

Литвинов Владимир Юрьевич

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

Специальность: 5.3.1. – Общая психология, психология личности,
история психологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата психологических наук

Москва

2024

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

Научный руководитель: доктор психологических наук, профессор,
Матвеева Лидия Владимировна

Официальные оппоненты: Акопов Гарник Владимирович
доктор психологических наук, профессор кафедры
общей и социальной психологии Самарского
филиала Государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
города Москвы «Московский городской
педагогический университет»

Дейнека Ольга Сергеевна
доктор психологических наук, профессор кафедры
политической психологии Федерального
государственного автономного образовательного
учреждения высшего образования «Санкт-
Петербургский государственный университет»

Ведущая организация: Федеральное государственное автономное
образовательное
учреждение высшего образования «Иркутский
государственный университет»

Защита состоится «25» апреля 2024 года в 17:00 на заседании
диссертационного совета 24.1.110.02 на базе Федерального государственного
бюджетного учреждения науки Института психологии Российской академии наук
(ИП РАН) по адресу: 129366, Москва, ул. Ярославская, д.13, корп.1.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Федерального
государственного бюджетного учреждения науки Института психологии
Российской академии наук (ИП РАН) и на сайте: <https://ipran.ru/>

Автореферат разослан « ____ » _____ 2024 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат психологических
наук

Мурашева Ольга Владимировна

Общая характеристика работы

Актуальность.

Интенсивное развитие научно-технических достижений обеспечивает трансформацию традиционных форм коммуникации и информационных процессов, лежащих в основе современной глобализации (Ушаков, 2020; Савченко, Самойленко, 2022). Возрастает конкуренция между различными государствами в распространении информационного контента, что влияет на индивидуальное и коллективное сознание людей в разных странах (Гостев, 2017; Нестик, Журавлев, 2018; Дейнека, 2021).

В. Вундт предложил категорию сознания в качестве основного предмета психологической науки. Для него человеческое сознание определяется, как ассоциативно связанные между собой элементы: ощущения, образы и чувства. Соединяясь между собой, они образуют представления, которые отражают объективную действительность вокруг индивида. Г.В. Акопов по этому поводу пишет о том, что сознание неотрывно от субъекта – оно не существует вне самого субъекта и развивается при помощи факторов контакта (коммуникации и общения) и свободы (творчества и созидания), описывая тем самым двухфакторную структуру сознания (Акопов, 2010).

В российской науке многие исследователи уделяли внимание представлениям, как основным элементам сознания. По мнению С.Л. Рубинштейна, представление – это воспроизведённый образ предмета, основывающийся на личном прошлом опыте индивида. Представление не является «... механической репродукцией восприятия. Это изменчивое динамическое образование, каждый раз при определенных условиях вновь создающее и отражающее сложную жизнь личности» (Рубинштейн, 2000, с. 280).

Изучение трансформации представлений об определённой стране у её жителей 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 вовлечён индивид» (Леонтьев, 1975, с. 64). В связи с этим, представления о своей родной стране являются основополагающим элементом картины мира человека.

Многими исследователями отмечается тот факт, что картина мира человека отражает базовые категории идентичности личности (Berger, Luckmann, 1966; Леонтьев, 1983; Шестопал, 2008; Петренко, 2009; Белинская, 2018; Катвалян, Костромина, 2018; Дубовская, 2019). А в её основе лежит ведущий компонент – представления о родной стране. 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 (Гостев, 2012; Собкин, Мнацаканян, 2015; Юревич, Журавлев, 2016; Сухарев, 2017; Кыштымова, Ангеловска, 2018; Дейнека, 2019; Емельянова, 2019; Литвинов, Матвеева, 2020; Матвеева и др., 2021).

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; Носуленко, Самойленко, 2012; Журавлев, Юревич, 2014; Емелин, Рассказова, Тхостов, 2014; Мельникова, Кутковая, 2014; Карабанова, 2017; Зинченко, Шайгерова, Шилко, 2019; Веракса и др., 2020; Павлова, Гребенщикова, 2020). Прежние социальные институты разрушаются или трансформируются, что приводит к кризису идентичности человека (Поддьяков, 2006; Асмолов, Асмолов, 2010; Белинская, 2018; Носкова, 2018; Знаков, 2020; Солдатова, Войскунский, 2021).

Исследователи приходят к выводу о том, что формирование представлений о своей родной стране и регионе проживания являются неотъемлемым процессом интеграции человека в систему социальных и культурных отношений, на который в значительной степени влияет ценностный компонент и дихотомия «Свой – Чужой» (Заковоротная, 1999; Белинская, 2004; Евгеньева, 2004; Шнейдер, 2004; Breakwell, 2010; Гостев, 2016; Суворова, 2016; Евгеньева, Титов, 2017; Дейнека, 2019).

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

Цель: выявление психологического содержания 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:

Психологическое содержание представлений 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.

2. Модальность представлений о России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, связана с модальностью представлений о собственном регионе проживания.

3. Характеристики образа героя России отличается от характеристик 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 и обосновать необходимость изучения представлений о своём регионе проживания как части картины мира человека.

3. Выделить и сравнить категориальную структуру представлений о России с категориальной структурой представлений о собственном регионе проживания у молодёжи страны.

4. Исследовать роль праздничных ритуалов в структуре представлений о России у молодёжи из различных регионов страны.

5. Рассмотреть образ героя России и образ героя своего региона у молодёжи из различных регионов страны.

6. Исследовать символы, которые связываются в сознании молодёжи с определённым историческим периодом развития страны.

Теоретико-методологическая основа исследования.

Общими теоретико-методологическими основаниями работы являются психологическая теория деятельности А.Н. Леонтьева и положения культурно-исторической психологии Л.С. Выготского; модель культурных представлений, основанная на концепции культурного программирования Г. Хофстеде.

При формировании исходных идей исследования были использованы: разработки в области психосемантики сознания Ч. Осгуда, Е.Ю. Артемьевой, В.Ф. Петренко, В.П. Серкина, А.Г. Шмелева; системно-субъектный подход Е.А. Сергиенко; концепция менталитета А.Л. Журавлева, А.В. Юревича.

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, ассоциативный метод. Разработана авторская анкета, которая была направлена на получение информации о представлениях молодёжи о России и об 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; однофакторный дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнения (с поправкой Бонферрони).

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

Научная новизна. Эмпирически выявлено психологическое содержание

категориальной структуры представлений о России и регионе проживания у молодежи.

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

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 носитель личного поступка, проявления доблести и благородства. Образ регионального героя описывается характеристиками абстрактного идеала героического начала.

Впервые для российской выборки установлены связи между представлениями у молодёжи о регионе проживания и о России в целом. Обнаружено, что модальность отношения молодёжи к региону проживания соотносится с модальностью отношения к России в целом у молодёжи из различных макрорегионов страны.

Теоретическая значимость. Впервые проведён сравнительный анализ категориальной структуры представлений о родной стране и категориальной структуры представлений о собственном регионе проживания. Что позволяет рассматривать полученные факторы как важные структурные составляющие картины мира человека.

Произведена актуализация изучения представлений именно о собственном регионе проживания для молодёжи страны в рамках психологической науки. Изучение представлений о собственном регионе проживания является важной составляющей, которая отражает формирование чувства патриотизма, региональной идентичности, представлений о России и, в определённой степени, формирует представления о будущем страны.

Экспериментально выделены и доказаны основные компоненты категориальной структуры представлений о родной стране и регионе проживания.

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 быть 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. Психологическое содержание представлений о России у молодежи страны описывается следующими структурными компонентами: когнитивным, который связан с показателями силы, авторитета, процветания и особого показателя когнитивной сложности территории; эмоциональным, который складывается из визуальной привлекательности места, ощущения собственной безопасности на определённой территории; поведенческим, проявляющимся в показателях патриотизма и социальной дистанции и самобытности страны в глазах проживающих на её территории жителей; ценностно-смысловым, отражающим нравственно-этическое отношение к людям и окружающему миру.

2. Выявлена связь психологического содержания представлений о России и психологического содержания представлений 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.

3. Праздничные ритуалы, образы героев России и региональных героев, исторические символы развития страны являются важной составной частью представлений о России и регионе проживания в картине мира молодёжи страны. Ценностно-смысловое содержание данных образов формирует самобытность и региональные особенности в представлениях о России у молодёжи из различных регионов страны: для жителей каждого отдельного макрорегиона складывается своя иерархия значимости праздников; выявлены различия в описании образа героя России и образа героя региона у молодёжи страны; в субъективном восприятии молодежи исторические символы развития страны, прежде всего, ассоциируются с политическими лидерами определенного исторического периода.

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 с 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); Международная юбилейная научная конференция, посвященная 50-летию Института психологии РАН (Москва, 2022); круглый стол по теме «Актуализация в общественном сознании традиционных духовно-нравственных ценностей народов России», Общественного совета при Уполномоченном при Президенте Российской Федерации по правам ребенка (Москва, 2023); III Заседание Экспертного клуба «Дигория» на тему «Конструирование образов будущего в условиях неопределенности» (Москва, 2023).

Структура диссертации. Работа состоит из введения, 2 глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Объём работы без приложений составил 155 страниц. В диссертационной работе содержится 15 рисунков и 13 таблиц. Список литературы включает в себя 468 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 родной 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; описаны модели идентичности и их связь с представлениями о стране и своём регионе проживания; описан психосемантический метод исследования, как основной метод исследования данной работы.

В **параграфе 1.1. «Категория «картина мира», «образ мира» и «представление» в психологических исследованиях»** описаны отечественные и зарубежные подходы к изучению феномена картины мира.

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).

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

Параграф 1.2. *«Исследование представлений о России в картине мира человека»* посвящен изложению теоретических и эмпирических исследований, изучающих формирование представлений о родной стране.

Показано, что в одних работах представления о России рассматриваются с точки зрения политического восприятия (Шестопал, Смутькина, Морозикова, 2019); в других рассматриваются географические основания при формировании данных представлений (Авилов, Кранзеева, Яницкий, 2019; Шульгина, 2021); 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 представлений о России (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. Рюмина, Л.А. Шайгерова, Е.Б. Шестопал и др.).

Параграф 1.3. *«Влияние СМИ на трансформацию представлений о России в картине мира человека»* посвящен анализу факторов, влияющих на модификацию представлений человека о родной стране и своём регионе проживания. Описываются основные подходы к изучению эффектов воздействия СМИ на картину мира человека.

СМИ оказывают воздействие на три основных составляющих индивидуального и коллективного сознания человека: эмоции, когниции, поведение (Винтерхофф-Шпурк, 2007; Матвеева, 2007; Латынов, 2013; Виноградова, Мельник, 2015 и др.).

Параграф 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 одними из первых построений семантического пространства стали работы Ч. Осгуда (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957). Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда появился в ходе исследований учёным феномена синестезии – ассоциативной связи разномодальных ощущений у субъекта.

В отечественной науке исследование категориальной структуры сознания представлено работами значительного числа учёных (Е.Ю. Артемьевой, В.Ф. Петренко, А.Г. Шмелев, В.П. Серкин). Работы данных исследователей стали основой для разработки нового направления в психологии – психосемантики.

В параграфе 1.5. *«Связь представлений о родной стране и регионе проживания с идентичностью человека»* описываются основные отечественные и

зарубежные подходы к пониманию идентичности человека. Приведён обзор исследований и показано, что гражданская и региональная идентичности в определённой степени связаны с представлениями о родной стране и своём регионе проживания.

Выявлено, что 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).

На основании теоретического анализа структуры картины мира и элементов представлений о родной стране и регионе проживания, сформулированы следующие **выводы**:

1. Картина мира человека представляет собой сложный конструкт, который опирается и формируется на основе представлений о родной стране как отдельном государстве, а также на основе представлений о месте своего проживания, о своём регионе, малой Родине.

2. Психосемантический метод даёт возможность изучать содержание и функционирование индивидуального и общественного сознания. Данный метод позволяет наиболее эффективно и качественно исследовать представления молодёжи о родной стране и регионе проживания.

3. В представлениях о родной стране и регионе проживания в определённой степени проявляется гражданская и региональная идентичность индивида. Которая, в свою очередь, находит отражение в категориальной структуре представлений о стране и регионе в виде категории социальной близости («Свой – Чужой») и ценностно-смысловом компоненте.

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 на разных его этапах 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.

В разделе 2.2. «Категориальная структура представлений о России, регионе проживания, США и Китае в едином психосемантическом пространстве для молодёжи, 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.

На первом этапе исследования для проведения сравнительного анализа в едином психосемантическом пространстве, кроме объектов образа России и образа региона проживания, также были использованы объекты образа США и

образа Китая.

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»). Используются шкалы релевантные тем, которые прошли валидизацию в исследованиях Л.В. Матвеевой с соавторами по определению категориальной структуры образа России (Матвеева и др., 2014) и были апробированы на предварительном этапе нашего 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 (см. табл. 1).

Таблица 1

**Факторная структура представлений о России, регионе проживания, США и Китае у молодёжи страны
(анализ данных осуществлён по всей выборке)**

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

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

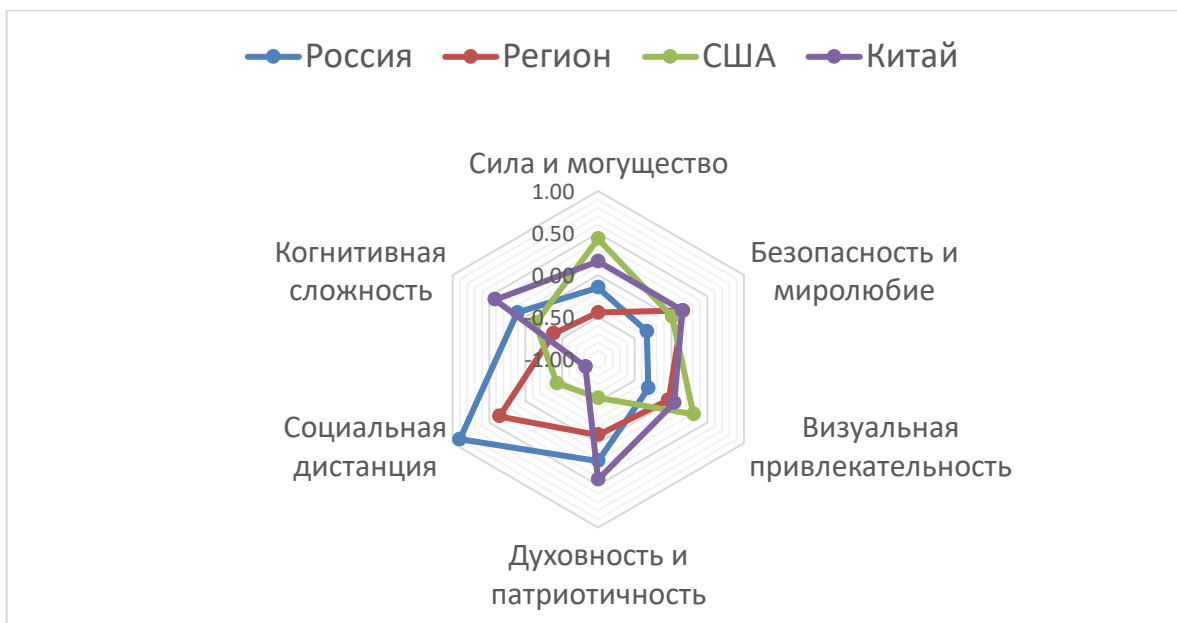


Рисунок 1. Категориальная структура представлений о России, собственном регионе, США и Китае у молодёжи из различных макрорегионов страны (в целом по выборке).

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

По результатам данного этапа 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 формируется уникальные представления о России, как отдельном государстве, и о собственном регионе, которые отличаются от представлений о других странах (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 испытуемым предлагалась психосемантическая шкала, которая включала в себя 33 биполярные характеристики и применялась на первом этапе данного исследования. Но теперь респонденты из каждого макрорегиона страны отдельно оценивали образ России и отдельно оценивали образ родного региона проживания.

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 (см. табл. 2).

Таблица 2

Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны

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

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

Также стоит отметить, что на второе место по степени значимости вышел фактор «Социальная дистанция», описывающий 11,5% дисперсии. В данном факторе основными характеристиками выступает просторность (отсылка к физическому пространству), показатель социальной дистанции (характеристика «Свой – Чужой»), характеристика красоты (эстетический компонент) и остроумность (когнитивный компонент). Данный факт свидетельствует о том, что при оценке представлений о собственной стране молодёжь ориентируется на более тесную эмоциональную связь с ней, психологическая близость территории становится во многом определяющей для них.

Выявлена факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны по итогам обработки данных исследования (см. рис. 2).

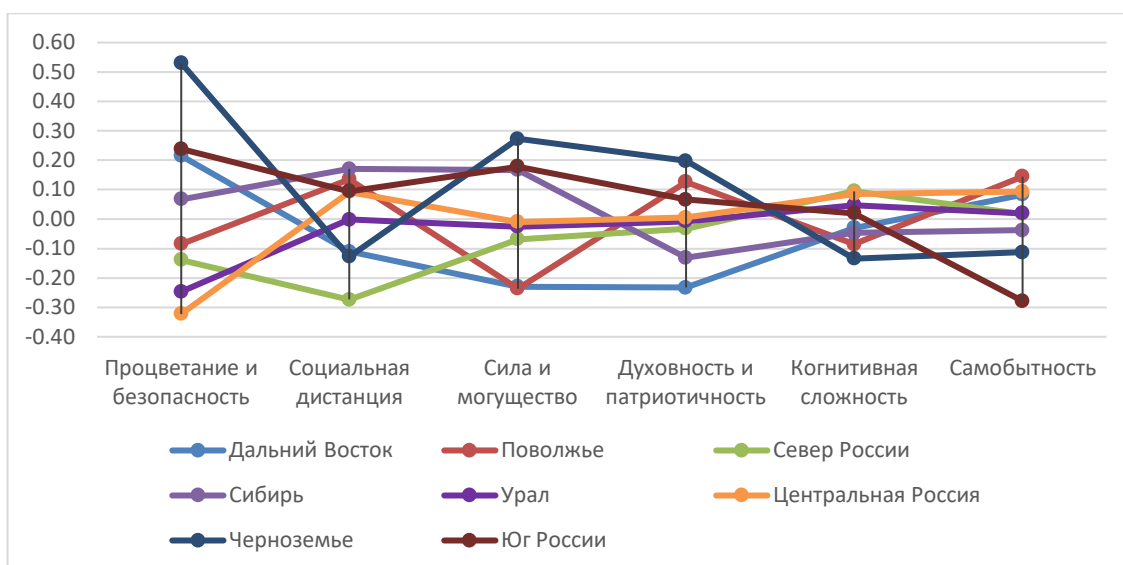


Рисунок 2. Категориальная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значения факторов).

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.

Второй фактор «Социальная дистанция» для представителей практически всех макрорегионов занимает область средних значений.

Третий фактор «Сила и могущество» принимает максимальные положительные значения для молодёжи из Черноземья, Юга России и Сибири. Они высоко оценивают авторитет страны, её силу и могущество.

Четвёртый фактор «Духовность и патриотичность» в целом сосредоточен в области средних показателей. Выше остальных оценивают данный фактор представители Черноземья, Юга России и Поволжья.

Пятый фактор «Когнитивная сложность» является 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 сторону высоких значений выделяются оценки респондентов из Поволжья, Дальнего Востока и Центральной России.

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 (см. табл. 3).

Таблица 3

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

Результаты, описывающие оценки молодёжи по каждому из макрорегионов страны для представлений о собственном регионе проживания, показаны на Рисунке 3.

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

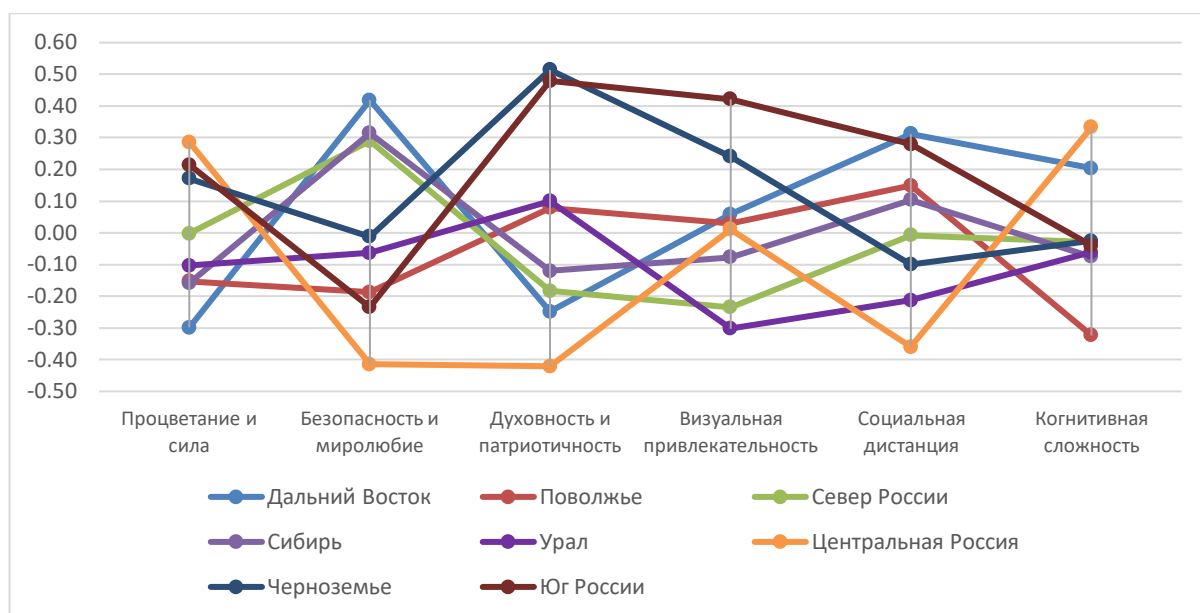


Рисунок 3. Категориальная структура представлений о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значения факторов).

В параграфе 2.3.4. «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.

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 проживания. Также в представлениях о России выделился фактор «Самобытность», которого не было в структуре представлений о собственном регионе. В то же время, в структуре представлений о регионе появился фактор «Визуальная привлекательность», которого не было в структуре представлений о России;

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

В параграфе 2.3.5. «Выводы по второму этапу эмпирического

исследования» приведены основные выводы по итогам второго этапа исследования.

Полученная категориальная структура представлений о России и регионе проживания характеризует отношение к стране и региону молодёжи из различных макрорегионов России. Данные представления описываются следующими компонентами: когнитивным, который связан с показателями силы, авторитета, процветания и особого показателя когнитивной сложности территории; эмоциональным, который складывается из визуальной привлекательности места, ощущения собственной безопасности на определённой территории; поведенческим, проявляющимся в показателях патриотизма и социальной дистанции и самобытности страны в глазах проживающих на её территории жителей; ценностно-смысловым, отражающим нравственно-этическое отношение к окружающему миру.

Если рассматривать региональные различия в представлениях о России и о своём регионе проживания, то здесь прослеживается особая закономерность, состоящая в том, что молодёжь 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 праздничных ритуалов; символов, отражающих историческое развитие России; и образов героев, у молодёжи, 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.

На данном этапе рассматривались три уровня модели культурных представлений Г. Хофстеде: ритуальная составляющая, реализованная в виде праздников России; образы героев страны и героев регионов проживания молодёжи; исторические символы развития России.

Выборка третьего этапа исследования.

Всего на данном этапе исследования в каждой из трёх частей приняли участие 318 человек. Средний возраст всей выборки колеблется от 14 до 28 лет ($M = 21.5$, $SD = 7.2$). В исследовании приняла участие молодёжь, проживающая в 8 макрорегионах России (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). Из них 64% составляли женщины и 36% мужчины.

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

Данные группы праздников составлялись на основе теоретических

предпосылок и эмпирических результатов работ М.И. Воловиковой с коллегами (Воловикова, 2003, 2012) и включали в себя следующие варианты: государственные праздники (День независимости, День конституции, День народного единства и т.д.); региональные праздники (День города, День региона, местные праздники); религиозные праздники (Крещение, Пасха, Рождество и т.д.); семейные праздники (день рождения, именины, годовщина и т.д.); Новый год; День Победы (9 мая); «мужские» праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т.д.); «женские» праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т.д.); спортивные праздники (Олимпийские игры, Чемпионаты мира и т.д.). В последнем варианте респондент мог предложить свою собственную классификацию праздников и указать её.

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. При этом описанием могла являться, как определённая личностная характеристика, так и пример конкретного вымышленного или реального исторического персонажа.

В третьей части третьего этапа исследования 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 осуществлялось для каждого исторического этапа по отдельности.

Разделение на исторические периоды происходило по принципу, который обусловлен сменой политического курса, появлением новых укладов экономической, социальной и культурной жизни страны. Таким образом, выделены следующие этапы: Древняя Русь, Царская Россия, Советский Союз, современная Россия. Такая периодизация принята в учебной исторической литературе и в общем выделяется многими исследователями историками как основная (Полищук, 2007; Михеев, 2012).

Затем осуществлялось выявление различных групп символов, отражающих историческое развитие представлений о России, в том числе: образ политического лидера, образ значимой культурной личности, образ главного исторического события, образ трансформации 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).

В параграфе 2.4.2. *«Результаты и обсуждение результатов первой части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме праздничных ритуалов у молодёжи страны»* описаны основные результаты данного этапа исследования.

Количественный анализ результатов выбора респондентами наиболее важных типов праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России представлен на Рисунке 4.

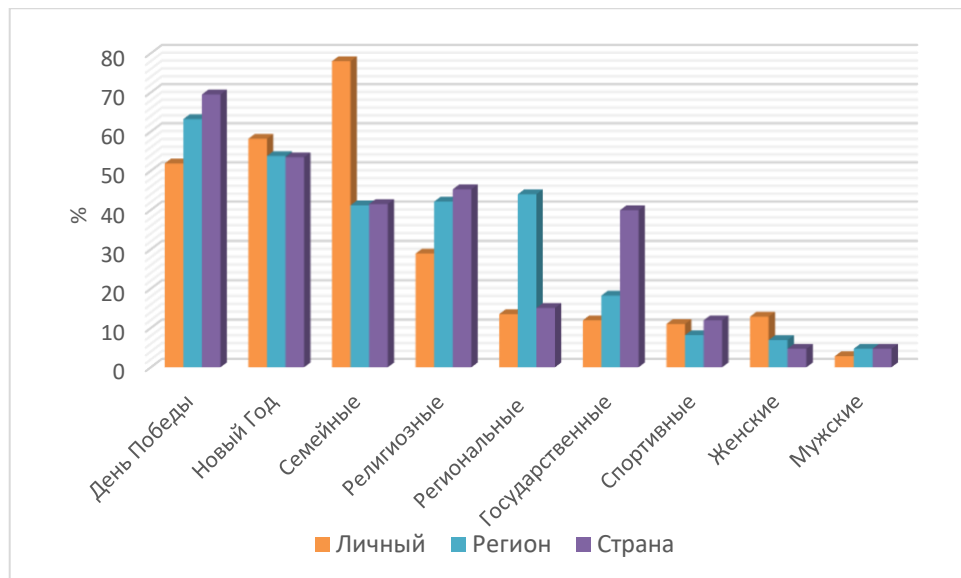


Рисунок 4. Рейтинг наиболее значимых типов праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%).

На представленном рисунке особо стоит отметить три типа праздников, которые получили значительно большее число упоминаний среди респондентов, чем другие. Этими категориями стали День Победы (9 мая), Новый год и семейные праздники, которые стали значимыми для респондентов на всех представленных уровнях (личном, региональном, на уровне страны).

Также в ходе исследования предпринималась попытка рассмотреть значимость выделенных типов праздников для респондентов, которые проживают в различных макрорегионах России. Полученная картина в процентном соотношении значимости государственных и региональных праздников для респондентов из различных макрорегионов страны представлена на Рисунке 5, а, б.

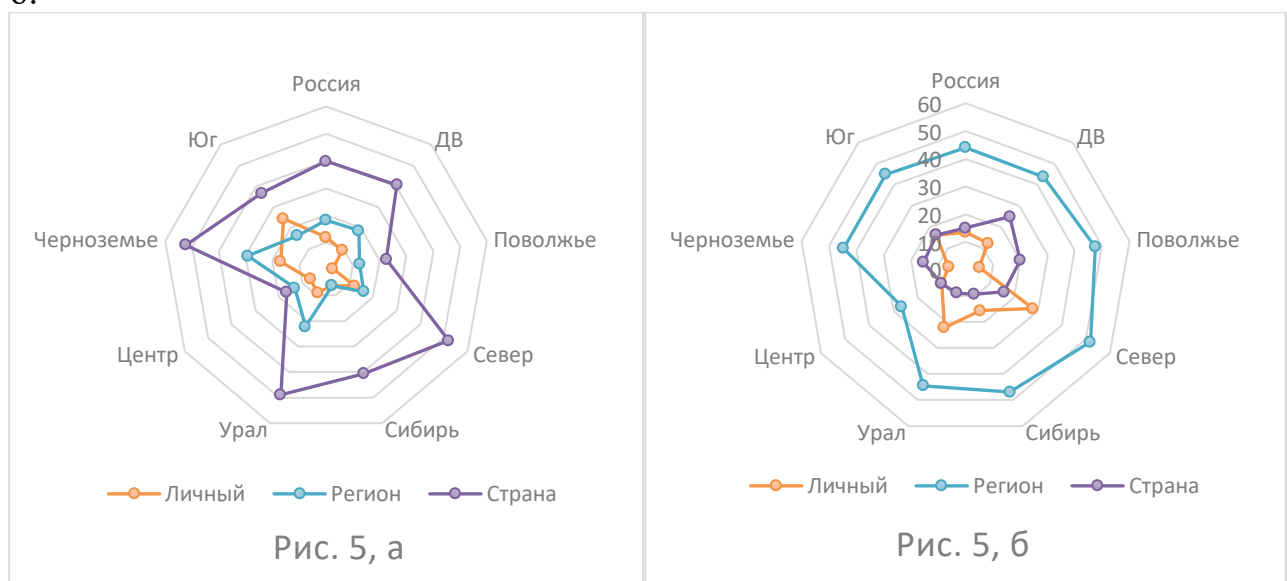


Рисунок 5, а, б. Рейтинг государственных (а) и региональных (б) праздников для себя лично, для жителей собственного региона и для России в целом в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%).

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 молодежи страны (см. рис. 5).

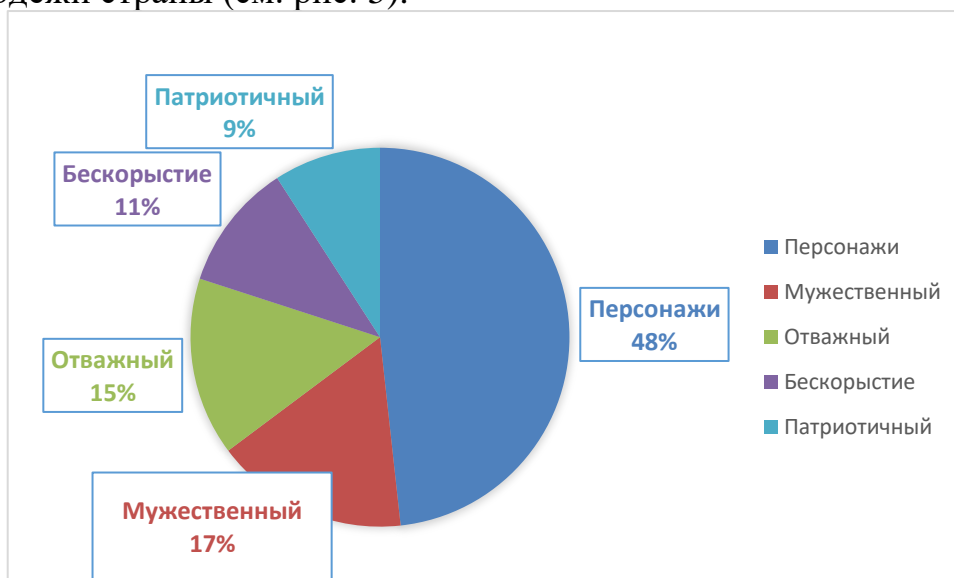


Рисунок 5. Описание образа героя России (по всей выборке).

Также было получено описание образа героя своего региона у молодежи страны (см. рис. 6).



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

В параграфе 2.4.4. «*Результаты и обсуждение результатов третьей 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.

Получены следующие средние ранги символов, отражающих определенный период исторического развития России у молодёжи из различных макрорегионов страны (см. табл. 4).

Таблица 4

Средние ранги оценок символов, отражающих историческое развитие России, по всей выборке

Исторические этапы	Группы символов, отражающих определённый этап исторического развития России			
	<i>Политические лидеры</i>	<i>Культурные персоналии</i>	<i>Исторические события</i>	<i>Географические территории</i>
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.

В параграфе 2.4.5. «Выводы по третьему этапу эмпирического исследования» излагаются основные выводы третьего этапа:

1. Существуют количественные и качественные различия в выборе молодежью наиболее важных типов праздников лично для себя, для представителей своего региона и для жителей России.

2. У молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны, выявлены особенности в оценивании значимости различных категорий праздников. Для представителей каждого отдельного макрорегиона складывается своя иерархия значимости изучаемых категорий праздников.

3. Обнаружены значимые 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 героизма.

4. Представления о России, выраженные в виде символов исторического развития страны, у молодёжи из различных регионов ассоциируются, прежде всего, с образами главных политических лидеров.

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

1. Категориальная структура представлений о России и регионе проживания у молодёжи страны описывается следующими основными компонентами: когнитивный компонент, который связан с факторами «Сила и могущество», «Процветание и безопасность», «Процветание и сила», «Когнитивная сложность»; эмоциональный компонент, связанный с фактором «Визуальная привлекательность»; поведенческий компонент, связанный с факторами «Социальная дистанция», «Самобытность»; ценностно-смысловой компонент, связанный с факторами «Духовность и патриотичность», «Безопасность и миролюбие».

2. Представления о регионе проживания у молодёжи страны описываются тремя наиболее значимыми факторами: «Процветание и сила», «Безопасность и миролюбие», «Духовность и патриотичность». Также были выделены и ещё три фактора: «Визуальная привлекательность», «Социальная дистанция», «Когнитивная сложность». 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. Данные различия прослеживаются по всем выделенным факторам, что свидетельствует об уникальности ценностно-смыслового содержания представлений о своём регионе для молодёжи каждого макрорегиона страны.

3. В картине мира молодежи из различных регионов страны характер представлений о России, во многом, соотносится с теми эмоциональными и визуальными впечатлениями, которые связаны с представлениями об их родном регионе проживания. Данное сопоставление дает основание утверждать, что формирование представлений о собственном регионе проживания в определенной степени определяет формирование представлений о стране в целом у молодежи из различных регионов России. Так, молодёжь из макрорегионов Черноземья и Юга России в несколько большей степени по сравнению с респондентами из других макрорегионов положительно оценивает представления о России и представления о регионе своего проживания.

4. У молодежи, проживающей в различных макрорегионах страны, выявлены особенности в оценивании значимости изучаемых типов праздников. Для жителей каждого отдельного макрорегиона складывается своя иерархия значимости праздников, которая самобытна и связана с определёнными региональными представлениями. Различия между оценкой респондентов из отдельных макрорегионов существенны между собой, что позволяет говорить о формировании особых региональных предпочтений, особого представления собственного региона и России в целом для молодёжи из различных регионов страны.

5. Выявлены различия в описании образа героя России и образа героя региона у молодёжи страны. Образ героя России определён более точно,

описывается персонифицированными представлениями героя в виде конкретных субъектов.

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 характерологических качеств, таких как: патриотичный, трудолюбивый, умный.

6. Представления о России, с точки зрения её исторического развития, исследованные по основным её периодам (Древняя Русь, Царская Россия, СССР, Современная Россия), ассоциируются у молодёжи с различными типами символов. Прежде всего, выделяются именно образы главных политических лидеров определённого периода. Образы исторических событий и географических территорий оказались для молодёжи менее значимыми.

В Заключении обобщены результаты теоретического анализа и эмпирического исследования представлений о России и её регионах у молодёжи страны; обозначена важность изучения проблемы формирования представлений у молодёжи страны о собственных регионах проживания; показано, что основная когнитивная и эмоциональная связь молодёжи страны происходит, прежде всего, именно со своим регионом проживания, с локальным местом своего нахождения; обозначены перспективы проведения дальнейших исследований.

Публикации по теме диссертации

Основное содержание диссертации отражено в 11 публикациях (общий объем — 13,9 п.л.; авторский вклад — 11,9 п.л.).

Публикации в изданиях, индексируемых в Web of Science, Scopus, RSCI, а также в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ для публикации результатов диссертационных исследований по специальности 5.3.1.:

1. Литвинов В.Ю. Сравнительный анализ представлений молодежи из различных регионов страны о российской, западной и восточной цивилизациях // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2023. Т. 46. С. 17–28. (1,27 п.л.). [ИФ РИНЦ — 0,776].

2. Литвинов В.Ю. Особенности восприятия праздников у молодежи из различных макрорегионов России // Психологический журнал – 2022. – Том 43. – №1 С. 60-71. (1,27 п.л.). [Scopus SJR = 0,23]. RSCI.

3. Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В. Региональная идентичность как предиктор гражданской идентичности у молодёжи страны // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2021. № 3. С. 147-173. (1,62 п.л./0,81) [ИФ РИНЦ — 2,2]. RSCI.

4. 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.

5. 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].

6. 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:

7. 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.).

8. 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.).

9. 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.).

10. 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.).

11. 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.).