкий, 2019); ряд работ концентрируются на социологических методах исследования (Сикевич, 2009); а другие исследования во главу угла ставят культурно-исторические аспекты восприятия (Снежкова и др., 2019).

Отмечено, что в психологической науке становится всё больше исследований, связанных с изучением образа страны (К.А. Абульханова-Славская, Л.И. Анцыферова, М.И. Воловикова, О.С. Дейнека, А.Г. Долгих, А.Г. Журавлёв, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеева, О.В. Митина, С. Московичи, В.Ф. Петренко, Л.И. Рюмшина, Л.А. Шайгерова, Е.Б. Шестопал и др.).

**Параграф 1.1.3.** «*Влияние СМИ на трансформацию картины мира человека*» посвящен анализу факторов, влияющих на модификацию представлений человека о родной стране и о своём регионе. Описываются основные подходы к изучению эффектов воздействия СМИ на картину мира человека.

Выделено три основных объекта, на которые оказывают воздействие СМИ: эмоции, когниции, поведение (Винтерхофф-Шпурк, 2007; Матвеева, 2007; Латынов, 2013; Виноградова, Мельник, 2015 и др.).

**Параграф 1.1.4.** «*Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека*» посвящен описанию психосемантического метода исследования, как одного из основных способов изучения сознания и категориальной структуры восприятия человеком различных аспектов действительности.

Показано, что в отечественной науке исследование категориальной структуры сознания представлено работами значительного числа учёных (Е.Ю. Артемьевой, Л.С. Выготского, А.Я. Гуревича, А.Н. Леонтьева, Ю.М. Лотмана, М.К. Мамардашвили, В.Ф. Петренко, С.Л. Рубинштейна). Работы данных исследователей в совокупности с эмпирическими результатами работ зарубежных учёных (Дж. Келли, Ч. Осгуд) привели к разработке нового направления в психологии – психосемантика.

Психосемантический подход позволяет оценивать эффективность коммуникативного воздействия, изучать содержание и функционирование индивидуального и общественного сознания. Данный метод позволяет наиболее эффективно и качественно исследовать представления молодёжи о родной стране и родном регионе проживания.

**Раздел 1.2.** «Структура идентичности человека» посвящён комплексному описанию подходов к трактовке различных уровней идентичности.

**В параграфе 1.2.1.** *«Личностная и социальная идентичность человека»* описываются основные отечественные и зарубежные подходы к пониманию идентичности человека в целом.

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

**В параграфе 1.2.2.** «*Региональная идентичность человека*» рассматривается понятие «региональная идентичность». Отмечается, что данный термин наиболее разработан концептуально в зарубежных исследованиях, в меньшей степени представлен в работах отечественных исследователей.

Рассматривается междисциплинарный подход к пониманию региональной идентичности с точки зрения различных научных направлений науки: географии (Paasi, 1986; Крылов, 2007; Замятин, Замятина, Митин, 2008), истории (Головнева, 2013; Ширманов, 2015), экономики (Aslam et al., 2020), медицины (Fritsche et al., 2018), политологии (Wehner 2015; Koga, 2017), психологии (Proshansky, 1978; Chow, Healey, 2008; Kroger, Marcia, 2011; Lewicka, 2011; Schubach, Zimmermann, Noack, 2016; Galliher et al., 2017).

Проведён анализ эмпирических исследований, который позволяет определить, что положительная региональная идентичность, то есть положительное отношение к своему региону, способствует полноценному развитию индивида (Low, Altman, 1992; Raagmaa, 2002; Terluin, 2003; Knapp, 2006; Chow, Healey, 2008; Linus, Gustafsson, 2015; Schubach, Zimmermann, Noack, 2016; Максимова и др., 2019).

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).

Показано, что такие структурные элементы, как когнитивный, эмоциональный, поведенческий, ценностно-смысловой – выделяются исследователями при рассмотрении моделей 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).

**В параграфе 1.2.3.** «*Этнокультурная и гражданская идентичность человека*» рассматриваются понятия «этнокультурная идентичность» и «гражданская идентичность».

Показано, что этническая идентичность представляет собой часть идентичности социальной, то есть несёт в себе представления человека о себе как о члене определённой этнической группы, наряду с эмоциональным и ценностным значением, которое приписывается вместе с этим членством (Tajfel, 1985; Tajfel, Turner, 1986; Солдатова, 1998; Стефаненко, 2018).

Основные теоретико-методологические компоненты гражданской идентичности, как психологического феномена, изложены в научных трудах А.Г. Асмолова, О.А. Карабановой, М.С. Гусельцевой (Асмолов, Карабанова, Гусельцева, 2012); Н.В. Безгиной (Безгина, 2013), Н.Л. Ивановой, Г.Б. Мазиловой (Иванова, Мазилова, 2010), Д.В. Монастырского (Монастырский, 2017), Д.И. Чистовского (Чистовский, 2017) и др. Но большинство работ так или иначе связано с рассмотрением этнической или этнокультурной идентичности. Уровень региональной и гражданской идентичности в меньшей степени изучен отечественными исследователями. Хотя в целом можно свидетельствовать о том, что данная тема актуальна на сегодняшний день и объединяет в себе подходы, реализованные в различных научных дисциплинах.

**В параграфе 1.2.4.** «*Связь различных уровней идентичности человека с представлениями о родной стране и своём регионе проживания*» приведён обзор исследований и показано, что гражданская и региональная идентичности, в определённой степени, строятся на основе представлений о родной стране и своём регионе проживания.

Процесс формирования идентичности напрямую связан с представлениями о персонифицированном образе героя и врага, с ритуальной составляющей определённой культуры и с символьным выражением этой самой культуры (Фрейд, 1991; Щепанская, 1993; Эриксон, 1996; Лебон, 2005).

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 об определённой территориальной целостности (Заковоротная, 1999; Белинская, 2004; Евгеньева, 2004; Шнейдер, 2004; Breakwell, 2010; Суворова, 2016; Евгеньева, Титов, 2017; Евгеньева, Смулькина, Цымбал, 2020).

На основании теоретического анализа различных уровней и моделей идентичности, структуры картины мира, сформулированы следующие **выводы**:

1. Проведённый теоретический анализ основных подходов к изучению идентичности позволяет говорить о том, что понятие «идентичность» имеет множественное значение. Исследователями выделяется личностная и групповая идентичность. Причём групповая идентичность напрямую связана с пространственным измерением: той территорией, на которой человек проживает и формируется как личность (региональная, этническая, гражданская идентичность).

2. 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.

3. Проведённый теоретический анализ основных подходов к изучению идентичности позволяет выделить четыре основных структурных компонента модели идентичности: когнитивный, эмоциональный, ценностный, регулятивный (поведенческий).

**Вторая глава «Эмпирическое исследование представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных регионах страны»** посвящена описанию программы эмпирического исследования, результатов исследования представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных макрорегионах страны.

**В разделе 2.1.** «Процедура проведения эмпирического исследования»описывается методология и выборка всего эмпирического исследования.

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

Все этапы исследования проходили в заочном режиме, на онлайн-площадке Testograf.ru. Это специальная лицензированная площадка для сбора данных, где респонденты дают своё официальное согласие на обработку полученных данных в научных целях.

**В разделе 2.2.** «Первый этап эмпирического исследования: «Категориальная структура представлений о России, регионе проживания, США и Китае в едином психосемантическом пространстве для молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны»описывается методология, полученные результаты и основные выводы первого этапа исследования.

**В параграфе 2.2.1.** *«Процедура проведения первого этапа эмпирического исследования»* приводится методическое обеспечение первого этапа 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).

**В параграфе 2.2.2.** «*Результаты первого этапа исследования*» приведены результаты первого этапа эмпирического исследования.

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 1.

*Таблица 1*

**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 |

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. 2).

# *Таблица 2*

# 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 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.

**В параграфе 2.2.3.** *«Выводы и обсуждение результатов по первому этапу эмпирического исследования»* приводится анализ полученных результатов на первом этапе исследования, происходит сравнение с теоретическими предпосылками исследования.

Показано, что категориальная структура общего факторного пространства представлений о России, о регионе проживания, о Китае и США описывается 6 факторами: силы и могущества, безопасности и миролюбия, визуальной (эстетической) привлекательности, духовности и патриотичности, социальной дистанции, когнитивной сложности.

По результатам данного этапа исследования можно 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).

**В разделе 2.3.** «Второй этап эмпирического исследования: «Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах для молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны» приведены методология и результаты второго этапа эмпирического исследования.

**В параграфе 2.3.1.** *«Процедура проведения второго этапа эмпирического исследования»* показана методология второго этапа исследования.

На втором этапе исследования эмпирические данные, полученные в ходе применения метода психосемантического дифференциала, обрабатывались другим способом. Производилась дифференцированная оценка по каждому из двух объектов (отдельно образ России, отдельно образ своего 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 позволяет говорит о корректном использовании факторизации данных и получении надёжных результатов исследования (Наследов, 2004; Сидоренко, 2004).

**В параграфе 2.3.2.** *«Результаты первой части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны»*приведены результаты первой части второго этапа эмпирического исследования.

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 3*

**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 |

Выявлена факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны по итогам обработки данных исследования (см. рис. 1).

**Рисунок 1.** **Категориальная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны**

**(горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – факторное значение)**

По первому наиболее значимому фактору (27,4% дисперсии) выделились четыре макрорегиона, в которых молодёжь на высоком уровне оценивала свои представления о России – это макрорегионы Черноземья, Юга России, Урала и Дальнего Востока.

**В параграфе 2.3.3.** *«Результаты второй части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о регионе проживания у молодежи из различных макрорегионов страны»*приведены результаты второй части второго этапа эмпирического исследования.

Выявлена факторная структура представлений о своём регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов России.

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. 4).

*Таблица 4*

**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 |

Если рассматривать результаты представлений молодёжи о своих регионах по каждому макрорегиону, то можно наблюдать следующую картину (см. рис. 2).

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

**Рисунок 2. Категориальная структура представлений о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны**

**(горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – факторное значение)**

**В параграфе 2.3.4.** *«Результаты и обсуждение результатов по сравнительному анализу категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах»*приведены результаты сравнительного анализа факторных структур представлений о России и о регионах проживания молодёжи страны.

При сравнении оценок респондентов по представлениям о России с оценками по представлениям о своём регионе можно выделить следующие закономерности:

– среди молодёжи из всех макрорегионов именно представители Юга России и Черноземья показали наибольшие значения по фактору «Процветание и сила» в представлениях о своём регионе и по релевантному фактору «Силы и могущества» в представлениях о России;

– фактор «Духовность и патриотичность» набирает максимальные значения в представлениях о своём регионе для молодёжи из макрорегионов Черноземья и Юга России. Похожая специфика оценок наблюдалась и для представлений о России по фактору «Духовность и патриотичность»: молодёжь из Черноземья оценивала данный фактор выше остальных;

– по четвёртому фактору «Эмоциональное принятие» опять выделяются выше остальных оценки молодёжи из макрорегионов Юга России и Черноземья. И в этом случае, структура оценок соответствует релевантному фактору «Процветание и безопасность» для представлений о России, где содержались характеристики эмоциональной составляющей восприятия (весёлый, оптимистичный, тёплый).

**В параграфе 2.3.5.** *«Выводы по второму этапу эмпирического исследования»* приведены основные выводы по итогам второго этапа исследования.

Оказалось, что 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).

**В разделе 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» приведены основные цели, задачи, методология и результаты третьего этапа эмпирического исследования.

**В параграфе 2.4.1.** *«Процедура проведения третьего этапа эмпирического исследования»* показана методология третьего этапа исследования.

В качестве методологии 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.

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.

**В параграфе 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»* описаны основные результаты данного этапа исследования.

Приведена дальнейшая статистическая обработка 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 (см. табл. 5).

*Таблица 5*

**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 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. 6).

*Таблица 6*

**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.

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.

**В параграфе 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»* представлены основные результаты описания образа героя России и героя региона проживания респондентами из различных регионов страны.

В результате обработки данных методом контент-анализа получены обобщенные характеристики и конкретные примеры описания образа героя России у молодёжи страны (см. рис. 3).

**Рисунок 3.** **Описание образа героя России (по всей выборке).**

Отмечено, что в образе 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.

Получено описание образа героя своего региона у молодёжи страны (см. рис. 4).

**Рисунок 4.** **Описание образа героя своего региона по всей выборке.**

Показано, что в образе регионального героя на первый план выходят характерологические качества личности (64%), а именно: смелый, сильный, патриотичный, трудолюбивый, умный.

Отмечено, что в отличие от образа героя России значительно сократилась категория конкретных персонажей в ответах респондентов. Только для молодежи из макрорегиона Черноземья, в частности Курской области, напротив, очень сильно выражен образ героя в качестве конкретного персонажа (Хмелевской А.А. – герой Чеченской войны, Перекальский – герой ВОВ, Старовойт – губернатор Курской области). Вместе с макрорегионом Поволжья, в частности Самарской областью, (Азаров – губернатор Самарской области) это единственные два региона, где молодежь указывала в качестве региональных героев живущих в настоящее время людей.

Для представителей макрорегионов Юга России, Севера России и Сибири характеристики социального героизма (умный, трудолюбивый) оказывались наиболее существенными, чем для респондентов из других регионов.

**В параграфе 2.4.4.** *«Выводы по третьему этапу эмпирического исследования»* излагаются выводы, полученные на третьем этапе эмпирического исследования:

1. Представления о России, выраженные в виде символов исторического развития страны у молодёжи из различных регионов, ассоциируются с различными 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. Образы героя России и регионального героя имеют свою региональную специфику для молодёжи страны. Для жителей макрорегионов Поволжья, Черноземья и Юга России оказывается важным персонифицированный образ, который выражает собой героя России и героя своего региона (В.В. Путин, Ю.А. Гагарин, Г.К. Жуков). Для других же макрорегионов, в особенности Севера России и Центральной России, важны личностные характеристики, определяющие данные образы (отважность, мужественность, патриотичность, бескорыстие).

3. 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.

Представленные результаты эмпирического исследования позволили сформулировать следующие **выводы** по всей работе:

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.

В **Заключении** обобщены результаты теоретического анализа и эмпирического исследования представлений о России и её регионах у молодёжи страны; обозначена важность изучения проблемы развития именно региональной идентичности, как основы формирования позитивного восприятия образа России; показано, что основная когнитивная и эмоциональная связь жителя России происходит, прежде всего, именно со своим регионом, со своим локальным местом проживания; обозначены перспективы проведения дальнейших исследований.

# Публикации по теме диссертации

Основное содержание диссертации отражено в 10 публикациях (общий объем — 12,63 п.л.; авторский вклад — 10,73 п.л.).

# Публикации в изданиях, индексируемых в Web of Science, Scopus, RSCI, а также в рецензируемых научных изданиях из перечня рекомендованных Минобрнауки России, утвержденных Учёным Советом МГУ для защиты в диссертационном совете МГУ по специальности

**19.00.01** — **Общая психология, психология личности, история психологии:**

1. Литвинов В.Ю. Особенности восприятия праздников у молодежи из различных макрорегионов России // Психологический журнал – 2022. – Tом 43. – №1 C. 60-71. (1,27 п.л.). **[Scopus SJR = 0,23]. RSCI.**
2. Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В. Региональная идентичность как предиктор гражданской идентичности у молодёжи страны // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2021. No 3. С. 147-173. (1,62 п.л./0,81) **[ИФ РИНЦ — 2,2]**. **RSCI.**
3. 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. (2,43/1,6 п.л.). **[ИФ РИНЦ —1,245].** **RSCI, ESCI.**
4. Litvinov V. The impact on TV charity acts on mass audience // Mediaobrazovanie-media education. — 2020. — no. 4. — P. 702–712. (1,3 п.л.) **[ИФ РИНЦ — 0,446]**. **ESCI.**
5. Литвинов В.Ю. Влияние СМИ на региональные образы России в общей картине мира молодежи // Национальный психологический журнал. — 2020. — Т. 38, № 2. — С. 158–169. (1,4 п.л.). **[ИФ РИНЦ — 1,272].**

# Научные публикации в других изданиях:

1. 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. (0,7/0,5 п.л.).
2. Литвинов В.Ю. Психосемантическое исследование региональной идентичности у молодежи, проживающей в различных регионах России // Экспериментальная психология в социальных практиках. – Т. 1. – Универсум Москва, 2020. – С. 126-137. (1,3 п.л.).
3. Литвинов В.Ю. Геокультурное пространство Прихоперья как ресурс развития территории // Материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых География в современном мире: вековой прогресс и новые приоритеты. – Т. 1. – Свое издательство Санкт-Петербург, 2018. – С. 1081-1086. (0,7 п.л.).
4. Литвинов В.Ю. Телеэмпатия: воздействие телевидения на эмоции аудитории // Векторы развития современной России. Границы дают отпор: демаркация практик, пространств и языков описания. Сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции молодых ученых 20-22 апреля 2017 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербург, 2018. – С. 207-214. (0,9 п.л.).
5. Литвинов В.Ю. Влияние аудиовизуальных эффектов в телевизионных благотворительных акциях на телезрителей с разным уровнем эмпатии // Инновационные ресурсы социальной психологии: теории, методы, практики. Сборник научных работ / Отв. ред. О.В. Соловьева, Т.Г. Стефаненко. – М.: МГУ, 2017, ISBN 978-5-89357-373-2. С. 325–330. (0,7 п.л.).

# Тезисы:

Litvinov V., Matveeva L. Categorical structure of young people’s perception of Russian regions // Book of Abstracts: XVI European Congress of Psychology (ECP 2019) (2‒5 July, 2019, Lomonosov Moscow State University, Moscow). – Moscow University Press Moscow, 2019. – P. 1380-1380. (0,1/0,05 п.л.).

Litvinov V.U. TV charity actions as a subject of psychological impact on mass audience // Book of Abstracts: XVI European Congress of Psychology (ECP 2019) (2‒5 July, 2019, Lomonosov Moscow State University, Moscow). – Moscow University Press Moscow, 2019. – P. 1251-1252. (0,2 п.л.).