

На правах рукописи

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

Диссертация
на соискание учёной степени
кандидата психологических наук

Научный руководитель:
доктор психологических наук, профессор
Матвеева Лидия Владимировна

Москва – 2024

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Представления о родной стране, как важная составляющая картины мира человека в эпоху глобализации.	15
1.1. Категория «картина мира», «образ мира» и «представление» в психологических исследованиях.....	15
1.2. Исследование представлений о России в картине мира человека.	22
1.3. Влияние СМИ на трансформацию представлений о России в картине мира человека.	27
1.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека.....	30
1.5. Связь представлений о родной стране и регионе проживания с идентичностью человека.....	34
Выводы.....	49
Глава 2. Эмпирическое исследование представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных регионах страны.	50
2.1. Процедура проведения эмпирического исследования.	50
2.2. Первый этап эмпирического исследования: «Категориальная структура представлений о России, регионе проживания, США и Китае в едином психосемантическом пространстве для молодёжи, проживающей в различных макрорегионах страны».....	56
2.2.1. Процедура проведения первого этапа эмпирического исследования.....	56
2.2.2 Результаты первого этапа исследования.....	57
2.2.3. Выводы по первому этапу эмпирического исследования.	65
2.3. Второй этап эмпирического исследования: «Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах для молодёжи, проживающей в различных макрорегионах страны».....	67
2.3.1. Процедура проведения второго этапа эмпирического исследования.	67
2.3.2 Результаты первой части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны».	68
2.3.3 Результаты второй части второго этапа исследования «Факторная структура представлений о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны».	73
2.3.4 Обсуждение результатов по сравнительному анализу категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах.	79
2.3.5. Выводы по второму этапу эмпирического исследования.	83
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».....	85
2.4.1. Процедура проведения третьего этапа эмпирического исследования.....	85
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».	88

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».....	97
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».	102
2.4.5. Выводы по третьему этапу эмпирического исследования.	109
Выводы.....	112
Заключение.....	114
Список литературы	115
Приложение 1. Материалы рисуночного теста для пилотажного исследования.	156
Приложение 2. Анкета, которая применялась на этапе эмпирического исследования.....	157
Приложение 3. Таблицы значений мер адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО).	180
Приложение 4. Матрицы преобразований компонентов с нормализацией Кайзера.....	182
Приложение 5. Матрицы факторных нагрузок.	184

Введение

Актуальность исследования.

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 рассматривать категорию «сознания» главным предметом 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 свою очередь, представление – это воспроизведённый образ предмета, основывающийся на личном прошлом опыте индивида. И особенно важно отметить, что по мнению С.Л. Рубинштейна, представление тесно связано с прошлым опытом человека, но не является «... механической репродукцией восприятия. Это изменчивое динамическое образование, каждый раз при определенных условиях вновь создающее и отражающее сложную жизнь личности» (Рубинштейн, 2000, с. 280).

Для А.Н. Леонтьева одной из основных задач психологии в принципе являлся процесс изучения трансформации представлений об определённой стране у её жителей, 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). Исходя из

этого, можно утверждать об основополагающей взаимосвязи в представлениях о родной стране с элементами картины мира индивида.

Американский исследователь Р. Редфилд одним из первых ввёл понятие «картины мира». Оно содержит в себе некоторое целостное представление членов сообщества о самих себе, своих поступках и поведении в окружающем их мире (Redfield, 1955). Каждая культура может раскрываться сразу в нескольких интегрированных идеологических парадигмах разных сообществ, где различаются общие правила и модели поведения этих самых внутренних общностей. В этой связи, становится особенно важным изучение представлений о родной стране и о конкретном регионе проживания человека, на основе которых складывается его картина мира.

С представлениями о стране тесно связана проблема формирования и развития идентичности личности у молодёжи. Ведь именно эта категория является наиболее уязвимой к разного рода влияниям и психологическому воздействию транснациональных СМИ и информационных потоков как западного, так и восточного мира (Матвеева и др., 2014; Кольцова, Журавлев, 2017; Fritsche et al., 2018; Солдатова, 2018; Воронин, 2018).

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 – 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).

Исследователями отмечается, что представления о России как родной стране следует рассматривать «...как многогранное, многоаспектное и многоуровневое представление о стране, государстве и народе у ее граждан и граждан других стран» (Малышева и др., 2012, с. 62). Представления о России несут в себе особую систему координат, в «которой находит свое отражение национально-государственная идентичность российских граждан» (Евгеньева, Смутькина, Цымбал, 2020, с. 182). И здесь 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 оказывают значительное влияние 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).

Многие исследователи обращают внимание на то, 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.

Целью данного исследования является выявление психологического содержания категориальной структуры представлений о России и о регионе проживания у молодёжи из различных регионов страны.

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

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

Общая гипотеза исследования: Психологическое содержание представлений о России и о регионе проживания у молодёжи характеризуются наличием следующих 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. Образ героя России отличается от образа регионального героя в представлениях молодёжи из различных регионов страны.

Задачи исследования:

– Проанализировать основные теоретические подходы и результаты эмпирических исследований в изучении представлений о России в картине мира человека.

– Проанализировать и обосновать необходимость изучения представлений о своём регионе проживания как части картины мира человека.

- Выделить и сравнить категориальную структуру представлений молодёжи из различных регионов страны с релевантной структурой представлений о собственном регионе проживания.
- Исследовать праздничные ритуалы в структуре представлений о России у молодёжи из различных регионов страны.
- Рассмотреть образ героя России и образ героя своего региона у молодёжи из различных регионов страны.
- Исследовать символы, которые связываются в сознании молодёжи с определённым историческим периодом развития страны.

Теоретико-методологические основания 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 была проведена 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 России (30 регионов России). В качестве респондентов были отобраны молодые люди в возрасте от 14 до 35 лет ($M = 24.5$, $SD = 10.2$). Из общего количества респондентов 32% составляли мужчины и 68% женщины.

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: Урал, Сибирь, Центральная Россия, Поволжье, Север России, Юг России, Дальний Восток и Черноземье (Туровский, 2003; Бредихин, 2015; Дробижева, 2017). Такая сетка макрорегионов формируется на основе Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р.

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

В качестве основной процедуры исследования использовался метод психосемантического дифференциала при его дальнейшей обработке с помощью факторного анализа. При использовании данного метода в психологических исследованиях, согласно О.В. Митиной и И.Б. Михайловской, рекомендуется выборка порядка 300-500 человек (Митина, Михайловская, 2001). В данном

эмпирическом исследовании приняло участие 755 человек, что согласно заданным критериям, соответствует превосходной выборке и большой надёжности получаемых результатов.

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

Научная новизна данной работы состоит в том, что эмпирически выявлено психологическое содержание категориальной структуры представлений о России и регионе проживания у молодежи, которая описывается 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 людям и окружающему миру.

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 выявлены региональные представления о праздниках у молодёжи из различных макрорегионов страны. Показано, что молодёжь по-разному оценивает значимость праздников лично для себя, для жителя своего региона, для жителя 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 носителем личного поступка, проявления доблести и благородства. Образ регионального героя описывается характеристиками абстрактного идеала героического начала.

Впервые для российской выборки установлены связи между представлениями у молодежи 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: когнитивный компонент, который связан с показателями силы, авторитета, процветания и особого показателя когнитивной сложности территории; эмоциональный компонент, который складывается из визуальной

привлекательности места, ощущения собственной безопасности на определённой территории; поведенческий компонент, проявляющийся в показателях патриотизма и социальной дистанции и самобытности страны в глазах проживающих на её территории жителей; ценностно-смысловой компонент, отражающий нравственно-этическое отношение к окружающему миру.

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 применяться в учебно-образовательном процессе, в частности, в курсах по психосемантике, межкультурной коммуникации и медиапсихологии.

Положения, выносимые на защиту:

1. Психологическое содержание представлений о России у молодежи страны описываются 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».

Структура научной работы. Научная работа включает в себя введение, 2 главы, выводы, заключение, список литературы и приложения. Объем 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.

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

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

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

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

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

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

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

Одной из важнейших характеристик представлений выступает их отделённость от непосредственного контакта с объектом, это, прежде всего,

вторичный образ предметов и явлений, который формируется на основе процессов памяти и воображения, без действия предмета на органы чувств в настоящий момент времени.

Представления являются некоторыми строительными кирпичиками образа мира. Согласно принципу единства интеллекта и аффекта можно выделить отдельные когнитивные и эмоциональные составляющие в общей структуре представлений (Смирнов, 1981; Петухов, 1984). Причём эти элементы представлений совершенно разнообразны и индивидуальны (Асмолов, 2002; Петренко, 2005; Толстых, 2018; Знаков, 2020).

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

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

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

В.В. Петухов определяет образ с точки зрения перцептивного восприятия (Петухов, 1984). Он использует два варианта понятия образ: первое понимание, как индивидуально-конкретный образ (перцепт), обладающий сенсорными качествами, предметностью, целостностью и индивидуальностью; второе понимание, как обобщённый образ (имидж), не перцепт, конкретный представитель какого-то класса объектов, визуальное понятие.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В.С. Стёпин для определения образа мира ввел понятие «мировоззренческие универсалии» (Стёпин, 2017). Эти универсалии являются особо рода инструментами селективного отбора и транслируют опыт всех предыдущих поколений индивиду. Они лежат в основе категориальной структуры сознания в каждую историческую эпоху. И на основе них, по мнению ученого, формируется цельное обобщение всего жизненного опыта индивида, которое выражает генетический код всей цивилизации в её историко-культурном развитии.

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

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

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

В отличие от научных теорий, каждый человек может строить свои собственные, имплицитные теории (Sternberg, 1986). Они необходимы индивиду, чтобы проверить те гипотезы, которые образуются в ходе его личной социальной практики и накопления опыта. Такие имплицитные теории не всегда и не полностью осознаются им, могут приводить к противоречивым результатам, но при этом они определяют собой важную роль в жизни человека. Поэтому изучение имплицитных теорий считается одним из перспективных направлений психологической науки (Келли, 2000; Петренко, 2009; Поддьяков А.Н, Поддьяков Н.Н., 2019; Корнилова, Чжоу, 2021).

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

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

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

По результатам исследований в данной области, формирование картины мира непосредственно связано с самооценкой субъекта. Эти категории во многом

формируют психологическое благополучие индивида. Самооценка служит основанием отношения к себе как к успешному субъекту в определённой ситуации, а картина мира определяет восприятие ситуации в принципе (Bond, 2013; Савченко, Самойленко, 2022). Эти два компонента картины мира взаимосвязаны и лежат в основе поведенческих, аффективных и когнитивных аспектов деятельности человека.

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

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

1.2. Исследование представлений о России в картине мира человека.

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

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

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

Формирование представлений о стране осуществляется в ходе актов межличностной коммуникации, где происходит сопоставление разными жителями индивидуальных представлений о своей стране. Это являет собой некий процесс сотворчества, продукт которого выступает ориентиром для каждого члена общества в процессе идентификации и в итоге несёт в себе основу чувства

идентичности для всех индивидов (Солдатова, 1998; Богдан, 2007; Евгеньева, Селезнева, 2017).

Представления о родной стране осознаются человеком как часть образа окружающего мира и представляет собой целостный продукт общественного сознания. Это некоторое совокупное представление о стране, о её реалиях, формирующиеся в процессе функционирования общественного сознания (Богдан, 2007; Тарасов, 2020).

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

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

В своих работах Хофстеде описал и собственную модель построения культурных представлений. Данная модель описывает несколько концентрических окружностей, разрастающихся от центра до периферии. Ядро модели содержит в себе основные ценности определённой культуры, на основе этого ядра строятся и отталкиваются все остальные компоненты. Следующая

окружность, наиболее близкая к ядру, представляет собой ритуалы, то есть те основные традиции, которые приняты в культуре. Следующий пояс связан с героями данной культуры, образы которых олицетворяют принятые ценности и ассоциируются с ними. И внешняя окружность состоит из основных символов культуры, куда могут входить и официальные символы государств и те, с которыми ассоциируется определённая страна. При измерении каждого из этих компонентов можно достоверно проанализировать особенности культуры, измерить и качественно описать культурную, цивилизационную и национальную идентичность граждан, в сравнении с другими странами.

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

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

Похожие результаты были получены в исследовании Л.В. Матвеевой с соавторами, которое было проведено методом психосемантического шкалирования, было обнаружено, что образ современной России репрезентирован в сознании респондентов 5-7 категориями, согласно которым Россия

представляется респондентами, как «неоднозначная» и «сильная» и в то же время как «просторная» и «родная» (Матвеева и др., 2010).

В последующих исследованиях Л.В. Матвеевой с коллегами определялась категориальная структура представлений о России вместе со структурами стран Запада и Востока (Матвеева и др., 2014). Лидирующую позицию в этой категориальной структуре у молодёжи нашей страны занял фактор «благополучие и авторитет», выраженный в характеристиках прогрессивности страны, её богатства, авторитета и устремлённости в будущее. На втором месте был выведен фактор социальной дистанции («свой – чужой»). Данный фактор представляет некоторые психологические рамки коммуникации внутри определённого сообщества. Особенно интересным оказался тот факт, что был выделен «цивилизационный» фактор: для респондентов оказывалось важным соотношение представлений о стране с определённой цивилизацией в том случае, когда необходимо выполнить сравнение своей страны с другими странами, относящимися к разным культурам.

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

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

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

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

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

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

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

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

Инструменты СМИ позволяют изменять имплицитную картину мира индивида, перестраивать всю систему значений личности (Леонтьев, 1999). Данный процесс, по мнению А.А. Леонтьева, осуществляется при помощи трех основных механизмов: при помощи введения новых значений в категориальную структуру сознания человека; при помощи изменения всей структуры значений; при помощи изменения отношения к действительности в целом (Леонтьев, 2008).

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

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

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

Исследования показывают, что чрезмерная погруженность в информационную среду может приводить к различным нарушениям организации

деятельности человека (Сурнов, Тхостов 2008; Tkhostov et al., 2020). Символическая реальность, которую создают СМИ, во многом может изменять картину мира человека и его идентичность. А это может приводить к искажению основных ценностных ориентиров жизни, к неадекватному окружающей среде поведению (Леонтьев, 2003).

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

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

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

1.4. Психосемантический метод исследования категориальной структуры картины мира человека.

Основная проблема психологии сознания состоит в его многомерности, как изучить построение многомерной картины мира в индивидуальном сознании, которое регулирует всю психическую деятельность человека. И, в связи с этим, исследователями выделяются семантические элементы картины мира, несущие в себе субъективные отношения к объектам и явлениям окружающего мира, зафиксированные в виде определённого оценочного суждения по поводу них у индивида.

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

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

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

Одними из первых построений семантического пространства стали работы Ч. Осгуда (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957). Метод семантического дифференциала Ч. Осгуда впервые был использован при изучении им синестезии. Ученый пытался выделить инвариантные коррелирующие группы прилагательных, способных наиболее точно описать общие сенсорно-эмоциональные впечатления индивида. В итоге, Осгуд выделил три группы таких факторов: Оценки (хороший – плохой, добрый – злой и т.д.), Силы (сильный – слабый, твёрдый – мягкий и т.д.), Активности (активный – пассивный, быстрый – медленный и т.д.). Эти группы вбирали в себя основные описательные характеристики, которые имели связь с общими сенсорно-эмоциональными впечатлениями индивида.

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

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

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

Эксперименты Осгуда были дополнены отечественными исследованиями по построению семантического поля при помощи метода семантического радикала (эксперименты А.Р. Лурии и О.С. Виноградовой – Лурия, Виноградова, 1979) и изучением по влиянию постгипнотической инструкции, связанной с процессами

категоризации сознания (эксперимент В.Ф. Петренко и В.В. Кучеренко – Петренко, Кучеренко, 2019).

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

Один из первых отечественных исследователей в данной области Е.Ю. Артемьева указывает на то, что предметом психосемантики является исследование структур субъективного отношения к объектам, которое допускает экспериментальную фиксацию в виде оценочного суждения характеристик этих объектов (Артемьева, 1999).

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

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

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

Психосемантический метод позволяет оценивать каждого респондента в парадигме носителя собственной уникальной системы смыслов и значений,

ценностей. Как не набор диагностических характеристик индивида, а единую картину мира (Шмелев, 1982; Петухов, 1984).

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

Психосемантика изучает различные формы значений в сознании индивида, связанные с понятиями, символами или образами. Она позволяет анализировать, как на систему значений индивида влияет эмоциональная и мотивационная сфера деятельности. Психосемантика исследует и реконструирует субъективный опыт индивида в качестве определённой структуры, состоящий из системы значений и личностных смыслов, которые образуют картину мира человека (Петренко, 2013).

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

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

В.Ф. Петренко в свою очередь, выделил четыре возможных варианта трансформации семантического пространства у индивида: «изменение координат анализируемых объектов (их коннотативного значения или личностного смысла)

при неизменных категориальных осях (категориях сознания) семантического пространства; изменение перцептуальной мощности (вклада фактора в общую дисперсию) самих координатных осей, что выражает изменение субъективной значимости тех или иных оснований категоризации; изменение содержания самих категориальных осей, что отражает изменение системы конструктов, в рамках которых идет осознание некой содержательной области; изменение размерности семантического пространства (увеличение числа факторов-категорий сознания), изменение когнитивной сложности сознания» (Петренко, 2013, с. 346).

Таким образом, методологический подход семантического дифференциала позволяет в определённой степени приблизиться к операциональному определению личности как предмета конкретно-психологического исследования. Используя данный метод, исследователь получает доступ к личностно-смысловым основаниям индивида, на которые он ориентируется при дифференциации одного стимульного объекта от другого и на основе которого он выбирает собственную модель поведения в определённой ситуации (Шмелев, 2002).

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

1.5. Связь представлений о родной стране и регионе проживания с идентичностью человека.

Понятие «идентичность» было введено американским психологом Э. Эриксоном. Он определял идентичность, как некоторый твёрдо усвоенный и принимаемый лично образ самого себя, который определяет чувство тождества и целостности (Эриксон, 1996, с. 8). Данные чувства тождества и целостности могут

переживаться отдельной личностью, а могут характеризовать общество в целом, поэтому идентичность рассматривается как на уровне индивидуального субъекта, так и на уровне социальной группы (Erikson, 1968).

Термин «идентичность» используется в различных направлениях психологической науки, однако однозначного определения в современной психологии до сих пор не предложено. Так, исследователи Фрейджер и Фейдиман пишут о том, что можно разобрать понятие «идентичности» с разных точек зрения: первая позиция связана с сознательными ощущениями личной идентичности индивида; вторая – с бессознательным стремлением индивида к целостности личного характера; третья – это критерий для процесса синтеза Эго; а последняя позиция – как некоторая внутренняя солидарность индивида с групповыми идеалами и групповой идентичностью (Фрейджер, Фейдиман, 2004, с. 180).

Согласно Л.С. Выготскому, развитие идентичности на начальном этапе происходит исключительно в коллективе, а лишь затем она становится психологической функцией личности (Выготский, 1982). Идентичность человека складывается, исходя из личностных особенностей индивида и институтов его социализации. Поэтому, изучать личность индивида возможно опосредованно, опираясь на его вклад в идентичности других участников социальной группы, ориентируясь на принцип отражённой субъектности В.А. Петровского (Петровский, 1985).

В рамках направления дискурсивной психологии идентичность рассматривается посредством формирования людьми своего положения и роли относительно текста и общения в обыденной жизни, который обусловлен выбором определённой версии «Я» среди множества альтернативных версий себя. Идентичность ограничивается шириной дискурсивных ресурсов конкретного человека, построенных на основе его культурного и социального статуса (Воронин, 2015).

Одним из первых разделить групповую и индивидуальную идентичность предложил З. Фрейд. Человек, как индивидуальный субъект, значительно

отличается от человека, как члена группы. Если индивидуальная идентичность строится в определённой степени от Эго индивида, то групповая идентичность складывается под влиянием целого ряда факторов: географического расположения, исторических аспектов территории, особых материальных средств и целей, группового восприятия времени и уникального коллективного жизненного плана каждой общности (Freud, 1949).

В результате процесса идентификации происходит самоопределение индивидов, которое даёт возможность в индивидуальном и в общественном плане ощутить самодостаточность и единство с определённой общностью. Тем самым происходит связывание своего происхождения, своих успехов и неудач с этой общностью (Солдатова, 1998; Богдан, 2007; Стефаненко, 2009).

Идентичность народа несёт в себе внутреннюю психологическую реальность, которая преломляет все внешние воздействия и проявляется, прежде всего, в категории менталитета. Менталитет определяет индивидуальные личностные смыслы и чувственное отношение к событиям внешнего мира (Кольцова, Журавлёв, 2017). Он воплощает в себе психологические черты народа и выявляет главные особенности национального самосознания. С помощью менталитета происходит закрепление и трансляция уникальных механизмов восприятия мира, свойственных определённой нации.

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

иной культуры, определяющими региональную и гражданскую идентичность человека (Сухарев, 2017; Лисенкова, 2018).

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

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

Это проявляется в том, что важным свойством идентичности выступает то, что она может быть, как узкой, так и расширенной, в зависимости от ситуации складывается особая иерархия идентичностей. В качестве примера такого свойства можно привести высказывание итальянского кинорежиссёра Ф. Дзеффирелли. Он самоопределял себя территориально, как флорентийца. Но когда его называли великим итальянским режиссёром, в свою очередь говорил, что он человек мира, и у искусства нет границ. Для него оказывалась важным именно его региональная принадлежность, а не национальная или этнокультурная. В его иерархии идентичностей региональный аспект играл существенно более важную роль, чем все остальные¹.

¹ <https://yagazeta.com/lichnost/126255/>

Активный процесс формирования региональной идентичности человека реализуется параллельно с формированием социальной и гражданской идентичности. Но в отличие от стадий её развития проблема региональной идентичности недостаточно освещается в психологии и педагогике, в основном развивая свои подходы в рамках географии, социологии и политологии (Головнева, 2013).

Многие исследования подтверждают тот факт, что именно связь с территорией на эмоциональном уровне особенно значима для человека. Даже сейчас, в эпоху максимальной мобильности людей по всему миру и глобализации место проживания индивида оказывает огромное влияние на развитие идентичности граждан по всему миру (Schubach, Zimmermann, Noack, 2016).

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

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

Региональная идентичность и географический образ региона проживания человека во многом схожие понятия. Региональная идентичность позволяет обнаружить особые связи, которые объединяют местных жителей. В географических науках региональная идентичность определяется как особая совокупность выраженных в пространстве социокультурных отношений, которые тесно связаны с понятием «малой родины» (Крылов, 2007). Она представляет собой выражение особых мыслей и чувств субъекта по отношению к родному региону индивида, которые и формируют его территориальную принадлежность.

Региональная идентичность, прежде всего, должна включать так называемое чувство «самости», которое служит основой для изменения границы «Я» и «Других» (Wendt, 1999). Для государств развитие региональной идентичности или общего чувства принадлежности является важной частью институционализации и самоопределения себя как единого общества (Hook et al., 1999).

Среди специалистов в области изучения идентичности есть мнение, что: «региональная идентичность создается посредством формирования эмоциональной преданности, которая заставляет нас чувствовать, что мы принадлежим к определённой территории» (Linus, Gustafsson, 2015, p. 10). Именно эмоциональная привязанность становится определяющим элементом в формировании чувства сопричастности к местному сообществу, к отождествлению себя с конкретной территорией и её жителями.

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

М. Китинг говорит о том, что региональная идентичность и её связь с политическими действиями определяются тремя важными элементами. Первый из них включает в себя «когнитивное» осознание: «люди должны просто знать свой регион и его границы, чтобы отличать его от других регионов» (Keating, 1998, p. 86). Второй аспект можно обозначить, как «аффективный»: «как люди относятся к региону, и в какой степени он обеспечивает основу для общей идентичности, в сочетании с классовой или национальной идентичностью» (Там же). Наконец, третий элемент представляет собой «инструментальную» ориентацию, которая включает в себя степень того, как данный регион выступает в качестве основы для мобилизации и общих коллективных представлений для достижения социальных, экономических и политических целей.

Благодаря взаимодействию людей с определенной территорией, это место влияет на коллективную и индивидуальную идентичность человека, во многом определяя и образуя её. Между тем, сами люди воспринимают и конструируют идентичность места. Самобытность места не только отражается в сознании людей, но и образуется из физического, символического, институционального и других компонентов этого места (Raagmaa, 2002; Ramos et al., 2016).

Таким образом, региональную идентичность можно определить, как особый ментальный продукт взаимодействия общества с определённым пространством и ментальное отражение этого пространства в сознании индивида. Позитивная валентность региональной идентичности – это важный ресурс для развития региона, формирования его успешного бренда (Raagmaa, 2002; Terluin, 2003; Knapp, 2006; Fresque-Baxter, Armitage, 2012).

При описании региональной идентичности современной России исследователями выделяются макрорегионы, как элементы её первого уровня репрезентации. Они имеют довольно богатую историю своего формирования и функционирования, общепризнаны в политических кругах и местными жителями. Такими макрорегионами для России выделяются следующие: Урал, Сибирь, Центральная Россия, Север России, Поволжье, Юг России, Дальний Восток и Черноземье (Туровский, 2003).

Для России особенно часто региональная идентичность определяется через соотнесение личности индивида с социальной общностью конкретной административно-территориальной единицы, в виде субъекта Российской Федерации. Именно официальное наименование субъекта напрямую соотносится, как научным сообществом, так и простыми жителями, с понятием региона и его региональной спецификой. Если для гражданской идентичности основанием выступает сопричастность к стране, как к особому экономическому, социальному и политическому образованию, то региональная идентичность связана с конкретными особенностями расположения субъекта Российской Федерации, который имеет свои отличительные черты (Бредихин, 2015; Дробужева, 2017).

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

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

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

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

В целом, можно представить гражданскую идентичность с двух методологических позиций психологической науки. Во-первых, как личностное осознание принадлежности к сообществу граждан определённого государства, которое несёт в себе значимый смысл. Во-вторых, как феномен

надындивидуального сознания, характеризующий индивида как представителя коллективного субъекта (Асмолов, 2008).

Как утверждает А.Г. Асмолов, именно последовательное сочетание в процессах индивидуализации и социализации у молодёжи способствует формированию гражданской идентичности. Личность осознаёт свою принадлежность к социальной группе на уровне государства и принимает её общекультурные нормы и традиции, что и представляет собой феномен гражданской идентичности. Особо стоит отметить, что в понятие «гражданская идентичность» вкладывается именно личностный смысл для каждого субъекта (Асмолов, 2011).

В отечественных психологических исследованиях последних лет активно разрабатываются вопросы гражданской идентичности в работах: Г.В. Новиковой, А.А. Акбаровой, И.В. Арендачук, Р.М. Шиманова, Ю.А. Шатыр, Г.С. Маль, И.Г. Мулик. Зарубежные исследователи также обращаются часто к данной проблеме: Т. Chenneville, S. Toler, V.T. Gaskin-Butler, S.M. Pancer, C. Stevenson, J. Dixon, N. Hopkins.

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

Разрабатывались концепции исследований гражданской идентичности и в регионально разрезе (Степнова, 2017). И также исследования, связанные с выявлением взаимосвязи между феноменом гражданской и этнокультурной идентичности (Лебедева, 1999; Муращенко 2013).

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

этническая идентичность, религиозная идентичность, культурная идентичность, гражданская идентичность (Степнова, 1999).

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

Гражданская идентичность рассматривается как некоторый осознанный процесс, в ходе которого человек соотносит и отождествляет себя с конкретной государственной целостностью в рамках единого момента времени. Гражданская идентичность несёт в себе возможность к консолидации различных индивидов вокруг общих интересов страны.

И картина мира каждого гражданина России прежде всего формируется, исходя из его представлений о родной стране. Данные представления образуются у индивида с раннего возраста в момент становления его как личности. В основе представлений о России лежат его представления о «малой Родине», влияющие на формирование региональной идентичности.

Важным моментом в процессе изучения представлений о родной стране становится проблема формирования идентичности у молодёжи, так как именно эта целевая аудитория уязвима в большей степени к психологическому воздействию извне (Андреева Г.М., Хелкама К., Дубовская Е.М., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая, 1997; Kroger, Marcia, 2011; Fritsche et al., 2018; Солдатова, 2018; Донцов и др., 2019).

Представления человека о себе и мире начинают формироваться в раннем дошкольном возрасте. Ближе к подростковому периоду они уже оформляются окончательно, тогда происходит укрепление ценностно-смыслового ядра картины мира человека. И такого рода преобразования элементов картины мира приводят к дезадаптации молодёжи в социальном мире (Alekhin et al., 2015). И очень важно отслеживать процессы формирования актуальных культурно значимых ориентиров для молодёжи, понимать особенности их восприятия.

Многими исследователями отмечается тот факт, что картина мира индивида находит свое отражение в категориях 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 – образ родной страны. Именно он является системообразующим представлением в картине мира человека (Матвеева, 2008; Зинченко и др., 2016; Шестопал, 2016; Кыштымова, Ангеловска, 2018).

В условиях неопределённости у человека может развиваться кризис идентичности. И именно тогда происходит апелляция к пространственным характеристикам места проживания людей, как особым параметрам для объединения личностей в единое целое («Мы») (Лурье, 1940). Таким образом происходит актуализация региональной идентичности, которая в особых условиях способна влиять на поведение человека и проявляться в реальных экономических и политических процессах, как внутри самого региона, так и страны в целом.

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

Категория «Мы – Они» рассматривается исследователями, как одна из основных при формировании идентичности личности. Так Б.Ф. Поршнев делает вывод о том, что общность людей на определенной территории формируется за счёт персонификации в виде конкретных героев, общих обрядов и традиций, которые подчеркивают принадлежность к определённой группе и дифференцируют её с представителями другой группы (Поршнев, 1979).

Поэтому процесс формирования идентичности напрямую связан с представлениями о персонифицированном образе героя и врага, с ритуальной

составляющей определённой культуры и с символическим выражением этой самой культуры (Фрейд, 1991; Щепанская, 1993; Эриксон, 1996; Лебон, 2005).

В данном случае дихотомия «Мы – Они» помогает сформировать единое уникальное представление об общей территории проживания одной общности. Здесь все события формируются с особым символическим смыслом, который отличает представления живущих здесь людей от представлений всех других. Французский исследователь Л. Леви-Брюль отмечает функционирование этого процесса в виде «закона партиципации», в результате которого происходит особое эмоциональное слияние личности с группой, её идентификация с определённой территорией (Леви-Брюль, 1930).

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

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

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

Особо следует выделить подход к проблеме достижения осознаваемой и неосознаваемой идентичности, выраженный в концепции персонализации А.В. Петровского и А.Г. Асмолова. Асмолов описывает феномен персонализации, как своеобразный мост между личностной и групповой динамикой (Асмолов, 1996). У индивида проявляется потребность быть представленным в

жизнедеятельности других людей и также стремление «вобрать» в себя значимого другого, за счёт чего обеспечивается механизм идентификации (Там же; с. 525-526).

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

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

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

Немалую роль в сохранении общества и идентичности индивида играют ценности, которые способствуют интеграции поведения и переживаний индивида, сохранению его целостности. Для групповых ценностей характерно функционирование определённых правил социального взаимодействия, которые определяют поведение индивидов в процессе коммуникации.

Последовательницей Г. Тэшфела английским психологом Г. Брейкуэлл была предложена собственная структурная модель идентичности. Данная модель интересна тем, что Брейквелл стремится в ней описать социальные процессы, формирующие идентичность индивида, без разделения на социальные и личностные элементы. Главным в её структуре идентичности выступают векторы

содержания и оценки, через которые происходит описание всей модели (Breakwell, 1993, 2010). В итоге ей выделяются следующие структурные компоненты идентичности:

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

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

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

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

В итоге, можно сделать вывод о том, что данные компоненты являются важной составной частью в формировании представлений о мире, своей стране и идентичности индивида.

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

В процессе присвоения индивидом конкретной идентичности место его проживания оказывает большое воздействие на него и его картину мира (Aslam et al., 2020). Региональная идентичность, формируемая на основе места проживания индивида, способствует эффективному усвоению общегражданских ценностей, традиций, поведенческих паттернов и культурных особенностей (Неклюдова, Кабрин, 2018).

Поэтому именно представления о малой родине и своей стране лежат в основе формирования картины мира человека. Структура данных представлений представляет огромный интерес для исследователей, так как содержит в себе механизмы для формирования гражданской и региональной идентичности (Galliher et al., 2017; Яковенко, 2019).

При изучении структуры картины мира человека особенное внимание, таким образом, стоит обращать как на структуру представлений о стране своего проживания в целом, так и на структуру представлений о «малой Родине», регионе проживания индивида, где проходит его детство и формируется личность индивида.

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

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

Выводы

1. Картина мира человека представляет собой сложный конструкт, который опирается и формируется на основе представлений о родной стране как отдельном государстве, 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-смыслового компонента.

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

2.1. Процедура проведения эмпирического исследования.

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

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

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

Частные гипотезы исследования:

1. Структура представлений о России у молодёжи, проживающей в различных регионах страны, имеет свою региональную специфику.

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

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

Общим методологическим основанием для проведения эмпирической части исследования стала культурно-историческая концепция Л.С. Выготского и модель культурного программирования Г. Хофстеде (Hofstede, 1997). Данная модель состоит из четырёх уровней: символы, герои, ритуалы и ценности. Согласно Хофстеде, именно эти уровни отражают культурные представления об определённой территории. Поэтому в нашем исследовании мы решили рассмотреть все предложенные моделью Хофстеде уровни для анализа представлений о России и собственном регионе проживания у молодёжи страны.

Ценностно-смысловое содержание представлений отражено на предварительном, первом и втором этапе данного эмпирического исследования.

На третьем этапе сначала рассматривался уровень ритуальной составляющей, выраженной в виде основных групп праздников России. Затем был рассмотрен уровень героического начала, как некоторого эталона, примера личного поступка и проявления доблести и благородства (Юнг, 1991; Дольто, 2010; Кэмпбелл, 2020). И, наконец, уровень символов, отражающих историческое развитие представлений о России.

Стоит отметить, что образ героя важен не только на уровне целого государства, но и имеет определяющее значение и на уровне региональной целостности (Peng, Strijker, Wu, 2020). Образ героя своего собственного региона важен для человека, как на личностном уровне, так и на уровне единой сплочённости вокруг своей региональной группы, вокруг идеи осознания себя гражданином своей страны (Литвинов, Матвеева, 2021). Поэтому и было предложено на данном этапе рассмотреть кроме образа героя России ещё и образ регионального героя.

Предварительный этап исследования. На предварительном пилотажном этапе исследования отработывался методический инструментарий и проверялось отношение респондентов к вопросам, которые планировалось использовать на более обширной выборке на следующих этапах исследования (Литвинов, 2020). Цель данного этапа состояла в изучении особенностей представлений о макрорегионах России у молодёжи из различных регионов страны и определении роли СМИ в формировании представлений о стране (см. Приложение 1). В ходе этого пилотажного этапа применялись методы: анкетирования, психосемантического шкалирования и проективной методики.

Респонденты отвечали на уточняющие вопросы и заполняли психосемантическую шкалу, включающую в себя 33 биполярные характеристики. Необходимо было оценить изучаемые объекты (образ Севера России, образ Центральной России, образ Черноземья, образ Юга России, образ Поволжья,

образ Урала, образ Сибири, образ Дальнего Востока) по каждой из характеристик по 7-балльной шкале (от «-3» до «+3»).

А на последнем этапе респондентам предлагался проективный рисуночный тест: на контурной карте России необходимо было нарисовать те сказочные образы, которые ассоциируются у них с определённой территорией страны (см. Приложение 1).

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

Первый этап исследования. На первом этапе эмпирического исследования проводился сравнительный анализ категориальных структур представлений о России, Китае (Восточная цивилизация), и США (Западная цивилизация). Данные объекты сравнивались в едином психосемантическом пространстве между собой. Основной целью было выявление различий между представлениями об этих трёх объектах и выявление общей категориальной структуры представлений молодёжи из различных регионов страны о них.

Второй этап исследования. На втором этапе эмпирического исследования отдельно выделялась и анализировалась категориальная структура представлений о России и отдельно выделялась и анализировалась категориальная структура представлений о собственном регионе проживания у молодёжи по каждому из выделенных макрорегионов страны.

Данный этап позволил сравнить представления о России и собственном регионе проживания, проанализировать межрегиональные различия, связанные со структурой данных представлений.

Третий этап исследования. На третьем этапе эмпирического исследования изучались: ритуальная составляющая представлений о России и регионе проживания в виде праздников; образ героя России и героя родного региона; символы, выраженные в историческом развитии России. Целью данного этапа

было проанализировать внешнюю составляющую представлений о России и своём регионе, сравнить их между собой.

Выборка исследования.

Всего в данном эмпирическом исследовании приняли участие 755 человек. Средний возраст выборки колеблется от 14 до 35 лет ($M = 24.5$, $SD = 10.2$), что соответствует возрастным рамкам молодёжи, согласно ФЗ №-489 «О молодёжной политике в Российской Федерации»². Из них 68% составляли женщины и 32% мужчины.

Процедура исследования.

Исследования проводилось в два этапа: в марте-мае 2020 года и в марте-мае 2021 года. Сбор данных проходил в дистанционном цифровом формате с помощью онлайн сервиса Testograf.ru. Данный сервис представляет собой специальную лицензированную площадку для сбора данных, в которой респонденты дают своё официальное согласие на обработку полученных данных в научных целях.

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

Основная часть выборки состояла из представителей студенческих региональных сообществ различных субъектов России. Сбор данных происходил при сотрудничестве с лидерами мнений определённого региона. Участие респондентов носило добровольный характер.

Часть выборки состояла из участников Молодёжных клубов Русского географического общества (РГО). Данные участники не являются членами РГО, а всего лишь состоят в региональных кружках, подведомственных РГО. Также

² <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>

частью выборки стала молодёжь, которая является волонтерами в региональных отделениях ОАО «РЖД». Сбор данных проходил централизованно, участие респондентов носило добровольный характер.

В исследовании в общей совокупности принимала участие молодёжь, которая проживает в 8 макрорегионах России (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). Данные макрорегионы выделены на основе сетки Федеральных округов и экономических районов Российской Федерации. Они являются политически и культурно-исторически признанными территориальными образованиями, развивающимися долгое время на единых основаниях (Туровский, 2003; Головнева, 2013). Такая сетка макрорегионов формируется на основе Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р³.

В среднем в каждом макрорегионе принимала участие молодёжь из 3-4 субъектов РФ (всего было представлено в исследовании 30 субъектов РФ). При выборе количества субъектов учитывалась площадь представленных макрорегионов, численный состав населения, количество входящих в него в целом субъектов Российской Федерации. В связи с чем, макрорегион Черноземья представлен в исследовании всего одним субъектом (Курская область), так как это самый маленький по площади, количеству населения и количеству субъектов Российской Федерации макрорегион, среди всех заявленных в исследовании. Напротив, макрорегион Сибири включает в себя 6 субъектов Российской Федерации. Это связано с тем, что макрорегион Сибири обладает одной из наиболее крупных площадей среди остальных макрорегионов, численности населения и количества входящих в него субъектов Российской Федерации. Данное соотношение макрорегионов и субъектов представлено в Таблице 1.

³ <http://government.ru/docs/35733/>

Распределение участников исследования по макрорегионам РФ

Макрорегион	Кол-во респондентов в каждом макрорегионе	Субъекты РФ, входящие в макрорегионы	Кол-во респондентов в каждом субъекте
Дальний Восток	74	Сахалинская область	34
		Приморский край	16
		Хабаровский край	24
Поволжье	105	Самарская область	54
		Пензенская область	32
		Нижегородская область	19
Север России	110	Вологодская область	30
		Архангельская область	12
		Калининградская область	14
		Санкт-Петербург (с Ленинградской областью)	54
Сибирь	95	Томская область	40
		Алтайский край	8
		Кемеровская область	10
		Красноярский край	12
		Новосибирская область	12
		Омская область	13
Урал	98	Пермский край	55
		Свердловская область	27
		Челябинская область	16
Центральная Россия	112	Москва (с Московской областью)	74
		Рязанская область	27
		Ярославская область	11

Черноземье	78	Курская область	78
Юг России	83	Краснодарский край	38
		Ростовская область	24
		республика Крым (с Севастополем)	8
		Ставропольский край	13

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».

2.2.1. Процедура проведения первого этапа эмпирического исследования.

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

Испытуемые оценивали 33 биполярных характеристики психосемантической шкалы по каждому из изучаемых объектов (образ США, образ Китая, образ России, образ региона проживания). Характеристика объектов отражалась по 7-балльной шкале (от «-3» до «+3»). Шкалы прошли валидизацию в исследованиях Л.В. Матвеевой с соавторами (Матвеева и др., 2014) и были апробированы на предварительном этапе нашего исследования на выборке молодёжи из различных регионов страны (Литвинов, 2020).

Результаты данного этапа обрабатывались с использованием программ Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 23 и её процедур, в том числе показателя меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина; критерия Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторного факторного

анализа; таблицы сопряженности; однофакторного дисперсионного анализа (F-критерий Фишера), а также множественных попарных сравнений (с поправкой Бонферрони).

Выборка первого этапа исследования.

Всего на данном этапе исследования приняли участие 755 человек. Средний возраст выборки колеблется от 14 до 35 лет ($M = 24.5$, $SD = 10.2$), что соответствует возрастным рамкам молодёжи, согласно ФЗ №-489 «О молодёжной политике в Российской Федерации»⁴. Из них 68% составляли женщины и 32% мужчины.

2.2.2 Результаты первого этапа исследования.

Для решения вопроса о целесообразности применения факторного анализа для обработки полученных данных был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 3). Результаты данного критерия позволяют говорить о применимости факторного анализа к выборке на первом этапе эмпирического исследования.

Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера (Kaiser, 1960) для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 4). По данному критерию было выделено 5 основных факторов, а также был добавлен дополнительный шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигало 1, что соответствовало заданным критериям.

Обработка данных производилась методом главных компонент (вращение Варимакс), в результате которой была получена факторная структура, описывающая 64,4% дисперсии всех данных. Результаты данной обработки данных описаны в Таблице 2.

⁴ <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>

**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 – Немощный	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
Открытый – Замкнутый	0,49		
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

**Примечание.* Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении 6.

Произведена процедура выявления различий четырех рассматриваемых объектов – образ России, образ региона проживания, образ США, образ Китая, в рамках которой сравнивались средние значения объектов по каждому фактору, с использованием однофакторного дисперсионного анализа (F-критерий Фишера) и множественных попарных сравнений (с поправкой Бонферрони) для всей выборки (см. табл. 3).

Таблица 3

Средние значения четырёх рассматриваемых объектов по каждому из шести факторов с попарными сравнениями (однофакторный дисперсионный анализ (F-критерий Фишера) и множественные попарные сравнения (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 факторов 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 данные различия также выявлены по всем факторам, кроме факторов «Безопасность и миролюбие» и «Визуальная привлекательность».

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

Первый фактор (см. табл. 2) может условно быть обозначен, как фактор «Сила и могущество». Он описывает 18,4% общей дисперсии данных, и здесь главными характеристиками выступают показатели силы, авторитета, могущества и независимости. Особо следует выделить характеристики прогресса и дальнейшего процветания территории, которые тоже оказались значимыми. Но именно показатель силы наиболее важен для молодёжи при оценке представлений о выделенных объектах.

Второй фактор (15,6% дисперсии) можно обозначить, как фактор «Безопасность и миролюбие», так как он связан с понятиями миролюбия, безопасности, доброты и надёжности. Важно отметить, что здесь соединены в одном факторе и характеристики доброты, надёжности и милосердия, и характеристики вежливости, чистоты, трудолюбия и нравственности. В итоге фактор соединяет в себе характеристики, которые связаны как с морально-нравственными, так и с этическими категориями. В сознании современной молодёжи мир и безопасность связаны с содержанием этических систем и имеют важное значение при формировании представлений об определённом социуме.

Третий фактор (11,7% дисперсии) «Визуальная привлекательность». Здесь значимыми оказались характеристики весёлости, теплоты, оптимистичности, яркости и открытости. Он во многом определяет внутреннюю и внешнюю коммуникацию с пространством, а также отношение человека к месту

проживания, включает эстетические характеристики самого места и тех людей, которые его населяют.

Четвёртый фактор (7,3% дисперсии) включает характеристики веры, духовности, патриотизма и нравственности. Фактор описывается религиозно-этическими характеристиками и может быть выражен под названием фактора «Духовность и патриотичность». Для молодёжи выявлена значимость взаимосвязи нравственно-этических характеристик и патриотизма.

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

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

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

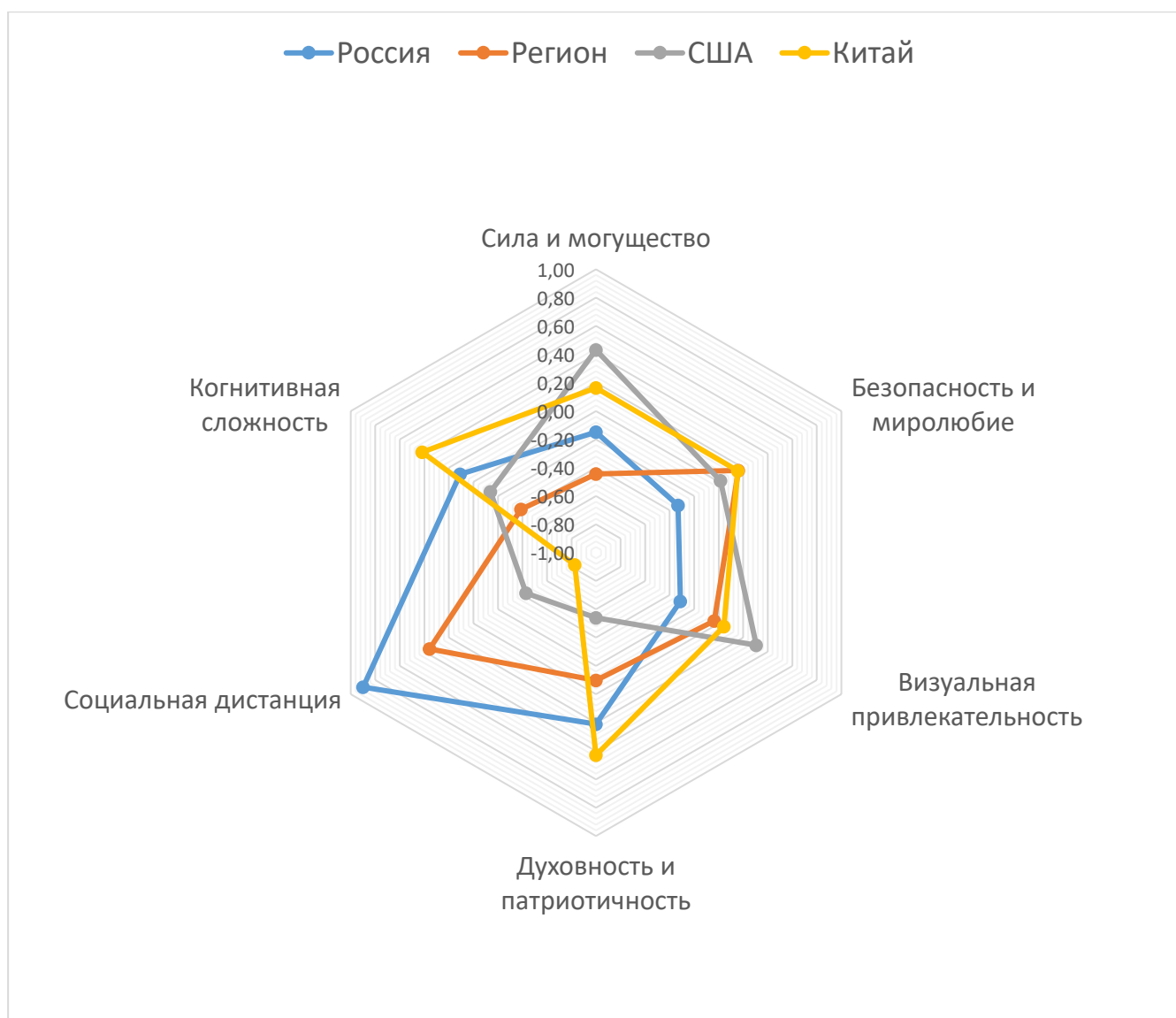


Рисунок 1. Категориальная структура представлений о России, собственном регионе, США и Китае у молодёжи из различных макрорегионов страны (в целом по выборке).

Выявлены неоднозначные факторные оценки по изучаемым объектам у молодежи страны. Каждый из объектов имеет лидирующие факторы, но не по всей структуре. Этого говорит о том, что современная молодёжь оценивает представленные объекты противоречиво, без выделения какого-либо одного преобладающего объекта.

Сразу стоит сказать, что данное психосемантическое пространство репрезентует оценочную структуру респондентов исключительно в поле сравнения четырёх выделенных объектов. Поэтому, если по какому-то фактору

объект переходит в отрицательную плоскость оценки – это не свидетельствует об однозначно отрицательном отношении молодёжи по этому фактору к объекту. Данный рисунок иллюстрирует отношение четырех объектов в едином поле данных для сравнения между собой.

По первому фактору «Сила и могущество» наиболее высокие по сравнению с остальными значения были выделены респондентами для образов США и Китая. Но преобладающее значение соответствует именно образу США. Образ России находится в области средних значений по данному фактору. Образ собственного региона проявляется наиболее слабо и опускается в область ниже средних значений. Участники исследования в меньшей степени считают собственные регионы независимыми, способными принимать собственные решения, объектами.

По второму фактору «Безопасность и миролюбие» наиболее высокие факторные значения соответствуют образу Китая и образу собственного региона. Далее следует образ США, который совсем немного уступает первым двум образам. В целом можно сказать, что данные объекты внушают ощущение безопасности респондентам. Образ России имеет низкие показатели по данному фактору.

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

В четвёртом факторе «Духовность и патриотизм» респонденты наиболее высоко оценивают образ Китая, который представляется им, как некий эталон развитой морально-этической системы и коллективного патриотизма. Образ России очень близок по этому показателю с образом Китая. Респонденты склонны

практически на одном уровне оценивать морально-этические характеристики образов России и Китая, соотносят их между собой. Образ США, напротив, оценивается существенно ниже остальных объектов по данному фактору. С точки зрения духовности Запад является чуждым и безнравственным для молодёжи нашей страны, не соответствующий её нравственно-духовным ценностным идеалам.

Пятый фактор «Социальная дистанция» наиболее разбросан по факторным оценкам для изучаемых объектов. Образ России респонденты оценили максимально высоко по этому фактору. Собственный регион оценивается также высоко, признается родным и близким для молодежи. На противоположном полюсе находятся показатели факторных значений для образа Китая. Несмотря на то, что по морально-этическим характеристикам образ Китая оценивался респондентами очень высоко и близко по значениям к образу России, по фактору «Социальная дистанция» этот образ оказывается скорее «чужим», не родственным для молодежи страны. Это соответствует результатам исследования Л.В. Матвеевой с коллегами, где на выборке российских граждан производилось сравнение образа России и Восточной цивилизации и были получены релевантные результаты (Матвеева и др., 2014).

По шестому фактору «Когнитивная сложность» выше всех остальных представлен образ Китая. Для респондентов образ Китая не имеет чёткой определённости, выражается в виде сложной и загадочной системы, во многом поэтому он и признаётся «чужим», не таким понятным для молодёжи России. Молодёжь из различных регионов страны воспринимает свои регионы, как излишне простые, полностью понятные для своих жителей. В этом компоненте необходимо работать с имиджем регионов, чтобы собственные регионы были интересны его жителям, имели яркие отличительные черты, подчёркивающие значимость региональной идентичности для местных жителей.

2.2.3. Выводы по первому этапу эмпирического исследования.

Категориальная структура общего факторного пространства представлений о России, о собственном регионе, о Китае и США описывается 6 факторами: «Силы и могущество», «Безопасность и миролюбие», «Визуальная (эмоциональная) привлекательность», «Духовность и патриотичность», «Социальная дистанция», «Когнитивная сложность».

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

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

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

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

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

2.3.1. Процедура проведения второго этапа эмпирического исследования.

На втором этапе исследования использовалась психосемантическая шкала с 33 биполярными характеристиками, которая применялась и на первом этапе данного исследования. Но теперь респонденты из каждого макрорегиона страны отдельно оценивали образ России и отдельно оценивали образ родного региона проживания.

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

Результаты данного этапа обрабатывались с использованием программ Microsoft Excel 2016, IBM SPSS Statistics 23 и её процедур, в том числе показателя меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина; критерия Кайзера для определения количества выделяемых факторов; эксплораторного факторного анализа; таблицы сопряженности.

Выборка второго этапа исследования.

Всего на данном этапе исследования приняли участие 755 человек. Средний возраст выборки колеблется от 14 до 35 лет ($M = 24.5$, $SD = 10.2$), что соответствует возрастным рамкам молодёжи, согласно ФЗ №-489 «О молодёжной политике в Российской Федерации»⁵. Из них 68% составляли женщины и 32% мужчины.

⁵ <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/400056192/>

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

Для сопоставления информации о целесообразности применения факторного анализа на полученных данных был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 3). Результаты данного критерия позволяют говорить о применимости факторного анализа к выборке исследования на данном этапе.

Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 4). По данному критерию было выделено всего 5 факторов по структуре представлений о России, но был добавлен и шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигало 1, что соответствовало заданным критериям.

Обработка результатов полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) позволила получить следующую факторную структуру представлений о России, описывающую 64,1% дисперсии всех данных (см. табл. 4).

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

В данном случае, на первое место вышел фактор «Процветание и безопасность», описывающий 27,4% дисперсии. Особо важно отметить, что он содержит существенную часть всей дисперсии (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.

**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		
Надёжный – ненадёжный	0,65		
Добрый – Злой	0,64		
Трудолюбивый – Ленивый	0,62		
Открытый – Замкнутый	0,60		
Нравственный – Безнравственный	0,57		
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		
Надёжный – ненадёжный	0,52		
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

**Примечание.* Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении 5.

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

Также стоит отметить, что на второе место по степени значимости вышел фактор «Социальная дистанция», описывающий 11,5% дисперсии. В данном

факторе основными характеристиками выступает просторность (отсылка к физическому пространству), социальная дистанция, характеристика красоты (эстетический компонент) и остроумность (когнитивный компонент). 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.

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

Четвёртый фактор «Духовность и патриотичность» (6% дисперсии) описывается характеристиками веры, духовности и патриотичности. По мнению респондентов, характеристика патриотичности напрямую связана с верой и духовностью, а атеистичность – с характеристикой противоположной патриотизму. Это очень важный результат, который позволяет говорить об особой духовно-нравственной составляющей в картине мира молодёжи нашей страны.

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

Стоит отметить, что выделился новый шестой фактор, который раскрывает уникальные характеристики России. Данный фактор можно обозначить, как фактор «Самобытность» (4% дисперсии). Он отражает не внешние проявления различий, которые могут отличать образ России от других объектов, а скорее внутригрупповые различия в представлениях о родной стране, связанные с её многонациональностью и многоконфессиональностью.

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

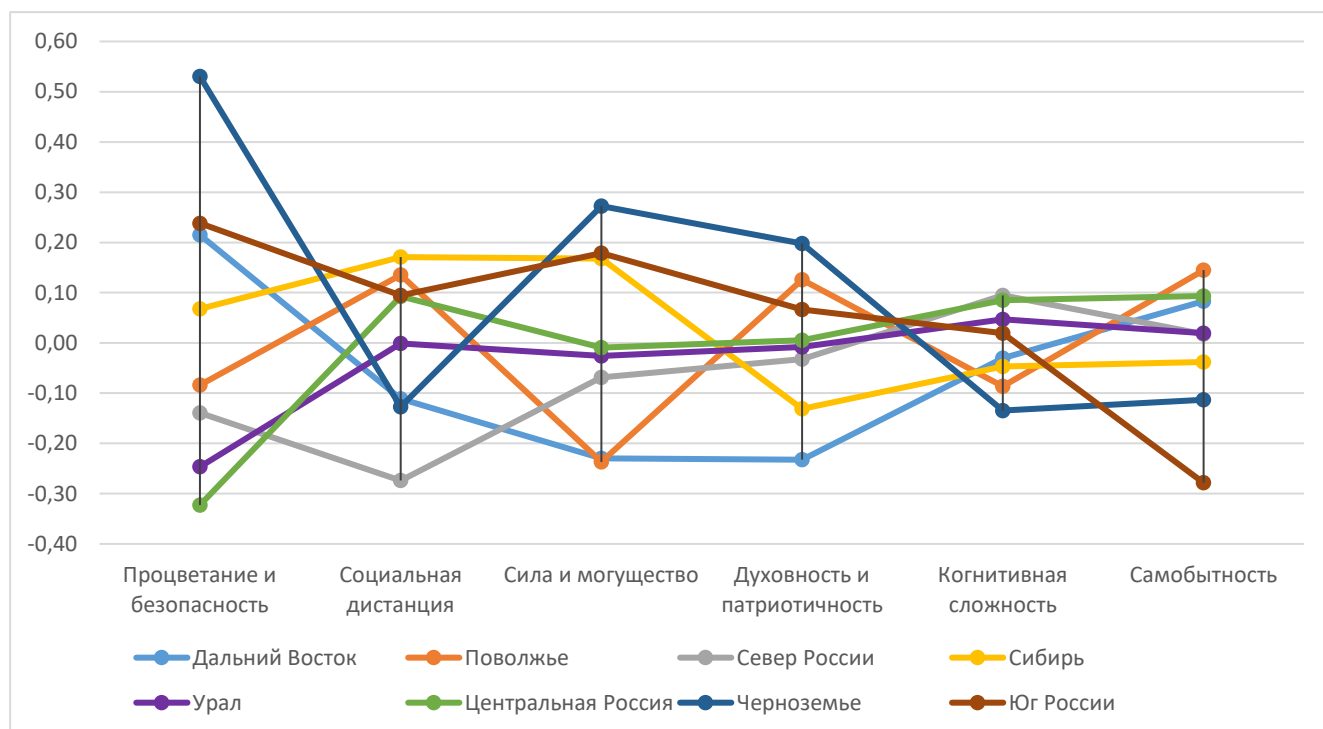


Рисунок 2. Категориальная структура представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значения факторов).

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. Для молодёжи Юга России, Сибири и Дальнего Востока факторные значения выделяются несколько выше среднего уровня. Для представителей Севера России, Центральной России и Урала данный фактор приобретает значения ниже остальных регионов.

Данную структуру значений можно объяснить тем, что макрорегион Черноземья имеет благоприятные условия для проживания и находится в непосредственной близости от основных культурных центров страны и стратегически важных объектов. И данный образ своего макрорегиона переносится у молодежи макрорегиона в целом на образ России. А жители Севера

России, Центральной России и Урала наблюдают менее визуально привлекательные аттрактивные образы своей территории, связанные с более суровыми природными условиями проживания и более резкой сменой климатических периодов в году.

Второй фактор «Социальная дистанция» для представителей практически всех макрорегионов занимает область средних значений. Особо выделяется молодёжь Севера России, которая по данному фактору ниже остальных оценивает образ России. Для них образ страны характеризуется скорее, как тесный и чужой. Это может быть связано с приграничным положением макрорегиона, а также относительно неблагоприятными условиями для проживания населения и ведения хозяйственной деятельности. Пространство данного региона ограничено естественными природными барьерами, что и отражается на восприятии психологической близости данной территории и России в целом.

Третий фактор «Сила и могущество» принимает максимальные положительные значения для молодёжи из Черноземья, Юга России и Сибири. Они высоко оценивают авторитет страны, её силу и могущество. Для представителей макрорегионов Поволжья и Дальнего Востока данный фактор опускается в плоскость значений ниже остальных регионов. И в данном случае, возможно предположить, что для представителей макрорегиона Дальнего Востока такой образ России складывается по причине перенесения релевантных представлений с образа своего региона. Дальний Восток – это наиболее удаленный от центра макрорегион, характеризующийся наиболее высокими показателями миграционного оттока местного населения, по причине чего молодёжь не ощущает реальной силы своего региона в образе страны в целом.

Четвёртый фактор «Духовность и патриотичность» располагается в области средних значений для всех объектов. Выше остальных он оценивается респондентами из Черноземья, Юга России и Поволжья. Существенно ниже остальных оценивается представителями Дальнего Востока, которые считают образ России как более материальный и неверующий. Это может быть связано с суровостью климата Дальнего Востока, с преобладанием у местных жителей

материальных качеств, которые способствуют выживанию в таком климате. И для местной молодёжи такой образ жителя переносится на образ региона, что, в свою очередь, непосредственно влияет на представления о России в целом.

Пятый фактор «Когнитивная сложность» в оценках респондентов наименее дифференцирован. В целом все респонденты оценили данный фактор на среднем уровне.

Шестой фактор «Самобытность» также сосредоточен в оценках в области средних значений. В сторону высоких значений выделяются оценки респондентов из Поволжья, Дальнего Востока и Центральной России. Наименьший показатель отражён в оценках молодёжи Юга России. Для них характеристики самобытности и сложности слабо выражены в образе России. Макрорегион Поволжья, напротив, несёт в себе достаточно разнообразную и яркую этническую составляющую. Сквозь призму данных межэтнических представлений молодёжь смотрит и на целостный образ России, что позволяет оценивать его как весьма самобытный.

В целом важно отметить, что наиболее значимыми оказались первые три фактора категориальной структуры представлений о России («Процветание и безопасность», «Социальная дистанция», «Сила и могущество»). И по этим трём факторам можно выделить два макрорегиона, где молодёжь наиболее позитивно оценивала свои представления о России – это макрорегионы Черноземья и Юга России. Наиболее низкие показатели в представлениях о России были продемонстрированы молодёжью из макрорегионов Севера России, Урала и Центральной России.

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

На данном этапе выявлялась факторная структура представлений о собственном регионе проживания у молодёжи каждого из изучаемых макрорегионов страны.

Для объекта собственного региона проживания также был рассчитан показатель меры адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (см. Приложение 3). Кроме того, был рассчитан критерий Кайзера для определения количества выделяемых факторов (см. Приложение 4). По данному критерию было выделено всего 5 факторов, а также был добавлен шестой фактор, так как его собственное значение при округлении достигло 1, что соответствовало заданным критериям.

Результат обработки полной матрицы данных методом главных компонент (вращение Варимакс) позволил получить следующую факторную структуру представлений молодежи о собственных регионах проживания, описывающую 67,1% дисперсии всех данных (см. табл. 5).

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

Фактор 1 (21,1 %) «Процветания и силы»	вес	Фактор 2 (13,2 %) «Безопасности и миролюбия»	вес
Прогрессивный – Отсталый	0,80	Мирный – Воинственный	0,75
Процветающий – Умирающий	0,78	Безопасный – Опасный	0,65
Авторитетный – Неавторитетный	0,76	Вежливый – Грубый	0,60
Могущественный – Немоощный	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		

**Примечание.* Полная структура факторных нагрузок продемонстрирована в Приложении б.

Стоит отметить, что если в категориальной структуре представлений о России были выявлены три наиболее важных фактора (со значимым преобладанием первого фактора), то в категориальной структуре представлений о собственном регионе респондентами выделяются сразу пять наиболее важных факторов. Первый фактор также имеет значимый перевес, но в меньшей степени.

На первом месте оказался фактор «Процветание и сила», который значительно опережает по весу все остальные факторы (21,1% дисперсии). Современная молодёжь России формирует представления о собственном регионе, прежде всего, исходя из его авторитета и мощи по сравнению с другими регионами. В данном факторе также присутствуют личностные характеристики

(независимость, чистота, ум, трудолюбие), которые также оказались важными для респондентов.

Второй фактор «Безопасность и миролюбие» описывает 13,2% дисперсии. Он содержит характеристики мира, безопасности и нравственно-этические характеристики (вежливость, милосердие, доброта, нравственность). В факторном пространстве представлений о России данные характеристики входили в один общий первый фактор, здесь же данные характеристики выделяются в отдельный фактор.

Третий фактор «Духовность и патриотичность» (9,7% дисперсии) описывается характеристиками веры, духовности и патриотичности. Он повторяет такой же фактор, выявленный и в структуре представлений о России. Только если при анализе представлений о России он был на четвёртом месте по значимости для респондентов, то в рамках анализа представлений о регионе он занимает уже третье место. Это может свидетельствовать о том, представления о собственном регионе проживания формируются в более тесной связи с духовно-нравственным компонентом и его ценностным содержанием для индивида.

Четвёртый фактор «Визуальная привлекательность» (9,1% дисперсии) описывается эстетическими характеристиками (весёлость, оптимистичность, теплота). Для факторной структуры представлений о России данные характеристики входили в первый фактор, были наиболее важными для респондентов. Для факторной структуры представлений о собственном регионе данные показатели имеют меньшее значение. Представления о родном регионе складываются, прежде всего, из особой внутренней связи с данной территорией, с особого рода бессознательным «чувствованием» территории, на которой молодёжь проживает.

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

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

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

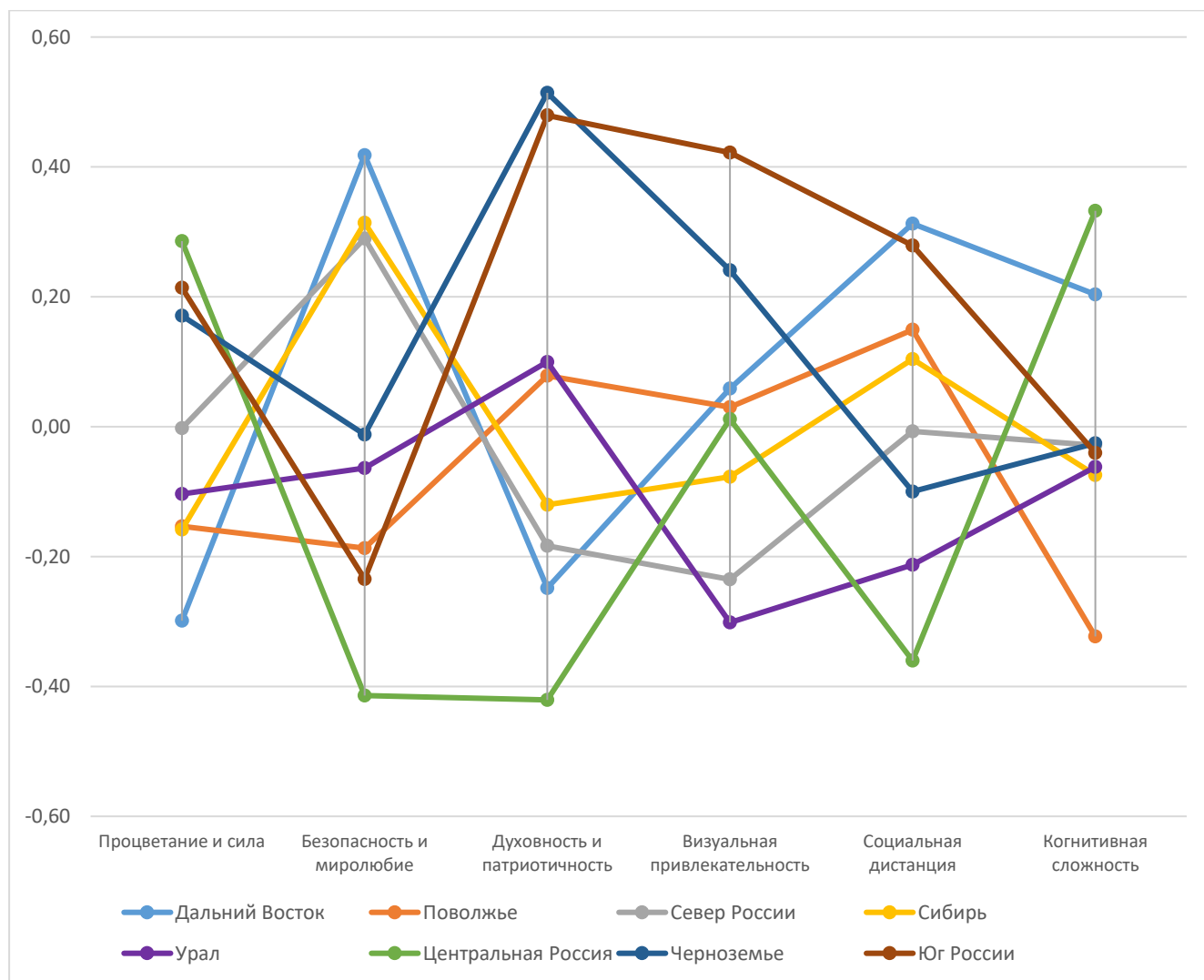


Рисунок 3. Категориальная структура представлений о регионе проживания у молодёжи из различных макрорегионов страны (горизонтальная ось – названия факторов; вертикальная ось – значения факторов).

По первому фактору «Процветание и сила» факторные значения выше остальных продемонстрированы жителями Центральной России, Юга России и Черноземья. Они положительно оценивают авторитет собственных регионов и их силу по сравнению с другими регионами. Для молодёжи из макрорегиона

Дальнего Востока ситуация противоположная. Если сравнивать оценку по данному фактору с оценкой в части характеристики силы для образа России, то в данном случае также среди молодёжи из всех макрорегионов именно представители Дальнего Востока показали наименьшие значения.

По второму фактору «Безопасность и миролюбие» наблюдаются довольно дифференцированные оценки. Так для молодёжи из макрорегионов Дальнего Востока, Сибири и Севера России значения по этому фактору оцениваются выше среднего среди жителей остальных макрорегионов. Местные жители чувствуют безопасность, которую может гарантировать их регион. Молодёжь из Центральной России оценивает данный фактор ниже среднего уровня. Большая часть респондентов из данного макрорегиона проживает на территории г. Москвы и Московской области и, возможно, опасности мегаполиса влияют на формирование не совсем положительных представлений о миролюбии собственного региона. Стоит отметить, что похожая динамика в оценках наблюдалась и в образе России по релевантному фактору «Процветание и безопасность». Молодёжь из Центральной России также оценивала данный фактор в образе страны ниже остальных.

По третьему фактору «Духовность и патриотичность» максимальные факторные значения продемонстрированы у жителей макрорегионов Черноземья и Юга России. Оценки молодёжи из Центральной России и Дальнего Востока обладают более низкими значениями в сравнении с остальными макрорегионами. Похожая специфика оценок наблюдалась и для образа России по фактору «Духовность и патриотичность»: молодёжь из Черноземья оценивала данный фактор выше остальных, а молодёжь из Дальнего Востока – ниже остальных.

По четвёртому фактору «Визуальная привлекательность» оценки молодёжи из макрорегионов Юга России и Черноземья аналогично выделяются на более высоком уровне. Жители этих макрорегионов высоко оценивают эстетическую привлекательность собственных территорий. Молодёжь из макрорегионов Урала и Севера России ниже остальных оценивает эстетическую составляющую собственных регионов. И в этом случае, структура оценок соответствует

релевантному фактору «Процветание и безопасность» для образа России, где содержались характеристики эмоциональной составляющей восприятия (весёлый, оптимистичный, тёплый) и были показаны релевантные результаты оценок молодёжи из описанных макрорегионов страны. Это, главным образом, может быть связано с климатическими условиями регионов, более благоприятными аттрактивными условиями на Юге России и в Черноземье, чем на Севере России и Урале.

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

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

2.3.4 Обсуждение результатов по сравнительному анализу категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах.

На следующем этапе был проведён сравнительный анализ представлений о России с представлениями о собственном регионе проживания у молодёжи страны. Была выявлена особая закономерность в том, что молодёжь оценивает представления о России во многом соотнося их с теми визуальными и эмоциональными впечатлениями, которые формируются у них по отношению к представлениям об их родном регионе проживания.

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

Таблица 6

Сравнительный анализ категориальных структур представлений о России и её отдельных регионах у молодёжи страны

Факторы Макрорегионы	Представления о России						Представления о собственных регионах					
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4	Фактор 5	Фактор 6
Дальний Восток	0,21	-0,11	-0,23	-0,23	-0,03	0,08	-0,30	0,42	-0,25	0,06	0,31	0,2
Поволжье	-0,08	0,14	-0,24	0,13	-0,09	0,14	-0,15	-0,19	0,08	0,03	0,15	-0,32
Север России	-0,14	-0,27	-0,07	-0,03	0,09	0,02	0,00	0,29	-0,18	-0,24	-0,01	-0,03
Сибирь	0,07	0,17	0,17	-0,13	-0,05	-0,04	-0,16	0,31	-0,12	-0,08	0,10	-0,07
Урал	-0,25	0,00	-0,03	-0,01	0,05	0,02	-0,10	-0,06	0,10	-0,30	-0,21	-0,06
Центральная Россия	-0,32	0,09	-0,01	0,01	0,09	0,09	0,29	-0,41	-0,42	0,01	-0,36	0,33
Черноземье	0,53	-0,13	0,27	0,20	-0,13	-0,11	0,17	-0,01	0,51	0,24	-0,10	-0,03
Юг России	0,24	0,09	0,18	0,07	0,02	-0,28	0,21	-0,23	0,48	0,42	0,28	-0,04

Примечание. Синим цветом обозначены минимальные величины факторных значений для всех макрорегионов по соответствующему фактору (если они существенно ниже 0).

Красным цветом обозначены максимальные величины факторных значений для всех макрорегионов по соответствующему фактору (если они существенно выше 0).

Данные, продемонстрированные в таблице, позволяет выявить некоторую тенденцию: модальность представлений по факторным значениям для России соответствует модальности представлений для родного региона проживания молодёжи страны. В тех регионах, где их представители оценивали максимально по представленным факторам представления о России, также большинство показателей были максимальны и для представлений о родном макрорегионе (макрорегионы Юга России и Черноземья). Аналогичная ситуация прослеживается и для низких оценок респондентов по отношению к представлениям о родном регионе проживания и представлений о России в целом (макрорегионы Урала, Севера России, Центральной России).

Полученная практически методом взаимосвязь подтверждается релевантными эмпирическими исследованиями (Максимова и др., 2019; Kroger, Marcia, 2011). Важно понимать, что региональная идентичность с позитивной оценочной составляющей является важным ресурсом регионального развития и творческой самореализации местных жителей, которые формируют успешной имидж своей территории. Именно «малая Родина», родной регион в большей степени определяет идентичность большинства молодёжи. А положительное отношение к собственному региону, выраженное в положительной региональной идентичности, способствует адекватному развитию личности индивида и его в целом гражданской идентичности.

Выделенные В.Ф. Петренко варианты трансформации семантического пространства субъекта, соотносятся с полученными результатами изменений категориальных структур представлений о России с представлениями о собственном регионе проживания молодежи страны (Петренко, 2013, с. 346). Данные важные изменения можно описать следующими пунктами:

1) изменились координаты анализируемых объектов (их коннотативное значение или личностный смысл) при изменённых категориальных осях (категориях сознания) семантического пространства: вместо фактора «Процветание и безопасность» для представлений о России появилось два фактора «Процветание и сила» и «Безопасность и миролюбие» для представлений о регионе проживания. Также в представлениях о России выделился фактор «Самобытность», которого не было в структуре представлений о собственном регионе. В то же время, в структуре представлений о регионе появился фактор «Визуальная привлекательность», которого не было в структуре представлений о России;

2) изменилась перцептуальная мощность (вклад фактора в общую дисперсию) самих координатных осей: если для представлений о России фактор «Социальная дистанция» набирал 11,5% дисперсии, фактор «Духовность и патриотичность» всего 6%, то для представлений о собственном регионе фактор «Социальная дистанция» – 8,7%; фактор «Духовность и патриотичность» – 9,7%;

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

Результаты данного этапа эмпирического исследования, с одной стороны, подтверждают результаты исследований о значимости морально-этических категорий и категорий визуальной привлекательности в образе страны (Матвеева и др., 2008), факторов успешности и процветания и социальной дистанции в образе страны (Митина, Петренко, 2009); а с другой стороны, отражают новую структуру представлений о России, выборка которой позволяет охватить большую часть территорию страны.

В целом категориальная структура представлений о России претерпела значимые изменения по сравнению с предыдущими этапами исследования. Изменения коснулись самой факторной структуры и внутреннего содержания каждого из факторов.

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

Данный эмпирический вывод соответствует теоретическим подходам исследователей, которые выделяли рассматриваемые составляющие в структуре гражданской и региональной идентичности (Proshansky, 1983; Keating, 1998;

Солдатова, 1998; Степнова, 1999; Raagmaa, 2002; Князев, 2007; Hernández et al., 2010; Киричек, 2011; Fresque-Baxter, Armitage, 2012; Головнева, 2013; Ramos et al., 2016).

2.3.5. Выводы по второму этапу эмпирического исследования.

Наиболее значимыми факторами для категориальной структуры представлений о России у молодёжи из различных макрорегионов страны стали факторы «Процветание и безопасность», «Социальная дистанция» и «Сила и могущество». Причём первый фактор «Процветание и безопасность», набравший 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 фактор «Социальная дистанция», который отражает психологическую близость с территорией страны, выраженную в характеристиках просторности и характеристики «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 его значение увеличивается до 9,7% и является одним из наиболее значимых факторов.

Полученная категориальная структура представлений о России и регионе проживания, во многом, впервые 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, из соответствия с теми когнитивными и эмоциональными впечатлениями, которые связаны с представлениями об их родном регионе проживания (представители макрорегионов Черноземья и Юга России несколько выше остальных оценивают образ России и образ собственных регионов).

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

2.4.1. Процедура проведения третьего этапа эмпирического исследования.

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

Выборка третьего этапа исследования.

Всего на данном этапе исследования в каждой из трёх частей приняли участие 318 человек. Возраст всей выборки составляет от 14 до 28 лет ($M = 21.5$, $SD = 7.2$). Респондентами стала молодёжь из 8 макрорегионов страны (Центральная Россия, Север России, Черноземье, Юг России, Поволжье, Урал, Сибирь и Дальний Восток). 36% составляли мужчины и 64% женщины.

Первая часть. 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 были выбраны для исследования на основе эмпирических результатов работ и теоретических концептов М.И. Воловиковой с коллегами (Воловикова, 2003, 2012). Итоговый список праздников, предложенный респондентам, выглядел следующим образом: государственные праздники (День независимости, День конституции, День народного единства и т.д.); региональные 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.). Последняя строчка оставалась свободной для заполнения респондентами в случае, если они предложат собственную группу праздников.

Вторая часть. 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.

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

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

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

Далее в рамках данной части исследования осуществлялось выявление различных групп символов, отражающих историческое развитие представлений о

России, в том числе: образ политического лидера, образ значимой культурной личности, образ главного исторического события, образ географической территории. Данное разделение основано на междисциплинарных исследованиях Е.Н. Богдан и Л.В. Матвеевой, посвящённых классификации символов в медиаобразе и образе России (Богдан, 2007; Матвеева, 2008; Литвинов, Матвеева, 2021).

Методология третьего этапа исследования. Испытуемые делились на группы не по макрорегионам России, как это было на предыдущих двух этапах исследования, а по регионам своего проживания. Данный территориальный уровень исследования был определен в силу того, что в рамках данного этапа рассматривались представления молодёжи о региональных героях и праздниках, которые формируются на уровне субъекта Российской Федерации. Каждому выделенному в теоретической части исследования макрорегиону соответствовал свой регион страны (см. табл. 1).

Результаты третьего этапа исследования обрабатывались методом контент-анализа. Для обработки использовались различные математико-статистические алгоритмы (программы SPSS, Microsoft Excel) и статистический критерий Кохрана. Консультантом по составлению опросника выступила ведущий научный сотрудник факультета журналистики МГУ, доктор филологических наук Луиза Григорьевна Свитич. Полный опросник выложен в Приложении 3.

2.4.2 Результаты и обсуждение результатов первой части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме праздничных ритуалов у молодежи страны».

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

Результаты проверки гипотезы:

1. относительно трёх типов праздников (спортивные праздники, «мужские» праздники, Новый Год) было получено подтверждение гипотезы, выявлена значимая связь ($p > 0.05$) между ответами молодежи;

2. все остальные группы праздников опровергли нулевую гипотезу, значимой связи выявлено не было ($p < 0.05$).

Результаты статистической обработки по типам праздников, у которых была обнаружена значимая связь, представлены в Таблице 7.

Таблица 7.

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

Кохрана

Статистические критерии	Спортивные праздники	«Мужские» праздники	Новый Год
N	318	318	318
Q Кохрана	3.5	2.2	2.5
ст. св.	2	2	2
Асимптотическая значимость	0.170	0.336	0.281

После статистической проверки производился количественный анализ результатов по выбору респондентами наиболее значимых праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России (см. рис. 4).

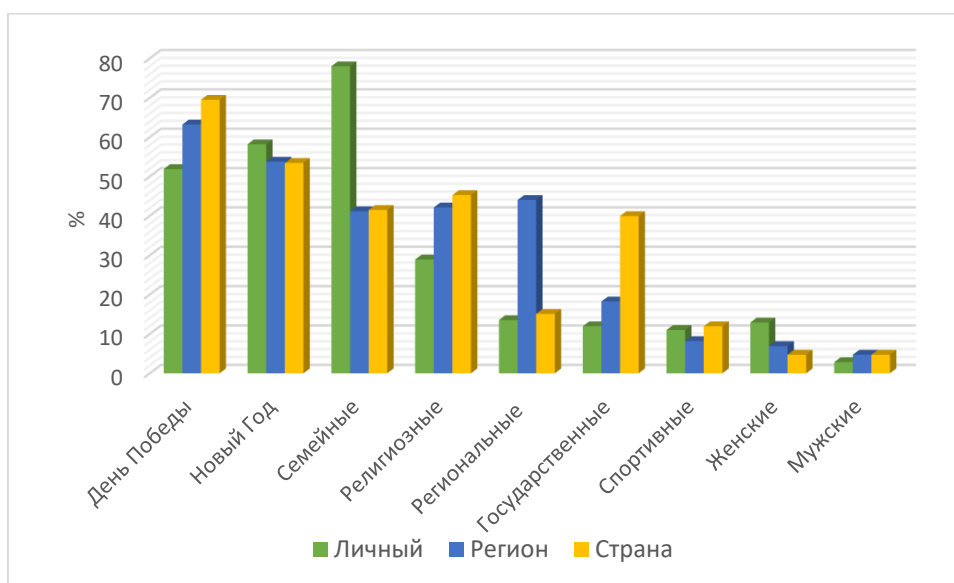


Рисунок 4. Рейтинг наиболее значимых типов праздников для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%).

На рисунке проиллюстрированы три основные группы праздников, получившие максимальное количество упоминаний среди опрашиваемой молодежи страны: День Победы (9 мая), Новый год, семейные праздники. Причем, данные группы праздников оказались важны для респондентов на всех трех изучаемых уровнях идентичности: личном, региональном, на уровне страны.

Чтобы более точно понять различия данных уровней, были обработаны количественные показатели по каждому из них в отдельности. На Рисунке 5 можно наблюдать количественные результаты по наиболее значимым праздникам лично для себя, полученные в ходе опроса всей выборки исследования.

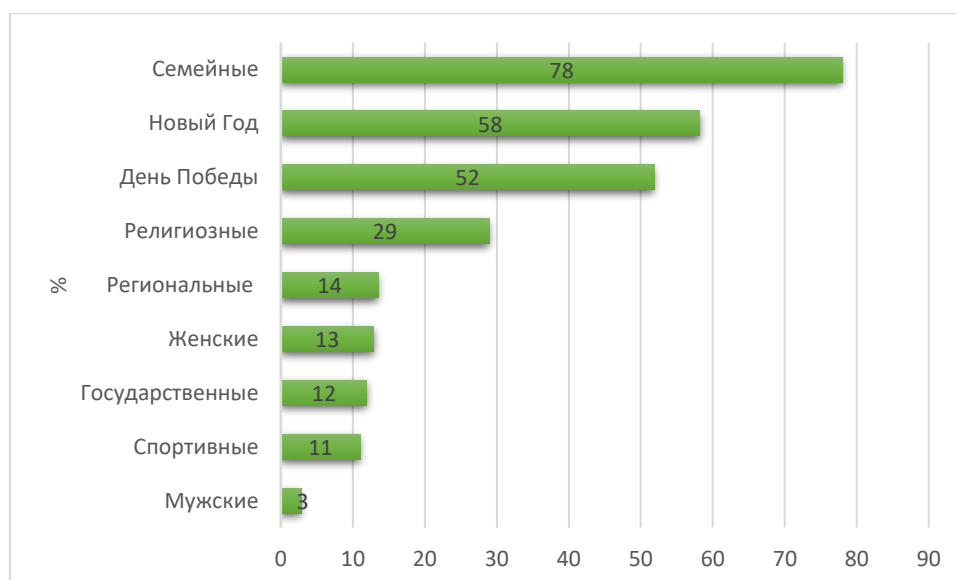


Рисунок 5. Рейтинг наиболее значимых праздников лично для респондента по всей выборке (%).

Лично для себя респонденты чаще всего выбирали группу праздников семейные праздники (день рождения, именины, годовщина и т.д.). С этим связана личностная идентичность человека, данные праздники имеют наиболее сильную эмоциональную привязку для респондентов.

Второе и третье место в количественном значении заняли праздники Нового года и Дня Победы. Такой выбор обусловлен проявлением уровня социальной идентичности индивида, важностью участия в общественных событиях, с целью сплоченности со своей социальной группой, влиянием на решение этой группы.

Праздник День Победы (9 мая) важен для молодежи из различных регионов страны в культурно-историческом контексте, как проявление культурной идентичности, передачи памяти поколений. Праздник Нового года связан с образом будущего для человека, с его надеждами на будущие улучшения и достижения определенности в жизни. А День Победы (9 мая) связан с символами прошлого, с памятью о своих семейных героях, об истории своего народа и своей семьи.

Чуть ниже в количественном отношении оказались религиозные праздники, особо выделяющиеся на фоне остальных групп праздников. Религиозные ритуалы

имеют важное значение для респондентов при выборе оценки значимости праздников лично для себя, это важная составляющая культуры и личности.

Количественные показатели по наиболее значимым праздникам для респондентов в представлении о жителях собственных регионов проиллюстрированы на Рисунке 6.

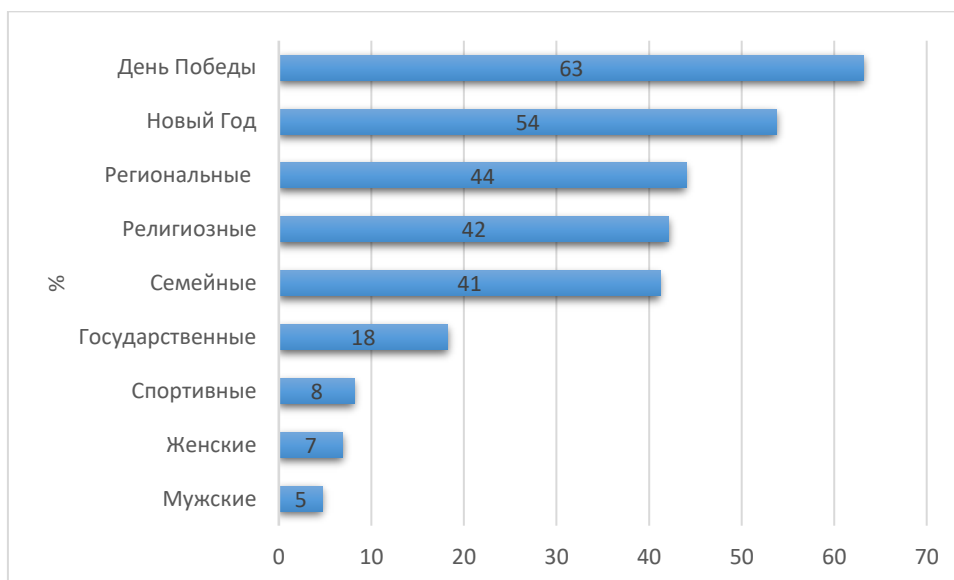


Рисунок 6. Рейтинг наиболее значимых праздников в представлении респондентов для жителей собственных регионов (%).

В данном случае, чаще всего респонденты выбрали следующие праздники (по порядку их важности): День Победы, Новый год, региональные праздники, религиозные праздники, семейные праздники. Представления о своем регионе у респондентов формируются при непосредственном сопоставлении с представлениями о родной стране, вбирают в себя весь культурно-исторический контекст России. Но региональные и местные праздники также важны для респондентов своей ритуальной составляющей, оказывают воздействие на личностное восприятие индивидом своего региона. Хотя категория региональных праздников в представлении респондентов для себя лично не оказывалась важной и значимой, то есть лично для себя респонденты воспринимают данные ритуалы в меньшей степени.

Важное изменение, что в представлениях о жителях своего региона у молодежи на первое место вышел праздник Дня Победы (9мая). Представления о своем регионе и его жителях для респондентов связываются с историческими символами страны, которые играют важную роль при формировании образа региона.

Рисунок 7 иллюстрирует количественные результаты по наиболее важным праздникам респондентов в их представлении для жителя России.

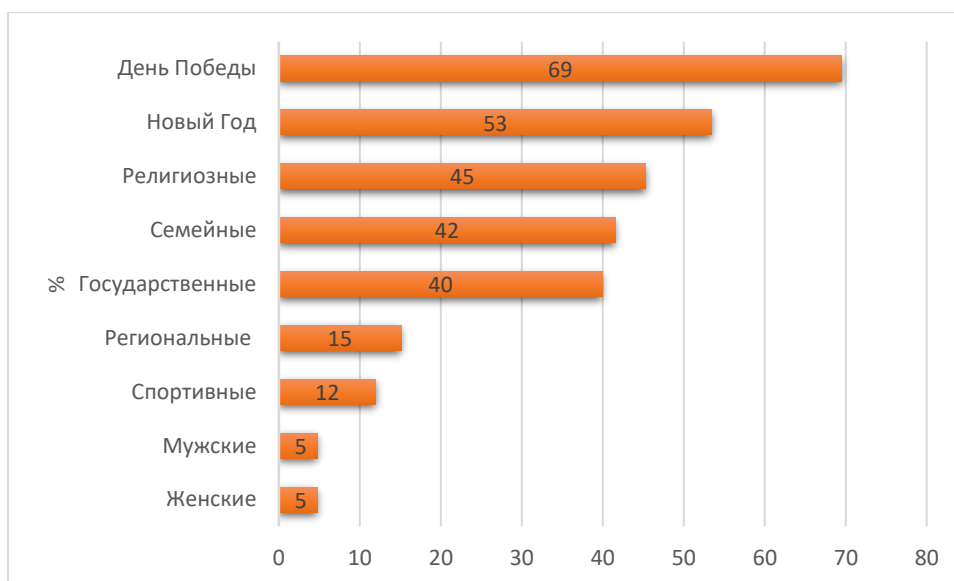


Рисунок 7. Рейтинг наиболее значимых праздников в представлении респондентов для жителей России (%).

Первая пятерка наиболее важных праздников для участников исследования оказалась следующей: День Победы (9 мая), Новый год, религиозные праздники, семейные праздники, государственные праздники. Первые два места по количеству упоминаний сохранились такими же, как они и были в представлении молодежи о жителях своих регионов.

Интересно отметить следующее: религиозные праздники вышли на третье место, обогнав по количеству упоминаний и государственные и региональные праздники. Именно религиозные праздники оцениваются респондентами, как непосредственно связанные с гражданской идентичностью россиян. Даже личные семейные праздники не оказываются настолько важны, как религиозные обряды и

традиции. Это очень важный и интересный результат данного этапа исследования, который показывает значимость духовного фактора в представлениях молодежи о своей стране.

Следующим шагом данного этапа исследования была возможность изучить макрорегиональные различия, связанные с оценкой значимости выделенных типов праздников. Результаты данных различий для государственных и региональных праздников проиллюстрированы на Рисунке 8, а, б.

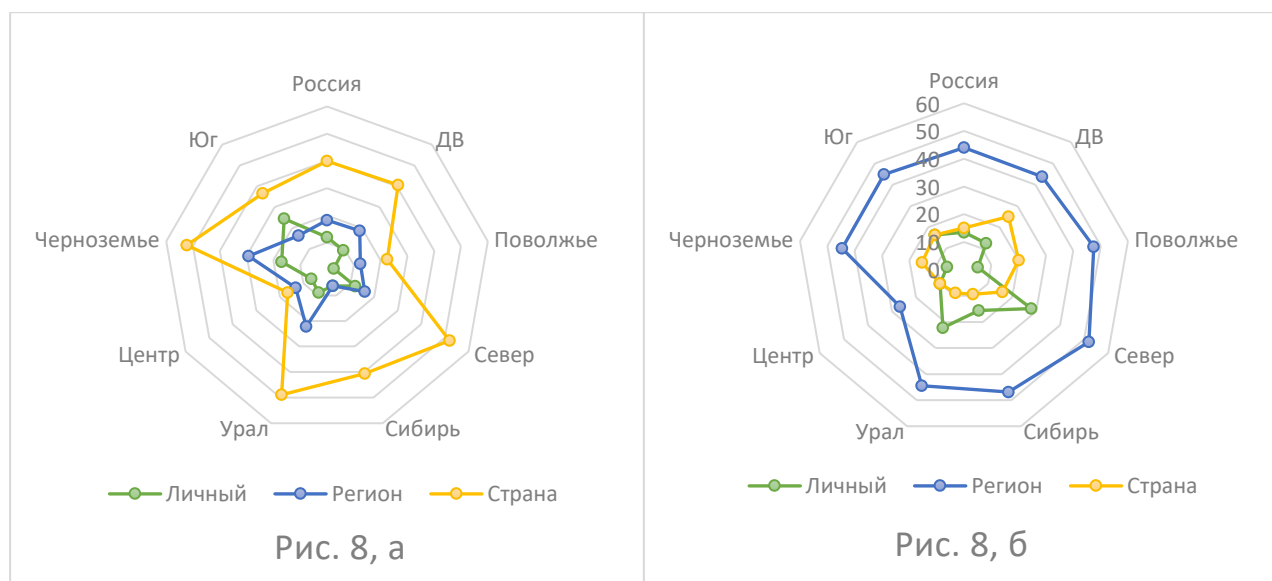


Рисунок 8, а, б. Рейтинг государственных (а) и региональных (б) праздников для себя лично, для жителей собственного региона и для России в целом в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%).

На рисунке можно наблюдать неоднородную оценку государственных праздников молодежью из различных макрорегионов страны (см. рис. 8, а). Для жителей Поволжья и Центральной России наблюдается низкий показатель ответов (20%) с выделением значимости государственных праздников в их представлении для жителей России в целом.

При рассмотрении региональных праздников получается другая картина (см. рис. 8, б), хотя по-прежнему заметна неоднородность и различия в представлениях молодежи из различных макрорегионов страны. Представители из Центральной России и в данном случае оценивают низко значимость

региональных праздников для жителей своего региона (27%), в сравнении с другими респондентами. Особенно выделяются и результаты молодежи Севера России – для себя лично они оценивают значимость региональных праздников значимо выше респондентов из других макрорегионов страны (28%).

Значимость праздников Нового года и Дня Победы (9 мая) для молодежи из различных макрорегионов страны показана на Рисунке 9, а, б.

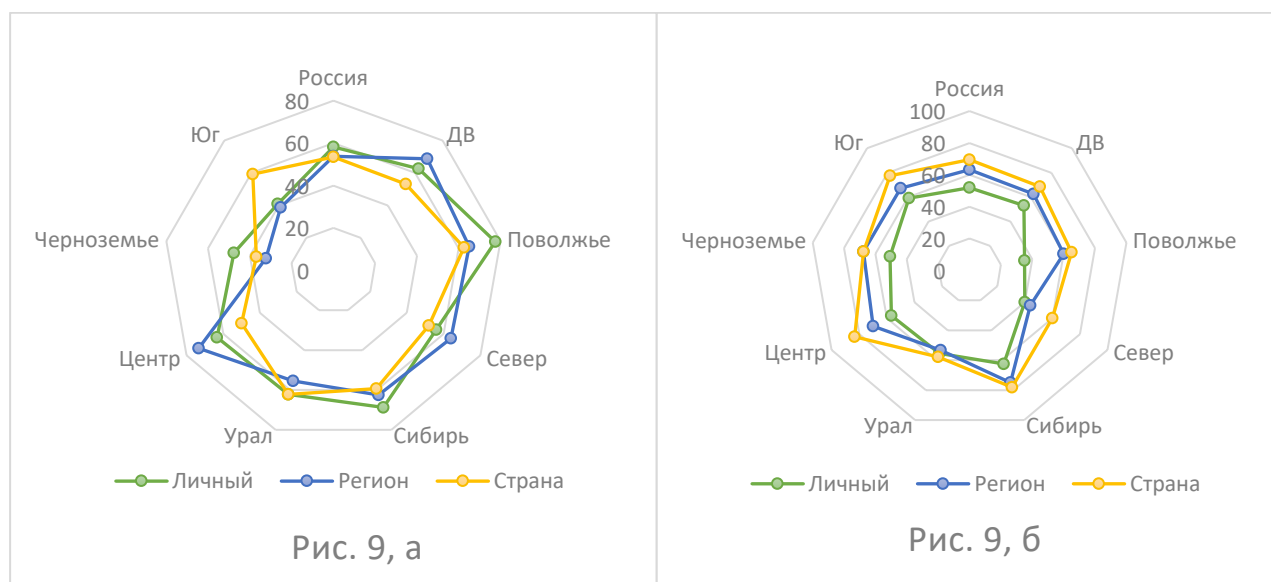


Рисунок 9, а, б. Рейтинг праздников Нового года (а) и Дня Победы (б) для себя лично, для жителя собственного региона и для жителя России в представлении респондентов из различных макрорегионов страны (%).

Для праздника Нового года наблюдается более выровненная однородность по ответам молодежи из различных регионов страны (см. рис. 9, а). Правда респонденты из макрорегионов Черноземья и Юга России лично для себя и для жителя своего региона оценивают ниже остальных данный праздник.

Праздник Дня Победы (9 мая) имеет наиболее однородную структуру оценки значимости для молодежи из всех макрорегионов страны (рис. 9, б). Причем это проявляется на всех рассматриваемых уровнях идентичности молодежи (лично для себя, для жителя своего региона, для жителя России).

Эти результаты согласуются с исследованиями М.И. Воловиковой, в ходе которых три группы праздников (День Победы (9 мая), Новый год, семейные

праздники) также оказались наиболее важными для испытуемых со всей России (Воловикова, 2003). Но в отличие от этих исследований, нам удалось показать значимость праздников для молодежи на различных уровнях идентичности: лично для себя, для жителя собственного региона, для жителя России.

Стоит отметить, что ритуальные элементы в виде праздников оказывают важное воздействие на формирование идентичности индивида и его представлений о своей стране. Как показало наше исследование, на личном уровне молодежь больше оценивает праздники личного характера, связанные с самим собой или своими близкими. На региональном и государственном уровне идентичности – важными становятся праздники единения со своей социальной группой в виде Нового года и Дня Победы (9 мая).

В этих праздниках соединяются и личные эмоциональные переживания респондентов, и чувство единения и сплоченности с жителями своего региона, всей России. Данные результаты подтверждают исследования Л.В. Матвеевой с коллегами, где школьники и студенты из города Москвы оценивали праздник Нового года и парад Дня Победы (9 мая), как наиболее важные ритуалы в жизни всей страны (Матвеева, 2008).

Важным результатом данного этапа исследования следует считать и то, что действительно были показаны количественные различия в оценке респондентами групп праздников на уровне лично для себя, на уровне для жителя своего региона и на уровне для жителя страны. Для каждого уровня идентичности в большинстве случаев молодежь выбирала разные тройки по важности праздников. В их представлении сами они, житель региона и житель России ценят разные группы праздников, разные категории ритуалов и символов. На уровне региональной и гражданской идентичности у них во многом формируются стереотипные представления, которые главным образом основываются на текущей повестке СМИ, что подтверждают наши исследования на пилотном этапе исследования (Литвинов, 2020).

Эти результаты позволяют нам говорить о том, что ценностно-смысловое содержание представлений молодёжи из различных регионов России о

рассматриваемых группах праздников складывается неоднородно, зависит от оцениваемого ими уровня идентичности. Для себя лично они выбирают, прежде всего, категорию семейных ценностей, традиций своего рода и ближнего окружения в виде семейных праздничных ритуалов. Уровень представлений о жителе своего региона направлен на ценность единства своей социальной группы, связан с ощущением и осознанием себя частью единого целого, где есть общие культурно-исторические корни, выражающиеся в виде праздников Дня Победы (9 мая) и Нового года. Уровень представлений о жителях России формируется на основе представлений о своём регионе, связанных с культурно-историческим единством социальной группы, но и с единой религиозной основой, укрепляющей это единство при помощи религиозных обычаев, ритуалов, норм религиозного поведения. Данное отношение к группам праздников на различных уровнях идентичности репрезентует в определенной степени структуру представлений о своей стране и своем собственном регионе проживания, оказывается важной для последующего изучения.

Важным результатом исследования стоит отметить и то, что для респондентов из разных макрорегионов страны выделяется разная структура оценки значимости изучаемых групп праздников. Эти различия были продемонстрированы для всех групп праздников, кроме праздника Дня Победы (9 мая), который в оценках оказался устойчивым для жителей всех макрорегионов на всех уровнях идентичности (см. рис. 9, б). Данный эмпирический факт может свидетельствовать о том, что все государственные программы и мероприятия, которые активно проходят в честь этого события, действительно способствует формированию ценностных основ у молодежи, связанных с культурно-исторической значимостью данного события. Постоянно появляются новые ритуалы и символы в честь Дня Победы (9 мая): Георгиевская ленточка, Бессмертный полк, военная форма. Данная трансформация ритуальных действий делает этот праздник особенным, способствует сохранению памяти и ее передачи между поколениями россиян.

2.4.3 Результаты и обсуждение результатов второй части третьего этапа исследования «Особенности представлений о России и её регионах, выраженные в форме образов героев, у молодежи страны».

В результате обработки данных методом контент-анализа получены обобщенные характеристики и конкретные примеры описания образа героя России у молодежи страны (см. рис. 10).



Рисунок 10. Описание образа героя России (по всей выборке).

В описании образа героя России респонденты из различных регионов страны руководствовались, прежде всего, персонифицированными представлениями героя (48%). А личностные обобщённые характеристики обозначались такими понятиями, как мужественный, отважный, патриотичный – что соответствуют по классификации Э. Франко и Ф. Зимбардо группе военного героизма. Это подтверждается и вариантах ответов с персонифицированными образами героя России у молодежи – воин, ветеран ВОВ, Г.К. Жуков. Но также выделяется и категория гражданского героизма, которая, прежде всего, соответствует имени космонавта Юрия Гагарина; и социального героизма – в лице действующего руководителя страны В.В. Путина. Интересно и то, что выделяется отдельная категория врачей, как представителей гражданского героизма. Это связано с тем, что исследование проводилось в период пандемии

коронавирусной инфекции, и для респондентов особенно важным оказался именно образ врача как героя России.

Таким образом, молодёжь из различных регионов страны представляет образ героя России, с одной стороны, через конкретных персонажей, основываясь на критерии их личного поступка как проявлении доблести и благородства, а с другой стороны, выделяет конкретные качества личности, свойственные, по их мнению, герою страны.

На Рисунке 11 представлено процентное соотношение образа героя России для молодёжи, проживающей в различных субъектах страны.

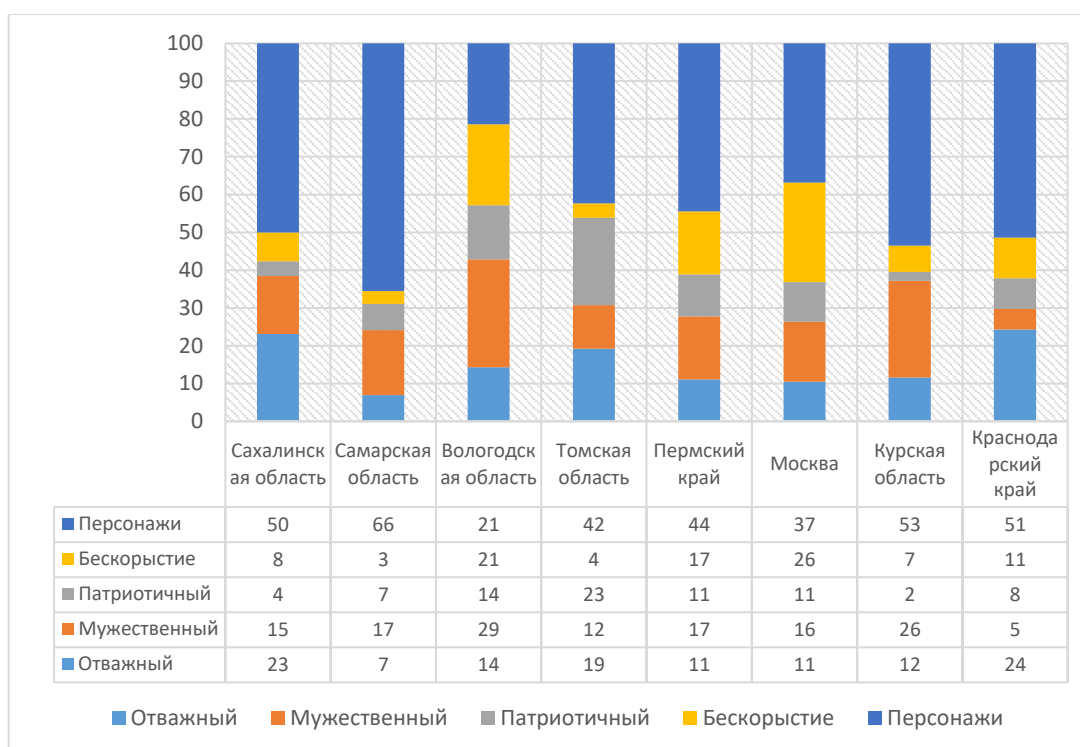


Рисунок 11. Описание образа героя России у молодёжи из различных регионов страны (%).

Отдельного упоминания заслуживает категория бескорыстия, которая имеет важное значение для молодёжи при формировании образа героя страны. Особенно данная категория важна для представителей Москвы, Вологодской области и Пермского края. Эту характеристику можно отнести к проявлению социального героизма.

Наибольший процент в общей структуре образа героя (26%) данная категория набрала именно для молодёжи из Москвы. Только категория персонажей обгоняет характеристику бескорыстия в общей структуре образа героя молодёжи из Москвы. Данный факт можно соотнести с результатами второго этапа данного исследования (см. рис. 3), где по факторам «Духовность и патриотичность» и «Социальная дистанция» в образе собственного региона проживания, именно представители макрорегиона Центральной России (большинство проживает в г. Москве и Московской области) отмечали наиболее низкие оценки среди молодёжи из всех макрорегионов страны.

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

Можно в целом говорить о том, что была обнаружена региональная специфика в формировании образа героя России для молодёжи из различных регионов страны (см. рис. 11). И данные структурные отличия влияют на представление о России в целом.

Теперь рассмотрим описание образа героя своего региона у молодёжи страны (см. рис. 12).

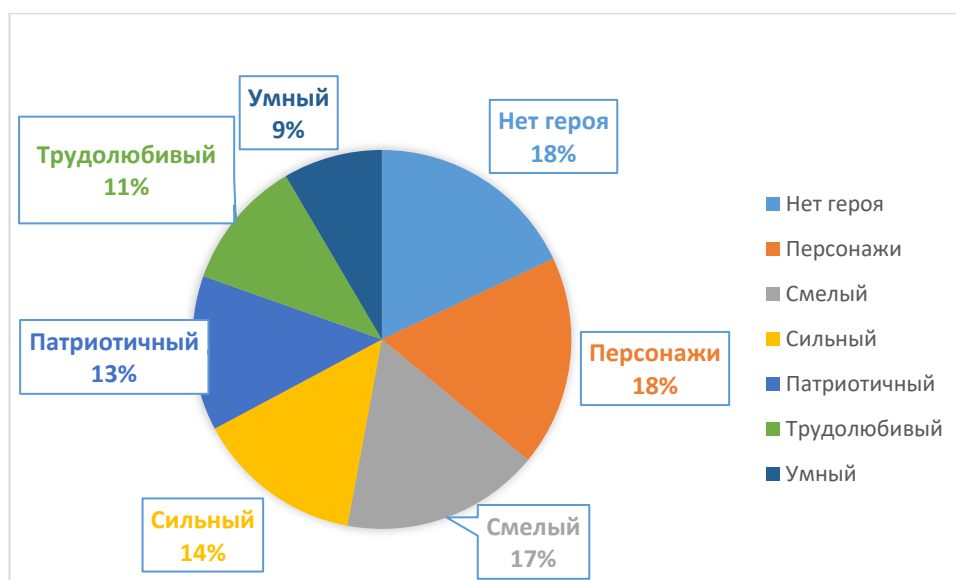


Рисунок 12. Описание образа героя своего региона по всей выборке.

В образе регионального героя на первый план выходят характерологические качества личности (64%), а именно характеристики социального героизма: патриотичный, трудолюбивый, умный. Герой собственного региона для молодежи из различных регионов страны – это не просто воин, который встает на защиту своего региона и готов пожертвовать собственной жизнью ради него. Это также и личность, способная на социальную жертву во благо своего региона.

В отличие от образа героя России значительно сократилась категория конкретных персонажей в ответах респондентов по образу героя собственного региона. И появилась отдельная новая категория – отсутствие регионального героя. Получается так, что для молодежи не сформировано конкретного личностного воплощения, которое формирует образ регионального героя. Данный образ недостаточно актуализирован и не наполнен осмысленными репрезентациями из реального жизненного опыта для респондентов.

На Рисунке 13 представлено процентное соотношение образа героя собственного региона для молодежи, проживающей в различных субъектах страны.

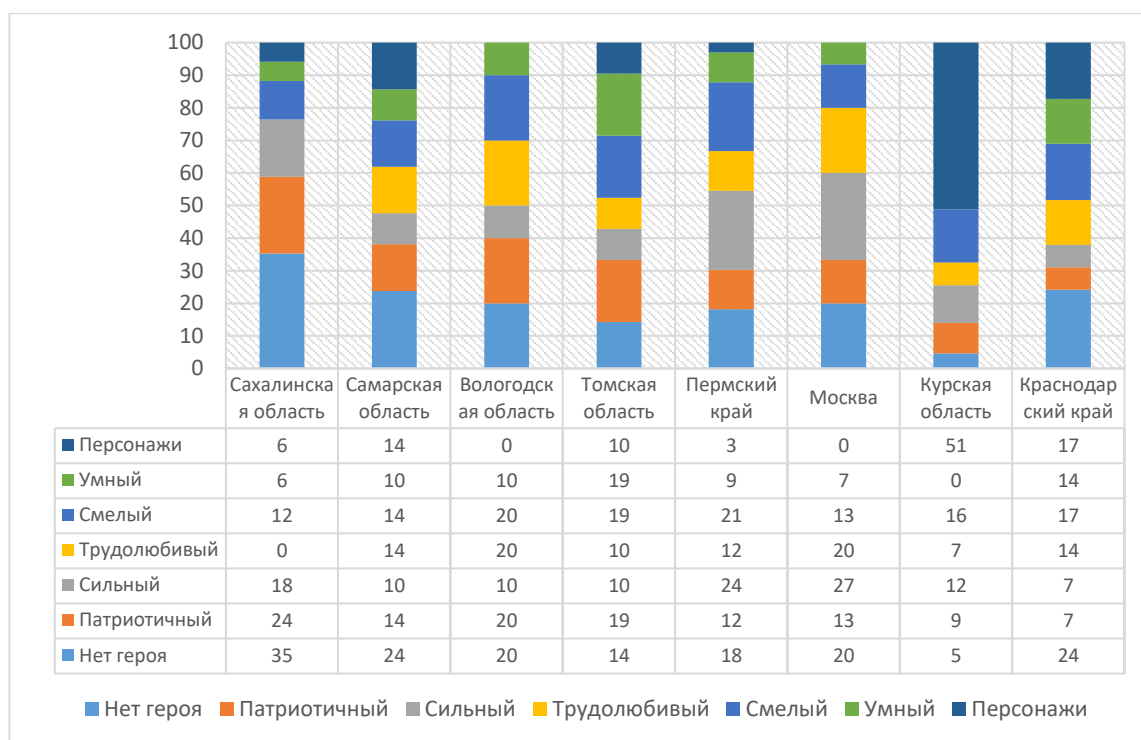


Рисунок 13. Описание образа героя собственного региона у молодёжи из различных субъектов страны (%).

Характеристика отсутствия регионального героя особенно сильно проявляется в двух приграничных регионах – Сахалинской области и Краснодарском крае. Для молодёжи из Курской области, напротив, эта характеристика не так важна, как ярко выраженный образ героя в качестве конкретного персонажа (Хмелевской А.А. – герой Чеченской войны, Перекальский С.П. – герой ВОВ, Старовойт Р.В. – губернатор Курской области). Вместе с Самарской областью (Азаров Д.И. – губернатор Самарской области) это единственные два региона, где молодёжь указывала в качестве региональных героев живущих в настоящее время людей.

Для молодёжи Краснодарского края, Вологодской и Томской областей характеристики социального героизма (умный, трудолюбивый, патриотичный) являются наиболее существенными, по сравнению с респондентами из других регионов (35%, 50%, 48% соответственно).

В целом, можно отметить, что если образ героя собственного региона формировался на стыке представлений о военном и социальном героизме, с

преобладанием второго, то для образа героя России преобладают именно представления о военном героизме. Образ героя России достаточно полно и глубоко сформирован в сознании современной российской молодёжи, представляющей различные регионы нашей страны. Образ же регионального героя сформирован в меньшей степени и не имеет ярко выраженной конкретной персонификации.

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».

Результаты третьей части третьего этапа исследования подвергались дальнейшей статистической обработке данных по критерию Фридмана, для выявления меры дифференциации в ответах респондентов между различными группами символов, отражающих историческое развитие представлений о России, для каждого отдельного периода (см. табл. 8).

Таблица 8

Статистические меры различия в оценках респондентами значимости символов, отражающих определенный этап исторического развития России (по критерию Фридмана)

Статистические меры различия	Категории символов, отражающих определенный этап исторического развития России			
	Политические лидеры	Культурные персоналии	Исторические события	Географические места
Хи-квадрат	150,4	59,7	81,5	8
Степени свободы	3	3	3	3
Асимптотическая значимость (p)	0,000*	0,000*	0,000*	0,045*

*уровень значимости $p < 0.05$

Результаты статистической обработки данных свидетельствуют о том, что респонденты по-разному оценивают каждую группу предложенных символов для разных исторических этапов ($p < 0.05$).

Нами получены следующие средние ранги символов, отражающих определенный период исторического развития России у молодёжи из различных макрорегионов страны (см. табл. 9).

Таблица 9

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

Исторические этапы	Категории символов, отражающих определенный 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 деятели, которые олицетворяют собой те исторические этапы, во время которых они правили страной. Именно через образы этих личностей складываются представления о России в историческом аспекте.

Но стоит также отметить, что если для Царской России, Советского Союза и современной России символ «Политических лидеров» всегда занимал первое место, то для Древней Руси он играет менее значимую роль и оценивается на одном уровне с символом «Исторические события». Этап Древней Руси меньше связан с конкретным политическим лидером, чем другие исторические этапы. Для периода Древней Руси характерную важность приобретают именно определённые

события и географические места, с которыми связано это событие или за счёт которых происходило расширение территории страны.

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

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

Группа символов «Культурные персоналии» в наименьшей степени выделяется респондентами как значимой для всех этапов исторического развития России. Причём для Древней Руси и современной России данный символ имеет более важное значение, чем для всех остальных периодов. Это связано с мощной мифологизированностью героев Древней Руси и тем, что на респондентов большое влияние оказывает современная повестка СМИ.

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

Кроме того, рассматривалась структура ассоциаций, связанных у респондентов с каждым историческим периодом развития России. В итоге, в Таблице 10 показана структура основных ассоциаций, связанных с периодом Древней Руси.

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

Политические лидеры (36,8% всего)	% упоминаний	Исторические события (31,5%)	% упоминаний
Владимир Красно Солнышко	12,9	Крещение Руси	29,6
Рюриковичи	6,6	Куликовская битва	1,9
Вещий Олег	5		
Иван Грозный	4,7		
Княгиня Ольга	2,8		
Александр Невский	1,9		
Владимир Мономах	1,6		
Ярослав Мудрый	1,3		
Географические символы (9,4%)	% упоминаний	Культурные персоналии (0%)	% упоминаний
Русь	4,7		
Золотая Орда	3,1	–	–
Объединение Руси	1,6		

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

Треть опрошенных респондентов связывают период Древней Руси, прежде всего, с историческим событием принятия христианства. Как с самим событием, так и с политическим деятелем – князем Владимиром. Историческое прошлое России, по мнению участников исследования, тесно связано с религиозными традициями и ритуалами, которые составляют важную часть культурно-исторического наследия. Но кроме этой даты других важных событий практически не упоминалось. Это может быть связано с тем, что для молодёжи отсутствует особая когнитивная значимость данного периода и важным становится только те факты, которые наиболее представлены в СМИ, постоянно обсуждается в информационных сетях.

Это подтверждается и тем, что для 5% респондентов правление Ивана Грозного вошло в исторический период Древней Руси. Для части респондентов

нет чёткого когнитивного разделения периодов Древней Руси и Царской России, они просто не могут определить точных временных рамок для событий тех времён.

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

В Таблице 11 представлены основные ассоциации, связанные с периодом Царской России.

Таблица 11

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

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

Для исторического периода Царской России также наибольшее количество ассоциаций представлено в группе символов «Политических лидеров». Но здесь уже выделяется яркая личность Петра I, с личностью которого связывает данный период почти треть респондентов. На втором месте со значительным отставанием располагается личность Ивана Грозного. Совсем немного упоминаний для рассматриваемого периода российской истории связано с историческими событиями (10,1%), а географические символы практически не упоминаются.

Особо стоит отметить тот факт, что Отечественная война 1812 года практически не отражается в ассоциациях респондентов. Одно из важнейших исторических событий данного периода остаётся без внимания участников

исследования и не несёт для них значимой эмоциональной окраски, не входит в структуру представлений об историческом прошлом страны.

Молодёжь из различных регионов России слабо осведомлена об основных исторических событиях данного периода. Для неё имеют значение только известные исторические лидеры, которые наиболее представлены в рамках повестки дня СМИ.

В Таблице 12 показаны наиболее важные ассоциации, связанные с историческим периодом Советского Союза.

Таблица 12

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

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

Для периода Советского Союза самой дифференцированной группой символов по различным ассоциациям является группа «Исторические события». В целом, важно отметить, что для рассматриваемого исторического этапа наблюдается значительно меньше вариантов ассоциаций, в сравнении с предыдущими историческими этапами. Несмотря на то, что период Советского Союза наиболее приближен к современной молодёжи, но и он оказывается относительно слабо изученным ею.

Определяющей становится категория Великой Отечественной войны. Практически также значимым становится и ассоциация, связанная с личностью И.В. Сталина. Выходит, что война и политический деятель, при котором она была, во многом определяют лицо данного исторического периода. Важно отметить то, что в отличие от Отечественной войны 1812 года для современной

молодёжи события Великой Отечественной войны по-прежнему остаются актуальными и эмоционально значимыми. Все мероприятия, связанные с этим событием на государственном уровне, действительно способствуют формированию у молодёжи сильного образа, который тесно связан с периодом Советского Союза. Это очень важно для патриотического воспитания молодёжи и пробуждения интереса к истории своего государства. Данные результаты согласуются с эмпирическими результатами предыдущего этапа исследования, посвящённого ритуальным составляющим праздников России. Там также было показано, что праздник День Победы (9 мая) является важной структурной составляющей представлений молодёжи о России, значимым элементом при формировании их региональной и гражданской идентичности.

В Таблице 13 представлены основные ассоциации участников исследования для периода современной России.

Таблица 13

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

Политические лидеры (50% всего)	% упоминаний	Исторические события (5,4%)	% упоминаний
В.В. Путин	48,4	экономические кризисы	2,2
Ельцин	1,6	изменение Конституции	1,6
		коронавирус	1,6
Географические символы (17,6%)	% упоминаний	Культурные персоналии (0%)	% упоминаний
Воссоединение с Крымом	14,8 2,8		
Олимпийские игры в Сочи		—	—

Для исторического периода современной России показано наибольшее количество ассоциаций по всем группам символов. Особенно важной становится группа «Политических лидеров». Но данная группа выражена практически полностью всего одной личностной категорией – президентом В.В. Путиным. Ни в какой другой период не была столь велика роль одной личностной ассоциации в общей структуре символов, как личность В.В. Путина для современной России.

Данная ассоциация настолько сильна и важна для молодёжи, что перекрывает все другие ассоциации, связанные с периодом современной России.

Стоит отметить, что на втором месте расположился географический символ воссоединения Крыма с Российской Федерацией, а третье место занял символ Олимпийских игр в Сочи. Именно факт территориальной значимости Сочи и Крыма определил выделение в общем ранге для современной России группы символов «Географические символы» (см. табл. 9), которая заняла второе место.

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

В итоге, можно говорить о том, что у молодёжи не происходит актуализации группы символов культурных персоналий по всем периодам исторического развития России. Упоминаются в основном только политические лидеры и исторические события, без особой пространственной привязки. Символов, которые были бы связаны с культурными элементами, практически нет.

Для разных исторических этапов определяющую роль играют конкретные исторические лидеры, которые управляли страной в тот или иной период. Именно через конкретного правителя происходит ассоциация с историческим периодом и определяется эмоциональное отношение к нему. Важным фактором выступают и яркие исторические события, играющие роль связующих элементов в построении исторической картины мира. Пространственный фактор играет меньшую роль для периодов прошлого, но определяет во многом представления о настоящем.

2.4.5. Выводы по третьему этапу эмпирического исследования.

1. Обнаружены качественные и количественные различия в выборе респондентами наиболее важных групп праздников на различных уровнях идентичности: лично для себя, для представителей собственного региона, для жителей России. Для себя лично они выбирают, прежде всего, категорию

семейных ценностей, традиций своего рода и ближнего окружения в виде семейных праздничных ритуалов. Уровень представлений о жителе своего региона направлен на ценность единства социальной группы, связан с ощущением и осознанием себя частью единого целого, где есть общие культурно-исторические корни, выражающиеся в виде праздников Дня Победы и Нового года. Уровень представлений о жителях России формируется на основе представлений о своём регионе, связанных с культурно-историческим единством социальной группы, но и с единой религиозной основой, укрепляющей это единство при помощи религиозных обычаев, ритуалов, норм религиозного поведения.

2. Для респондентов из разных макрорегионов страны выделяется разная структура оценки значимости изучаемых групп праздников. Эти различия были продемонстрированы для всех групп праздников, кроме праздника Дня Победы (9 мая), который в оценках оказался устойчивым для жителей всех макрорегионов на всех уровнях идентичности. Молодежь каждого региона имеет собственные региональные особенности в представлениях, и эти особенности влияют на формирование уникального образа собственного региона, на формирование уникального образа России.

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

4. Обнаружены 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.

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

6. Сравнение актуальности двух наиболее значимых исторических событий в истории России – Великой Отечественной войны и Отечественной войны 1812 года – показало, что значимость исторических символов в представлении о России зависит от актуальной повестки дня в СМИ и проводимых мер государственной поддержки по актуализации определённых исторических событий. Было выявлено, что Отечественная война 1812 года практически совсем не упоминается участниками исследования и не ассоциируется с историческим периодом Царской России. Напротив, Великая Отечественная война является важнейшим конструктом в формировании представлений прошлого России, как и праздник Дня Победы (9 мая). Все проводимые государственные мероприятия способствуют узнаваемости данного исторического события и праздника, приводят к актуализации этого исторического символа, развивая гражданскую идентичность молодёжи, прививая у них чувство патриотизма.

Выводы

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. Для молодежи, которая проживает в различных макрорегионах страны, были выявлены особенности в оценке значимости различных праздников. Житель каждого макрорегиона страны формирует собственную иерархию значимости праздников, которая имеет свою региональную специфику, связывается с определёнными региональными представлениями. Эти различия между представлениями молодежи из различных макрорегионов страны существенны между собой, позволяют говорить о формировании уникальных представлений о своем регионе и России в целом.

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 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.

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.

Заключение

В данной работе были рассмотрены категориальные структуры представлений о России и её регионах у молодёжи, проживающей в различных макрорегионах страны. Эти представления складываются из целого комплекса составляющих: когнитивной, эмоциональной, поведенческой и ценностно-смысловой. Они формируются на основе праздничных ритуалов, образов героев страны и регионов, исторических символов прошлого и настоящего.

В основе картины мира каждого человека лежит ведущий компонент – представления о его родной стране. Именно они являются системообразующим представлением, который определяет удовлетворенность жизнью человеком, его уровень патриотизма и эмоциональную стабильность. Данное исследование показало, что модальность представлений о России, как о родной стране, связано с модальностью представлений о своей малой Родине, собственном регионе проживания. Это позволяет нам говорить о том, что изучение представлений о собственном регионе проживания молодёжи и их особенных региональных отношений к представлениям о стране, является важной научной проблемой. И именно использование методов психологической науки позволяет изучить эти структурные закономерности. Так как основная когнитивная и эмоциональная связь жителя России формируется, прежде всего, именно в месте его проживания и связана со своим регионом.

Результаты исследования свидетельствуют о том, что представления молодёжи о своём собственном регионе проживания, о праздничных ритуалах, о своих образах региональных героев и исторических символах в определённой степени отражают формирование представлений о прошлом, настоящем и будущем страны у её молодёжи.

Список литературы

1. Авилов Г.М., Кранзеева Е.А., Яницкий Л.С. Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 110-119.
2. Акбарова А.А. Социальная активность как элемент социального самоопределения молодежи // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития. 2015. Т. 4, №1(13)).
3. Акопов Г.В. Психология сознания: Вопросы методологии, теории и прикладных исследований. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010,- 272 с.
4. Алибегиллов Ш.А., Волков В.А. Цивилизационная идентичность России как вектор современной государственной политики. Управленческое консультирование, 2016, (5 (89)), 19-24.
5. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / Пер. с англ. В. Николаева; вступ. ст. С. П. Баньковской. М.: Кучково поле, 2016.
6. Андреева Г.М. К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций // Психологические исследования (электронный журнал). 2011. № 6.
7. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учеб. пособие для высших учебных заведений. – 3-е изд. перераб. и доп. / Г.М. Андреева – М.: Аспект Пресс, 2005. – 303 с.
8. Андреева Г.М., Хелкама К., Дубовская Е.М., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая О.А. Уровень социальной стабильности и особенности социализации в старшем школьном возрасте // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1997. № 4. С.31-41.
9. Арендачук И.В. Динамика ценностно-смысловых характеристик социальной активности современной молодежи // Вестник РУДН. Серия: Психология и педагогика. 2018. Т. 15, №3. С. 287-307. DOI: 10.22363/2313-1683-2018-15-3-287-307.

10. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики. М., 1999.
11. Артемьева Е.Ю. Психология субъективной семантики. – М.: Издательство МГУ, 1980.
12. Артемьева Е.Ю., Стрелков Ю.К., Серкин В.П. Структура субъективного опыта: семантический слой и другие. Сборник «Мышление и субъективный мир». Из-во Ярославского университета, Ярославль, 1991.
13. Асмолов А.Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М., Воронеж, 1996.
14. Асмолов А.Г. По ту сторону сознания. Методологические проблемы неклассической психологии. М.: Смысл, 2002.
15. Асмолов А.Г. Стратегия социокультурной модернизации образования: на пути к преодолению кризиса идентичности и построению гражданского общества. Вопросы образования, 2008, (1), 65-87.
16. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире. Вестник Московского университета. 2010. Серия 14. Психология, (1), 3-21.
17. Асмолов А.Г., Карабанова О.А., Гусельцева М.С. Формирование гражданской идентичности как ключевая задача образования и социокультурной модернизации России. М.: Федеральный институт развития образования, 2012. 252 с.
18. Бажов С.И. Философия истории Н.Я. Данилевского. М., 1997.
19. Базаров, Т. Ю., Аксеновская, Л. Н. (2016). Российский регион как объект социально-психологического вмешательства: концепция, технология, опыт. Московский экономический журнал, 4. URL: <http://qje.su/>
20. Безгина Н.В. Психологическая структура гражданской идентичности // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2013. №3-1. С. 241-249.
21. Белинская Е.П. Взаимосвязь ценностных ориентаций и образа социального мира// Мир психологии, 2004. №3 (39). С. 97-102.
22. Белинская Е.П. Современные исследования идентичности: от структурной определенности к процессуальности и незавершенности // Вестник Санкт-

- Петербургского государственного университета. Психология. Педагогика. Серия 16. — 2018. — Т. 8, № 1. — С. 6–15.
23. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. М.: Academia, 1999.
 24. Бердяев Н.А. Русская идея. Основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // О России и русской философской культуре: философы русского послеоктябрьского зарубежья. М.: Наука, 1990. С. 44.
 25. Беспалова Т.В., Расторгуев В.Н. Патриотизм и русская цивилизационная идентичность в современном российском обществе. М.: Институт наследия, 2017.
 26. Богдан Е. Н. Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2007. № 4. С. 122-127.
 27. Богомолова Н.Н. Контент-анализ // Социальная психология: практикум. Москва: Аспект Пресс, 2006, с. 131-162.
 28. Борисов Н.А., Волков В.А. Понятие экологического государства в контексте формирования политической экологии // Управленческое консультирование. 2014. № 2.
 29. Бороноев А.О., Смирнов П.И. Российский менталитет и реформы // Общество и политика. Современные исследования, поиск концепций / Под ред. Большакова В.Ю. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 2000. - 510 с. С.274-302.
 30. Братусь Б.С. Русская, советская, российская психология / Б.С. Братусь. - Москва, 2000.
 31. Бредихин А.И. Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России. Сборник научных трудов / А.И. Бредихин // Проявление региональной идентичности в лояльности к услугам предприятий досугового питания: итоги качественного исследования. – 2015. С.43-46.
 32. Бродель Ф. Время мира. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 3. М.: Прогресс, 1992.
 33. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М., 1983.

34. Брунер Дж. Психология познания. М., 1997.
35. Брушлинский А.В., Сергиенко Е.А. Ментальная репрезентация: динамика и структура / М.: Институт психологии РАН, 1998. 320 с.
36. Вахштайн В.С. Трансформация общественных пространств и эволюция социальной коммуникации. М.: РАНХиГС, 2016.
37. Велижев М.Б. Цивилизация, или война миров. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та в Санкт-Петербурге, 2019.
38. Веракса Н.Е., Вересов Н.Н., Веракса А.Н., Сухих В.Л. Современные проблемы детской игры: культурно-исторический контекст // Культурно-историческая психология. 2020. Том 16. № 3. С. 60–70. doi:10.17759/chp.2020160307
39. Вербицкий А.А., Ферапонтова М.В., Бутовская Е.В. Личностные качества подростков и юношей в контексте нравственного выбора. Педагогика и психология образования, 2018, (2), 89-102.
40. Виноградова С.М., Мельник Г.С. Психология массовой коммуникации. – М: Издательство Юрайт, 2015.
41. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007.
42. Воловикова М. И., Борисова А.М. Психологическое значение праздника для личности. Знание. Понимание. Умение, 2012, (4), 241-245.
43. Воловикова М.И., Тихомирова С. В., Борисова А.М. Психология и праздник: Праздник в жизни человека. М.: Пер Сэ, 2003.
44. Воронин А.Н. Дискурсивные способности: конструкт, эмпирические исследования, направления развития / А.Н. Воронин. В сборнике: Разработка понятий современной психологии. – 2018. – С. 461-481.
45. Воронин А.Н. Дискурсивные способности. Теория, методы изучения, психодиагностика. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2015.
46. Воронин А.Н., Рафикова А.С. Проблема номинации шкал частного семантического дифференциала // Процедуры и методы экспериментально-

- психологических исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016. С. 131-138.
47. Выготский Л.С. Собр. Соч. М. 1982. Т. 1. С. 347.
48. Гальперина П.Я., Ждан А.Н. Хрестоматия по истории психологии. Изд-во МГУ, 1980. С. 63-69.
49. Гальченко А.С. Особенности мотивационной структуры гражданской активности подростков с разным статусом гражданской идентичности. Вестник Мининского университета, 2019, 7 (3 (28)), 8.
50. Глазьев С.Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на «экономическое чудо». М.: Изд. дом «Экономическая газета», 2011.
51. Головнева Е.В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура. Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований / Е.В. Головнёва, 2013. № 5. С. 42-50.
52. Гордеева Т.О., Лункина М.В., Сычев О.А. Источники оптимистического мышления и благополучия подростков. Вопросы психологии, 2018, 5. С. 13-32.
53. Гостев, А.А. Отношение современных россиян к некоторым аспектам социальной и политической жизни страны / А.А. Гостев. В сборнике: Историко-генез и современное состояние российского менталитета. – 2016. – С. 206-218.
54. Гостев А.А. Патриотизм как духовно-нравственное качество личности / А.А. Гостев. В сборнике: Современная личность: Психологические исследования. – 2012. – С. 100-117.
55. Гостев, А.А. Психологические аспекты изучения глобальной манипуляции / А.А. Гостев. // Психологический журнал. – 2017. – Т. 38. – № 4. – С. 17-28.
56. Громыко А.А. Образы России и Великобритании: реальность и предрассудки: монография / Ал.А. Громыко; Учреждение Российской акад. наук, Ин-т Европы РАН – М.: Ин-т Европы РАН: Русский сувенир, 2008.
57. Громыко В.В., Буганов А.В. О воззрениях русского народа. - М.: Паломник, 2000. – 541 с.

58. Грушевицкая Т.Г. Национальная и этнокультурная идентичность в современном обществе. *Международный научно-исследовательский журнал*, 2016, (12-2 (54)), 137-139.
59. Губолго М.Н. Идентификация идентичности: этносоциологические очерки. М.: Наука, 2003. С. 29.
60. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли // *Собр. соч. Т. 3. М., 1997, с. 611.*
61. Дейнека О.С. Образ и медиаобраз России в сознании немецких граждан на фоне усиления радикальных установок в обществе. *Общество: социология, психология, педагогика*, 2021, (12 (92)), 225-231.
62. Дейнека О.С. Образ-представление родины как фактор национальной экономической безопасности // *Междисциплинарные ресурсы экономической психологии в формировании этнорегиональной идентичности и позитивного образа «малой родины»*. Материалы Всеросс. научно-практ. конф. с междунар. участием/ Под. ред. А.Д. Карнышева, В.А. Решетникова. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 29-36.
63. Денисова Г.С., Клименко Л.В. Особенности региональной идентичности населения Юга России // *Социологические исследования*. 2013. № 7. С. 25-34.
64. Джерелиевская М. А. Трансформация мировоззренческих установок и мужественность-женственность современной молодежи // *Актуальные проблемы исследования массового сознания: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. 22-23 марта 2019 г. [Электронный ресурс] / отв. ред. В. В. Константинов*. Издательство ПГУ Пенза, 2019. С. 70-72.
65. Дмитриева Е.Е. Теория культурного трансфера и компаративный метод в гуманитарных исследованиях: оппозиция или преемственность? // *Вопросы литературы*. 2011. № 4.
66. Дольто Ф. *Собрание сочинений. / Пер. с фр. под науч. ред. С.Ф. Сироткина // Ижевск: ERGO, 2010. – 520 с.*

67. Донцов А.И., Зеленев И.А., Прохода В.А. Макросоциальная динамика и этническая толерантность/интолерантность в современных Европе и России // Вопросы психологии. 2019. № 3. С. 75-93.
68. Донцов А.И., Зинченко Ю.П. Концепция глобализации и феномен психологической безопасности // Живая психология. 2014. № 3 (3). С. 4-9.
69. Дробижева Л.М. Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 26–36.
70. Дубин Б. К вопросу о выборе пути: Элиты, масса, институты в России и Восточной Европе 1990-х годов // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2004. № 6. С. 21-31.
71. Дубовская Е.М. Социализация личности в мультикультурном пространстве как один из аспектов проблемы «личность и общество». Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование», 2019, (4), 24-32.
72. Евгеньева Т.В. Круглый стол «Формирование национально-государственной идентичности: проблемы, опыт, перспективы» 4 июня 2015 года. Ценности и смыслы, 2015, (5 (39)), 7-35.
73. Евгеньева Т.В. Культурно-психологические основания формирования образа «Другого» в современной России // «Чужие» здесь не ходят. Радиальная ксенофобия и политический экстремизм в социокультурном пространстве современной России. М., 2004 –308 с. РАН центр цивилизационных и региональных исследований. Серия «Образы мира». Том 2. С. 39-57.
74. Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации. – Полития: Анализ. Хроника. Прогноз. № 4. 2017. С. 48-64.
75. Евгеньева Т.В., Смутькина Н.В., Цымбал И.А. Место России в мире в восприятии рядовых граждан: идентификационное измерение. – Полис. Политические исследования. 2020. № 4. С. 181-191. <https://doi.org/10.17976/jpps/2020.04.13>

76. Евгеньева Т.В., Титов В.В. Образы прошлого в российском массовом политическом сознании: Мифологическое измерение. – Политическая наука, 2017. № 1. С. 120-138.
77. Евгеньева Т.В., Титов В.В., Белоконев С.Ю. Место образа славянского мира в формировании современной российской идентичности. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2019, (48), 135-144.
78. Емелин В. А., Рассказова Е. И., Тхостов А. Ш. Единство и разнообразие процессов формирования идентичности личности // Вопросы философии. — 2018. — № 2. — С. 27–38.
79. Емелин В.А. Кризис постмодернизма и потеря устойчивой идентичности. // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 2(26). – С. 5-15.
80. Емелин В.А., Рассказова Е.И., Тхостов А.Ш. Влияние информационных технологий на трансформацию совладающего поведения // Вопросы психологии. 2014. № 4. С. 49-59.
81. Емельянова Т.П. Социальная психология. Концепция социальных представлений и дискурсивная психология. Психологический журнал, Российская академия наук. 2005. №. 5. С. 16-26.
82. Емельянова Т.П., Дробышева Т.В. Структура социальных представлений у лиц разного возраста, потерявших работу. Вопросы психологии, 2019, 4. С. 124-135.
83. Емельянова Т. П. Коллективная память о событиях отечественной истории: социально-психологический подход. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2019. – 299 с.
84. Ерохина Т.И. Пограничность Российской цивилизационной идентичности: кризис и/или дискурс. // Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего: XVII Международ. Лихачев. науч. чтения (18–20 мая 2017 г.). СПб.: СПбГУП, 2017. С. 329-331.
85. Жаде З.А. Цивилизационная идентичность России в глобализирующемся мире. Южно-российский журнал социальных наук, 2007, (1), 78-88.

86. Ждан А.Н. Масштабность личности и деятельности А. Н. Леонтьева (5.02.1903 – 21.01.1979) // Методология и история психологии. 2018. Вып. 1. С. 186-206.
87. Заковоротная М.В. Идентичность человека: Социально-философские аспекты. Ростов-на-Дону, 1999.
88. Замятин Д.Н., Замятина Н.Ю., Митин И.И. Моделирование образов историко-культурной территории: методологические и теоретические подходы. М.: Институт Наследия, 2008.
89. Зелетдинова Э.А., Дьякова В.В., Руденко М.Н., Гайнутдинова Е.В. Региональная идентичность в фокусе социологического анализа // Теория и практика общественного развития. 2020. №1 (143).
90. Зинченко В.П. Сознание и творческий акт. М., 2010.
91. Зинченко В.П., Мамардашвили М.К. Проблема объективного метода в психологии // Вопросы философии. 1977. №7.
92. Зинченко Ю.П. Психологические основы формирования образа современной России // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение / Под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. М., 2008, с. 6.
93. Зинченко Ю.П. Психология безопасности как социально-системное явление. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология - 2011. - №4 - с. 4-11.
94. Зинченко Ю.П., Шайгерова Л.А., Шилко Р.С. Методологические проблемы изучения этнокультурной идентичности детей и подростков в цифровом обществе // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. Выпуск 2, 2019. С. 875-884.
95. Знаков В.В. Знаки и символы в понимании субъектом мира // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21, №2. С. 97-110. DOI: 10.31429/26190567-21-2-97-110.
96. Знаков В.В. Понимание и переживание москвичами террористической угрозы // Вопросы психологии. 2010. № 4. С. 64-74.

97. Зубаревич Н.В. Будущее российского пространства: экономика и население // Будущее российской экономики. Под ред. Р. Ениколопова, Ш. Вебера. М.: Эксмо, 2020. С. 168–177.
98. Иванников В.А., Гусев А.Н., Барабанов Д.Д., Эйдман Е.В. Осмысленность жизни и ориентация на действие как предикторы самооценок волевых качеств. // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2020. № 2. с.3-25.
99. Иванова Н.Л., Мазилова Г.Б. Гражданская идентичность и формирование гражданственности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития. 2010. №4. С. 11-20.
100. Иванова Н.Л., Мазилова Г.Б. Изменение этнической и гражданской идентичности в новых общественных условиях//Вопросы психологии. – 2008. - №2. с. 83-93.
101. Имиджи Сибири. Под ред. В.И. Супруна. Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2008.
102. Инкижекова М.С. Категории «национальная идентичность» и «патриотизм» в современном образовательном пространстве. Znanie. Ponimanie. Umenie, 2017. 10.17805/zpu.2017.4.4.
103. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб.: Петрополис, 1997.
104. Как проектировать универсальные действия в начальной школе. От действия к мысли: пособие для учителя/под ред. А.Г. Асмолова. М.: Просвещение, 2011.-151 с.
105. Камбербач Г. «Воздействие» СМИ на общество: неоконченная дискуссия // Медиа. Введение. Под редакцией А. Бриггза, П. Кобли – М.: Юнити-дана, 2005.
106. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. АСТ. Москва. 2014.
107. Кара-Мурза А.А. Кризис идентичности в современной России: возможности преодоления // Реформаторские идеи в социальном развитии России / отв. ред. С. А. Никольский. М.: ИФ РАН, 1998. С. 108-124.
108. Карапетян Л.В., Глотова Г.А. Исследование параметров эмоционально-личностного благополучия российских студентов (окончание). // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2018. № 3. с.60-75

109. Караяни А.Г., Зинченко Ю.П. Информационно-психологическое противоборство в войне: история, методология, практика. М.: МГУ, 2007.
110. Каргаполов Е.П. Цивилизационная идентичность России: проблемы и решения. Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Гуманитарные и общественные науки, 2020, 4 (1 (13)), 61-69.
111. Касьянова К. О русском национальном характере. М.: Институт национальной модели экономики, 1994.
112. Катвалян А.Э., Костромина С.Н. Этническая идентичность в структуре Я-концепции подростков (на примере русских и армянских школьников). Психология. Психофизиология, 2018, 11 (2), 83-93.
113. Келли Дж.А. Теория личности. Психология личностных конструктов. СПб.: Речь, 2000.
114. Киричек О.Я. Преподаватель XXI век / О.Я. Киричек // Изучение психологических особенностей региональной идентичности личности. – 2011. № 4. С.153-163.
115. Киселёв И.Ю., Смирнова А.Г. Особенности восприятия населением результатов внешней политики. – Вестник Института социологии. 2016. № 19. С. 136-154. <https://doi.org/10.19181/vis.2016.19.4.432>
116. Климов И.А. Телевидение: модальности существования // Социол. исслед. 2005 № 10. С. 93-99.
117. Князев А.М. Воспитание гражданственности: Монография. В 2-х т. Т. 1. М.: Изд-во РАГС, 2007. 355 с.
118. Козлов В.В. Интегративная психология: пути духовного поиска или освящение повседневности. М., 2007.
119. Колесова Л.А. Четвертое измерение человека. Проблема четырех вопросов // В сб. «Синергетика» М.: МГУ, 1999.
120. Кольцова В.А., Журавлев А.Л. Сущностные характеристики и факторы формирования российского менталитета // Психологический журнал, 2017. Т. 38 № 3 С. 5-17.

121. Кондаков И.В. Цивилизационная идентичность России: сущность, структура и механизмы // Вопросы социальной теории. 2010. том IV. С. 282-304.
122. Кондаков И.В. Россия мира: российский глобалитет в потоке мировой истории // Общественные науки и современность. №1. 2011. С. 160-176.
123. Копцева Н.П., Кистова А.В. Конструирование этнокультурной и общенациональной идентичности как философская проблема // Философия и культура, 2015, № 1 (8). С. 12-19.
124. Корнилова О.А., Артюков А.П., Василевская Е.А. Идентичность личности в структуре самосознания: этнический аспект // Наука о человеке: гуманитарные исследования / 3 (37). Омск, 2019, с. 73-80.
125. Корнилова Т.В. Интеллектуально-личностный потенциал человека в условиях неопределённости и риска. СПб.: Нестор-История, 2016.
126. Корнилова Т.В., Чжоу Цюци, Эмпатия и имплицитные теории эмоций и личности (на китайской выборке). // Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология. 2021. № 1. с.114-143.
127. Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В. Гражданская идентичность современной молодежи Ярославской области. Ярославский педагогический вестник, 2013, 1 (4), 143-149.
128. Костина А.В. Цивилизационная идентичность России: вызовы и ответы. Знание. Понимание. Умение, 2016, (2), 138-152.
129. Кравченко Н.Ю. Трехкомпонентная модель формирования гражданской идентичности: возможности и ограничения. Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология, 2016, (3 (35)), 82-90.
130. Крылов М.П. Региональная идентичность в Европейской России: Автореф. ... дис. доктора географ. наук / М.П. Крылов. М., 2007.
131. Куденхове-Калерги Р.Н. Пан-Европа / Отв. ред. Е. Айзпурут. М.: Вита Планетаре, 2006.

132. Кыштымова И.М., Ангеловска С.Н. Семантика образа героя: межкультурные различия (на примере российских и македонских подростков). Сибирский психологический журнал, 2018, (70), 103-117.
133. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой. СПб.: Питер, 2020.
134. Лаврова Е.В., Матвеева Л.В. Содержание новостного дискурса и представление человека об опасности. Психологический журнал, 2016, 4(37), 5-20.
135. Латынов В.В. Принципы психологического исследования коммуникативного воздействия. Вестник университета, 2013, (10), 245-251.
136. Лебедева Н.М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М.: Старый сад, 1999. 158 с.
137. Лебедева Н.М. Социально-психологическая аккультурация этнических групп. Дисс. ... докт. психол. наук. М., 1997.
138. Лебедева Н.М. Этническая и кросс-культурная психология. М.: МАКС Пресс, 2011.
139. Лебон Г. Психология толпы // Психология толпы: сборник работ. М., 2003, с. 7.
140. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. М., 1930.
141. Левочкина Н.А. Региональная идентичность: понятие и сущность // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. Пенза: Изд-во «Академия естествознания», 2016. № 1 (часть 3). С. 446-453.
142. Леонтьев А.А. Прикладная психолингвистика речевого общения и массовой коммуникации. - М: Смысл. - 2008.
143. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / Алексей Николаевич Леонтьев. – 2-е изд., стер. – М.: Смысл; «Академия», 2005.
144. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1975, с. 64.
145. Леонтьев А.Н. Образ мира / А. Н. Леонтьев // Избр. психол. произведения: в 2 т. – М., 1983. Т. 2. С. 251-261.

146. Леонтьев А.Н. Психология образа / А.Н. Леонтьев // Вестник Московского университета / Ред. С.Д. Смирнов. – 1979. – №2 апрель-июнь 1979. – с. 3-14. – (Серия 14. Психология).
147. Леонтьев Д. А. Психология смысла. М.: Смысл, 1999.
148. Леонтьев Д.А. Лабиринт идентичностей: не человек для идентичности, а идентичность для человека. *Философские науки*. 2009; (10):5-10.
149. Леонтьев Д.А. Личностный смысл и трансформация психического образа // *Вестник МГУ. Психология*. 1988. №2.
150. Леонтьев Д.А. О некоторых аспектах проблемы «культура и личность» // *Культурно-историческая психология*. 2013. Том 9. № 1. С. 22-31.
151. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. 3-е изд., доп. М., 2007.
152. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М., 2003.
153. Леонтьев Д.А., Миюзова А.Е. Личностные изменения как результат жизнетворческой работы // *Консультативная психология и психотерапия*. 2016. Том 24. № 1. С. 44-63. doi: 10.17759/cpp.2016240104.
154. Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В. Образ героя России как фактор формирования гражданской идентичности: гендерный аспект // *Человек в информационном пространстве*. — РИО ЯГПУ Ярославль, 2020. С. 238–243.
155. Литвинов В.Ю. Влияние СМИ на региональные образы России в общей картине мира молодежи. // *Национальный психологический журнал*, 2020. No 2(38). С. 158-169.
156. Литвинов В.Ю. Особенности восприятия праздников у молодежи из различных макрорегионов России // *Психологический журнал* – 2022. – Том 43. – №1 С. 60-71. DOI: 10.31857/S020595920017738-7
157. Литвинов В.Ю., Матвеева Л.В. Сравнительный анализ культурных представлений творческой молодежи о российской, западной и восточной цивилизациях // *Социальная психология и общество*. 2021. Т. 12, № 1. С. 177-197.

158. Лич Э. Культура и коммуникации: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии. М., 2001.
159. Лобачева Д.В. Культурный трансфер: определение, структура, роль в системе литературных взаимодействий // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2010. Вып. 8. С. 23-27.
160. Лотман Ю.М. О двух моделях коммуникации в системе культуры // Труды по знаковым системам. Тарту, 1973, Вып. 6.
161. Лубский А.В. Государство-цивилизация и национально-цивилизационная идентичность в России. Гуманитарий Юга России, 2015, (2), 30-45.
162. Лурия А.Р., Виноградова О.С. Объективное исследование динамики семантических систем // Семантическая структура слова. М., 1979.
163. Лурье С. Метаморфозы традиционного сознания. СПб., 1940.
164. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности-2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.
165. Мазлумян В.С. Картина мира и Образ мира // Мир психологии. 2009. № 4. С. 100—108.
166. Маклюэн М., Понимая медиа. – СПб: Кучково поле, 2014.
167. Максимова Л.А., Валиев Р.А., Руженцева Н.Б., Валиева Т.В. Региональная идентичность в юношеском возрасте как маркер личностной связи с территорией проживания // Психологическая наука и образование. 2019. Том 24. № 2. С. 82–92. doi:10.17759/pse.2019240208
168. Малинова О.Ю. Коммеморация столетия революции(й) 1917 года в РФ: анализ стратегий ключевых мнемонических акторов. – Полис. Политические исследования. 2018. № 1. С. 9-25. <https://doi.org/10.17976/jpps/2018.01.02>
169. Малышева Н.Г., Стефаненко Т.Г., Тихомандрицкая О.А. Образ России в многополярном мире: кросс-культурный анализ // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2012. № 1. С. 61–73.
170. Масленников А.А. Психологические особенности гражданской идентичности студентов разной этноконфессиональной направленности. Российский психологический журнал, 2012, 9 (2), 48-54.

171. Маслин М.А. Антология о России и русской философской культуре. Философы русского послеоктябрьского зарубежья. Москва: Москва, 1990.
172. Маслов А.А. Цивилизационная идентичность российского общества: Социально-философские аспекты: Автореф. дис. кандидата философских наук. Москва. 2005.
173. Матвеева Л.В. Влияние феномена разорванной коммуникации в СМИ на границы информационно-психологической безопасности // Информационная и психологическая безопасность в СМИ: в 2-х т. Т. II: Феномен разорванной коммуникации: Сб. статей / Под ред. Я.Н. Засурского, Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой, Е.Л. Вартановой, А.И. Подольского. Т. 2. Аспект Пресс Москва, 2008. С. 29-41.
174. Матвеева Л.В. Категориальная структура образа России в молодежной аудитории // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. 2010. Т. 4, № 2. С. 83-98.
175. Матвеева Л.В. Культура и СМИ: размышления о феномене «разорванной коммуникации» // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2007. № 1. С. 119-132.
176. Матвеева Л.В. Образ России в информационном пространстве // Образ России в стране и за рубежом: гуманитарное измерение: сборник материалов к Всероссийской конференции «Современный образ России: проблемы и решения» / под общ. ред. Ю.П. Зинченко, Л.В. Матвеевой. Москва: МГУ имени М.В. Ломоносова, 2008. С. 17-34.
177. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В. Психология телевизионной коммуникации. М: РИП-Холдинг, 2002.
178. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я., Мочалова Ю.В., Степанова О.Б. Образ России в сознании российской молодежи: особенности ценностно-смыслового кода культурных представлений // Психологический журнал. 2021. Т. 42, № 5. С. 115-126.
179. Матвеева Л.В., Мочалова Ю.В., Петракова Е.Е., Аникеева Т.Я. Категориальная структура образа России и образов других стран в менталитете

- жителей страны и союзного государства Белоруссии / Образы, традиции и культура межнационального мира и согласия: монография / науч. ред. А.Д. Карнышев. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2014, с. 64-112.
180. Мацумото Д. Психология и культура / под ред. Д. Мацумото. СПб.: Питер, 2003.
181. Межуев Б.В. Есть ли у России свой «цивилизационный код», и в чем он может заключаться? // Вопросы философии 2018. Выпуск №7 С. 35-43. DOI: 10.31857/S004287440000221-8
182. Мельникова О.Т., Кутковая Е.С. Дискурсивный подход к исследованию идентичности. Вестник Московского университета. Серия 14. Психология, 2014, (1), 59-71.
183. Мельникова О.Т., Хорошилов Д.А. Развитие исследований коммуникаций в культурно-исторических контекстах отечественной психологии // Коммуникации. Медиа. Дизайн. — 2017. — Т. 2, № 3.
184. Минеева И.Н. Культурный трансфер: от истории идеи к методологии // Филологические исследования. 2016. Т. 4. DOI: 10.15393/j100.art.2016.3006
185. Митина О.В., Михайловская И.Б. Факторный анализ для психологов. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001.
186. Митина О.В., Петренко В.Ф. Психосемантический анализ имиджа государства: реконструкция и измерение // Психологический журнал. 2009. Том 30. №3. С. 16-27.
187. Михеев, В.А. Этапы развития российской государственности в контексте социально-политической мысли. Социология власти, 2012, (2), 112-119.
188. Мишучков А.А. Цивилизационная идентичность в системе общенациональной безопасности России // Вестник Оренбургского государственного университета. 2014. № 11. С. 244-250.
189. Мкоян Г.С. Использование методов г. Хофстеде для сравнительного анализа социокультурных ценностей среди двух поколений армянского общества. Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета, 2018, (4 (34)), 50-57.

190. Монастырский Д.В. Гражданская идентичность: теоретические подходы к исследованию и формирующие ее факторы // Гуманитарий юга России. 2017. Т. 23, №1. С. 181-188.
191. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. Пер. с фр.. М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.
192. Муращенкова Н.В. Выраженность экстремистской и патриотической самоидентичности как типобразующие показатели гражданской идентичности молодежи // СИСП. 2013. №9(29). DOI: <http://dx.doi.org/10.12731/2218-7405-2013-9-62>.
193. Назукина М.В. Региональная идентичность в современной России: типологический анализ: Автореф. ... дис. канд. политических наук /М.В. Назукина. – Пермь, 2009.
194. Найссер У. Познание и реальность: Смысл и принципы когнитивной психологии / Перевод с англ. В. В. Лучкова. - М.: Прогресс, 1981.
195. Нанехова Р.Р., Тлисова Д.Х. Социально-психологические особенности формирования гражданской идентичности студенческой молодёжи: [монография] / Наехова Р. Р., Тлисова Д. Х. - Москва: Междунар. отношения, 2016.
196. Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Москва, Речь,2004.
197. Нестик Т.А., Журавлев А.Л. Психология глобальных рисков. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2018. – 402 с.
198. Нестик Т.А. Глобальная идентичность как социально-психологический феномен: теоретико-эмпирическое исследование / Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2017. – Т. 2. – № 4 (8). – С. 145-185.
199. Новикова Г.В., Маль Г.С. Структура социальной активности молодежи в добровольческой деятельности и ее виды // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. №10(52), часть 4. С. 124-126. DOI: <https://doi.org/10.18454/IRJ.2016.52.023>).

200. Носкова О.Г. Будущее психологической науки и практики с позиции истории психологии и науковедения // Психологический журнал, 2018. Т. 39. № 4. С. 122–124.
201. Носуленко В.Н., Самойленко Е.С. Познание и общение: системная исследовательская парадигма / В.Н. Носуленко, Е.С. Самойленко. // Психологический журнал. – 2012. – Т. 33. – № 4. – С. 5-16.
202. Окунев И.Ю. Основы пространственного анализа: монография. М.: Аспект Пресс, 2020. 255 с.
203. Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А. Постсобытийный дискурс в интернет-сообществах: интенциональная структура и приемы воздействия // Экспериментальная психология. 2020. Т. 13. №. 1. С. 138—148. DOI: <https://doi.org/10.17759/exppsy.2020130110>
204. Панарин А.С. Православная цивилизация / Сост., предисл. В. Н. Расторгуев / Отв. ред. О. А. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2014.
205. Пантин В.И. Национально-цивилизационная идентичность: специфика России. Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС, 2011, 7 (2), 42-51.
206. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма. 2-е дополненное издание. Эксмо Москва, 2013.
207. Петренко В.Ф. К проблеме психологии сознания // Вопросы философии. 2010. № 11. С. 47 – 57.
208. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: психосемантическая парадигма / Петренко В.Ф. – М.: Новый хронограф, 2009.
209. Петренко В.Ф. Психосемантические аспекты картины мира субъекта. Психология. Журнал Высшей школы экономики, 2005, 2 (2), 3-23.
210. Петренко В.Ф., Кучеренко В.В. Теория и практика сенсомоторного психосинтеза // Вестник Российской академии наук. - 2019. - Т. 89. - №2. - С. 147-156. doi: 10.31857/S0869-5873892147-156
211. Петренко В.Ф., Митина О.В. Политическая психология: психосемантический подход. Социум Москва, 2018. 590 с.

212. Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания: На материале политического менталитета. – 2-е изд. – М.: Изд-во МГУ, 1997.
213. Петровский А.В. Вопросы истории и теории психологии: Избр. труды / А.В. Петровский. – Москва: Педагогика, 1984.
214. Петровский А.В. Проблема развития личности с позиции социальной психологии // Вопросы психологии. 1984. № 4. С. 15-29.
215. Петровский В.А. Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов н/Д.: Феникс, 1996.
216. Петровский В.А. Принцип отраженной субъектности в психологическом исследовании личности // Вопросы психологии. – 1985. №4. С. 17-30.
217. Петровский В.А. Психология надситуативной активности // Вопросы психологии. 1975. №3.
218. Петухов В.В. Образ мира и психологическое изучение мышления // Вестн. Моск. гос. ун-та. 1984. Сер.14. Психология. № 21. С. 13-21.
219. Поддьяков А.Н. Зоны развития, зоны противодействия и пространство ответственности / А.Н. Поддьяков. // Культурно-историческая психология. – 2006. – № 2. – С. 68-81.
220. Поддьяков А.Н., Поддьяков Н.Н. Интерактивные исследовательские объекты: от лабораторных экспериментов к массовым практикам XXI века // Исследователь/Researcher. 2019. №3 (27).
221. Полищук И.С. История России. Учебно-методическое пособие / Под редакцией профессора, доктора исторических наук Г.С. Сергеева. Изд. 2-е, переработ. и дополн. Тверь, 2007. 129с.
222. Помозова Н.Б. Символы как инструмент управления формированием гражданской идентичности: сравнительный анализ России и Китая. Автореферат. Москва, 2012.
223. Попова О.В. Базовая матрица государственной политики идентичности в современной России. – Политическое пространство и социальное время, 2016. С. 160-165.

224. Поршнева Б.Ф. Социальная психология и история (2-е изд., доп. и испр.): Наука; Москва; 1979, с. 82.
225. Похилько В.И., Федотова Е.О. Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности // Вопросы психологии. 1984. №3.
226. Психологические исследования духовно-нравственных проблем / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.В. Юревич. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
227. Психология индивидуальных различий. Тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. М.: Изд-во МГУ, 1982. С. 288-318.
228. Путрик Ю.С. К вопросу об измеряемости цивилизационных ценностей как компонента формирования брендов обширных территорий. Культурологический журнал, 2018, (1 (31)), 3.
229. Развитие общегражданской идентичности в поликультурном пространстве российского общества / Л.А. Степнова и др.; под общ. ред. Л.А. Степновой. – М.: Народное образование, 2017. – 128 с.
230. Расторгуев В.Н. «Русский мир» и цивилизационная идентичность. Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 1: Богословие. Философия. Религиоведение, 2015, (3 (59)), 152-158.
231. Расторгуев В.Н. Цивилизационное наследие России: методология исследовательской программы и контуры долгосрочной стратегии // Журнал Института наследия. 2018. № 2, с. 5-13.
232. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – СПб: Издательство «Питер», 2000, – 712 с.
233. Савченко Т.Н., Самойленко Е.С. Социальное сравнение как фактор субъективного благополучия // Социологические исследования. 2022. № 11. С. 74-85. DOI 10.31857/S013216250023036-2
234. Свитич Л. Г. Ценностная доминанта русских пословиц и СМИ // Журналистика в 2011 году: Ценности современного общества и средства массовой информации. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 6-8 февраля 2012 г. — Ф-т журн. МГУ Москва, 2012.

235. Свитич Л.Г. Журнализм в свете современных научных парадигм. Учебное пособие. Изд-во ИМПЭ Москва, 2012.
236. Свитич Л.Г. Корневые черты русской нации и телеобраз России // Современный образ России: перспективы развития. М.: МГУ, 2008.
237. Семененко И.С. Политика идентичности и идентичность в политике: этнонациональные ракурсы, европейский контекст. – Полис. Политические исследования, 2016. № 4. С. 8-28. <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.04.03>
238. Семенов В.Е. Российская идентичность и патриотизм в полиментальном обществе // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2017. Том 2. № 2.
239. Сент-Экзюпери А. Маленький принц. М.: Эксмо, 2019.
240. Серкин В.П. Методы психосемантики. М.: Аспект Пресс, 2004. С.80-95.
241. Серкин В.П. Пять определений понятия «образ мира» // Вестник МГУ (Сер. 14. Психология). 2006. № 1. С. 11-19.
242. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. С-Пб., Речь, 2004.
243. Сикевич З.В. Образ России в контексте национальной идентичности русских (по материалам социологических исследований). Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология, 2009, (3-1), 166-173.
244. Синергетика: антология / Российская акад. наук, Ин-т философии; науч. ред., сост. и авт. пер.: Е. Н. Князева. Москва; Санкт-Петербург: Центр гуманитарных инициатив, 2013.
245. Смирнов С.Д. Мир образов и образ мира // Вестник Московского университета. Сер.14 «Психология». 1981. № 2. С. 15-29.
246. Смирнов С.Д. Понятие «образ мира» и его значение для психологии познавательных процессов // А.Н. Леонтьев и современная психология. - М., 1983. - С. 149-155.
247. Смирнов С.Д. Психология образа: проблема активности психического отражения / С. Д. Смирнов. - М.: Изд-во МГУ, 1985.

248. Снежкова И.А., Калачева И.И., Шалыгина Н.В., Громов Д.В. Образы России и Белоруссии в представлениях молодежи двух стран. *Власть*, 2019, (1), 107-112.
249. Собкин В.С., Мнацаканян М.А. Особенности восприятия студенческой молодежью современных политических лидеров России (по материалам психосемантического исследования) // *Социальная психология и общество*. 2015. Том 6. № 3. С. 46–63. DOI: 10.17759/sps.2015060304
250. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М., 1998.
251. Солдатова Г.У. Цифровая социализация в культурно-исторической парадигме: изменяющийся ребенок в изменяющемся мире // *Социальная психология и общество*. 2018. Том 9. № 3. С. 71-80. DOI:10.17759/sps.2018090308
252. Солдатова Г.У., Войскунский А.Е. Социально-когнитивная концепция цифровой социализации: новая экосистема и социальная эволюция психики. *Психология. Журнал Высшей Школы экономики*. 2021, Т. 18, 3, 431-450. DOI: 10.17323/1813-8918-2021-3-431-450.
253. Спирина Т.А., Горошко Е.А. Трансформации этнической идентичности студенческой молодёжи // *Молодой учёный*. Казань, 2017. № 19. С. 282-285.
254. Старостова Л.Э. Известия уральского федерального университета. Серия 1: проблемы образования, науки и культуры / Л.Э. Старостова // *Прагматический подход к моделированию территориальной идентичности: социокультурный аспект*. 2015. № 3. С.95-105.
255. Степин В.С. XXI век – радикальная трансформация типа цивилизационного развития // *Глобальный мир: системные сдвиги, вызовы и контуры будущего: XVII Международ. Лихачев. науч. чтения (18–20 мая 2017 г.)*. СПб.: СПбГУП, 2017. С. 185–188.
256. Степин В.С. Проблема будущего цивилизации // *Будущее России в зеркале синер-гетики* / Под ред. Г.Г. Малинецкого. М.: КомКнига, 2006.
257. Степин В.С. Теоретическое знание: Структура, историческая эволюция / В.С. Стёпин. М.: Прогресс-Традиция, 2000.

258. Степин В.С. Типология научной рациональности и синергетика. *Філософія освіти*, 2017, (1), 6-29.
259. Степин В.С. *Цивилизация и культура*. СПб.: СПбГУП, 2011.
260. Степнова Л.А. *Социальная мифология и проблемы современного социального мышления*. – М.: Советский спорт, 1999. – 160 с.
261. Степнова Л.А., Костенко Е.П. *Методология исследования гражданской идентичности в поликультурном пространстве российского общества*. *Акмеология*, 2017, (3 (63)), 17-22.
262. Стефаненко Т.Г. *О русской ментальности: константы и трансформации // Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ*. М., 2005, с. 264-299.
263. Стефаненко Т.Г. *Социально-психологические аспекты изучения этнической идентичности [Электронный ресурс]*, 2007. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/social/ethnic> (дата обращения: 11.10.2018).
264. Стефаненко Т.Г. *Этническая идентичность: от этнологии к социальной психологии*. *Вестник Московского университета*, 2009. Серия 14. Психология, (2), 3-17.
265. Стрелков Ю.К. *Психические процессы в операторском труде*. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989.
266. Суворова И.Ю. *Применение теории динамики идентичности для описания взаимосвязи человека и социальной реальности*. *Пензенский психологический вестник*, 2016. (1), 38-58.
267. Сурнов К. Г., Тхостов А. Ш. *Понятие психологической нормы и современные телекоммуникативные технологии // Информационная и психологическая безопасность в СМИ. Т. 2*. М: Аспект Пресс. -2008. С. 116-122.
268. Сухарев А.В. *Развитие русской ментальности / А.В. Сухарев – Москва, – 2017. Сер. Методология, история и теория психологии*.
269. Сухарев М.В. *Движение цивилизаций: Россия и Запад // Политические исследования*, № 1, 2005 г. с. 72-94.

270. Тарасов М.В. Образ Родины: обоснование и апробация диагностического инструментария // Экспериментальная психология. 2020. Том 13. № 4. С. 205-219. doi:10.17759/exppsy.2020130415
271. Таратухина Ю.В. Межкультурная коммуникация. Семиотический подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю.В. Таратухина, Л.А. Цыганова. Москва: Издательство Юрайт, 2019.
272. Татарко А.Н. Социально-психологический капитал личности в поликультурном обществе/дис. на соиск. ст. д. пс. н. М. 2014. – 402 с., с. 107.
273. Тесля А.А. О понятии «цивилизации» в единстве и множестве: М. Б. Велижев. Цивилизация, или Война миров / Исследования по истории русской мысли. Ежегодник за 2019 год. М.: Модест Колеров, 2019.
274. Титов В.В. Национально-государственная идентичность российской молодежи в начале XXI века. М.: МАКСПресс, 2012. 168 с.
275. Титов В.В. Политика памяти и формирование национально-государственной идентичности: российский опыт и новые тенденции. М., 2017. 184 с.
276. Тихомандрицкая О.А., Мельникова О.Т. Исследование проблемы кризиса маскулинности в гендерной картине мира современной молодежи методом фокус-группы // Социальная психология и общество. 2018. Т. 9. № 3. С. 187—196. doi:10.17759/sps.2018090318.
277. Тойнби А. Цивилизация перед судом истории. М.: АСТ, 2011.
278. Толстых Н.Н. Хронотоп: культура и онтогенез. Монография. Москва: Универсум, 2018.
279. Тоффлер О. Футуршок. СПб, 1997. С. 387.
280. Третьяков В.Т. Теория телевидения. ТВ как неоязычество и как карнавал. Курс лекций. Научно-издательский центр Ладомир. Москва, 2015.
281. Туровский Р.Ф. Соотношение культурных ландшафтов и региональной идентичности в современной России // Идентичность и география в постсоветской России: Сборник статей. СПб., 2003, с. 139-155.

282. Тхостов А.Ш., Рассказова Е.И., Емелин В.А. Differentiation of identity fusion and identification with family, friends, country and organization // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. — 2018. — Vol. 69. — P. 679–686.
283. Тхостов А.Ш., Рассказова Е.И., Емелин В.А. Психическое здоровье в контексте информационного общества: к вопросу об изменениях в патогенезе и патоморфозе заболеваний (на примере нарушений цикла сон—бодрствование) // Консультативная психология и психотерапия. 2019. Т. 27, № 3. С. 44-60.
284. Ушаков Д.В. Менталитет и социально-экономические достижения стран. Вестник РАН, 2020, Т. 90, № 3, стр. 224-231.
285. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004.
286. Фаликман М.В. Новая волна Выготского в когнитивной науке: разум как незавершенный проект // Психологические исследования. 2017. Т. 10, № 54. С. 2.
287. Фаст Дж., Холл Э. Язык тела. Как понять иностранца без слов. М.: Вече, Персей, АСТ, 1995.
288. Фомин А.Г., Гостев А.А. Многослойная модель личности "матрешка": психологические размышления на основе святоотеческих идей / В сборнике: фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. — 2017. — С. 367-375.
289. Фрейд З. Коллективная психология и анализ Я // «Я» и «Оно». Труды разных лет. Кн. 1.Т6., 1991.
290. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. М., 2004.
291. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций? Полис. Политические исследования. 1994. № 1. С. 33.
292. Холодная М.А. Психология интеллекта: парадоксы исследования. 2-е изд., перераб. и дополн. СПб.: Питер, 2002. 384 с.
293. Цивилизационная идентичность в переходную эпоху: культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты /Кондаков И.В., Соколов К.Б., Хренов Н.А. М.: Прогресс-Традиция, 2011.

294. Цымбурский В.Л. Идентичность и цивилизация // Новая философская энциклопедия. В 4 т. / под ред. В. С. Степина. М.: Мысль, 2001. Т. 2. С. 80.
295. Цымбурский В.Л. Народы между цивилизациями. Журнал Pro et Contra Т.3, №3, 1997.
296. Чистовский Д.И. Актуальные направления современных психологических исследований гражданской (национальной) идентичности // Психолог. 2017. №3. С. 51-62.
297. Шамионов Р.М. О проблеме этнической социализации // Человек. Сообщество. Управление. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2009. № 3. С. 66-76.
298. Шамионов Р.М. Социальная активность личности и группы: определение, структура и механизмы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2018. Т. 15, №4. С. 379-394. DOI: <http://dx.doi.org/10.22363/2313-1683-2018-15-4-379-394>).
299. Шатыр Ю.А., Улесикова И.В., Мулик И.Г., Булатецкий С.В., Мулик А.Б. Разработка критериев и показателей фенотипической индивидуализации социальной активности человека // Российский медико-биологический вестник имени академика И.П. Павлова. 2017. Т. 25, №4. С. 521-527. DOI: 10.23888/PAVLOVJ20174521-537).
300. Шахбанова М. М. Этническое самосознание и этническая идентичность: современные концепции исследования // Вестник ИИАЭ. Махачкала: Институт истории, археологии и этнографии ДНЦ РАН, 2013. № 1. С. 135-147.
301. Шестопал Е.Б. Образ и имидж в политическом восприятии: актуальные проблемы исследования // Образы государств, наций и лидеров. М., 2008.
302. Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В., Морозикова И.В. Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов. Сравнительная политика, 2019, 10 (3), 74-94. doi: 10.24411/2221-3279-2019-10031
303. Ширманов Е.В. Региональная идентичность как фактор политического процесса // Регионоведение. 2015. № 3 (92). С. 14-21.
304. Шмелев А.Г. Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. М., 1983.

305. Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт / А.Г. Шмелев. СПб.: Речь, 2002.
306. Шмелев А.Г. Традиционная психометрика и экспериментальная психосемантика: объектная и субъектная парадигма анализа данных // Вопросы психологии. 1982. №5.
307. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг [Текст] : учеб. пособие. – М. : Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та, 2004.
308. Шнирельман В.А. Слово о «голом (или не вполне голым) короле» // Историческая психология и социология истории. 2009. № 2. С. 55-74.
309. Шпенглер О. Закат Европы: В 2 т. М.: Айрис-пресс, 2003. Т. 2.
310. Шпет Г.Г. Введение в этническую психологию. Вып. 1 / Густав Шпет. М.: Гос. акад. худ. наук, 1927.
311. Шпет Г.Г. Психология социального бытия. М.: Институт практической психологии. Воронеж: МОДЭК, 1996.
312. Шульгина О.В. Региональные особенности динамики численности населения России во втором десятилетии XXI века // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Естественные науки. 2021. № 4. Том 44. С. 49-59. DOI: 10.25688/2076-9091.2021.44.4.4
313. Щепанская Т. Символика молодежной субкультуры. СПб., 1993.
314. Щипков А.В. Понятие «код» в рамках современного цивилизационного подхода // Вопросы философии. 2018. № 7. С. 28-34. DOI: 10.31857/S004287440000220-7
315. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. М.: Прогресс, 1996.
316. Этнокультурная идентичность как фактор социальной стабильности в современной России / Под редакцией Ю.П. Зинченко, Л.А. Шайгеровой. Том 1. М.: Факультет психологии МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
317. Юревич А.В., Журавлев А.Л. Патриотизм как объект изучения психологической науки // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 3. С. 88-98.

318. Ярцева К.В. Понятие «картина мира». Адаптивная функция картины мира // Вестник Северного (Арктического) Федерального университета им. М. В. Ломоносова. Серия: Гуманитарные и социальные науки. Архангельск, 2010. С. 87-90.
319. Ясперс К. Смысл и назначение истории М., 1994.
320. Agirdag O, Phalet K, Van Houtte V. European Identity as a Unifying Category: National vs. European Identification among Native and Immigrant Pupils. – European Union Politics. 2016. Vol. 17. No. 2. P. 285-302. <https://doi.org/10.1177/1465116515612216>
321. Alekhin A., Koroleva N., Ostasheva E. Semantic structures of world image as internal factors in the self-destructive behavior of today's teenagers. Psychology in Russia: State of the Art, 2015, Volume 8, Issue 1.
322. Archer S.L. Identity and the choice of social roles. New Directions for Child Development, 1985, 3079-99. doi:10.1002/cd.23219853007
323. Ashmore R.D., Deaux K., McLaughlin-Volpe T. An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality. Psychological Bulletin, 2004, 130, 80-114.
324. Aslam W., Wehner L., Koga K., van der Westhuizen J., Thies C.G., de Sá Guimarães F. Misplaced states and the politics of regional identity: towards a theoretical framework, Cambridge Review of International Affairs, 2020. DOI: 10.1080/09557571.2020.1723061
325. Basso K. Wisdom Sits in Places: Landscape and Language Among the Western Apache. New Mexico: University of New Mexico Press, 1996.
326. Berger, P. L., Luckmann, T. The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge. 1966.
327. Berry J.W. Constructing and expanding a framework: Opportunities for developing acculturation research // Applied Psychology: An International Review. 1997. Vol. 46(1). P. 63.

328. Berry J.W., Pleasants M. Ethnic tolerance in plural societies. Paper given at the International Conference on Authoritarianism and Dogmatism / Potsdam, N.J., Wiley. 1984
329. Björn H., Söderbaum F. 'Theorising the rise of regionness'. *New Political Economy*, 2000, 5(3): 457-472.
330. Bond M.H. A general model for explaining situational influence on individual social behavior: Refining Lewin's formula. *Asian Journal of Social Psychology*, 2013, 16, 1-15.
331. Breakwell G.M. Resisting Representations and Identity Process. Paper on Social Representations, 2010. Vol. 19. P. 6.1-6.11. ISSN 1021-5573.
332. Breakwell G.M. Social Representations and Social Identity. Paper on Social Representations. 1993. Vol.2 (3). P. 193-217.
333. Brewer M.B., Campbell D.T. Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence. New York: Sage. 1976.
334. Bruner J.S., Tagiuri R. The perception of people // *Handbook of social Psychology*. 1983. Vol. 31.N 2.
335. Burke P.J., Stets, J.E. Identity theory. Oxford University Press, 2009.
336. Cary W. De Vit. Interviewing for Sense of Place // *Journal of Cultural Geography*. 2013. Vol. 30. № 1, p. 120-144.
337. Castells M. The Power of Identity. Cambridge: John Wiley & Sons. 1997. 585 p.
338. Charton-Vachet F., Lombart C. New conceptual and operational approach to the link between individual and region: regional belonging // *Recherche et Applications en Marketing*. 2015. Vol. 30 (1). P. 50-75.
339. Chen S.X., Lam B., Wu W., Ng J., Buchtel E., Guan Y., Deng H. Do people's world views matter? The why and how. *Journal of personality and social psychology*, 2016, 110 (5). pp. 743-765. <http://dx.doi.org/10.1037/pspp0000061>.
340. Chenneville T., Toler S., Gaskin-Butler V.T. Civic engagement in the field of Psychology // *Journal of the Scholarship of Teaching and Learning*. 2012. Vol. 12, no. 4. Pp. 58-75.

341. Chow K., Healey M. Place attachment and place identity: first-year undergraduates making the transition from home to university. *J. Environ. Psychol.* 2008. 28, 362-372. doi: 10.1016/j.jenvp.2008.02.011
342. Corson D. World view, cultural values and discourse norms: the cycle of cultural reproduction. *Int. J. Intercultural Rel.*, 1995, Vol. 19, No. 2, pp. 183-195.
343. De Vos G., Romanucci Ross L. *Ethnicity: Vessel of meaning and emblem of contrast // Ethnic identity.* Chicago: The University of Chicago Press, 1982. P. 363-390.
344. Ditzmann R., Ropf-Beck J. The Meaning of Being German: An Inductive Approach to National Identity. – *Journal of Social and Political Psychology.* 2019. Vol. 7. No. 1. P. 423-447. <https://doi.org/10.5964/jspp.v7i1.557>
345. Entrikin J.N. *The Betweenness of Place: Towards A Geography of Modernity.* Baltimore: Johns Hopkins University Press. 1991.
346. Epstein A.L. *Ethnos and Identity: Three Studies in Ethnicity.* London, 1978.
347. Erikson E. *Identity Youth and Crisis.* W. W. Norton & Company, 1968.
348. Erikson E. *Insight and responsibility.* N.Y., 1964.
349. Franco Z. A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism / Z. Franco, K. Blau, Zimbardo P. *Heroism // Review of General Psychology.* 2011. Vol.15. № 2.
350. Fresque-Baxter J.A., Armitage D. Place identity and climate change adaptation: a synthesis and framework for understanding. *Wiley Interdiscipl. Rev. Clim. Change.* 2012, 3, 251-266. doi: 10.1002/wcc.164
351. Freud S. *An outline of psychoanalysis.* N.Y., 1949.
352. Frisén A., Wängqvist M. Emerging adults in Sweden: Identity formation in the light of love, work, and family. *Journal of Adolescent Research,* 2011, 26(2), 200-221.
353. Fritsche I., Barth M., Jugert P., Masson T., Reese G. A Social Identity Model of Pro-Environmental Action (SIMPEA). *Psychological Review,* 2018, 125(2), 245-269. <https://doi.org/10.1037/rev0000090>

354. Galliher R.V., McLean K.C., Syed M. An integrated developmental model for studying identity content in context. *Developmental Psychology*, 2017, 53(11), 2011-2022. <https://doi.org/10.1037/dev0000299>
355. Gallimore R., Goldenberg C.N., Weisner T.S. The Social Construction and Subjective Reality of Activity Settings: Implications for Community Psychology// *American Journal of Community Psychology*. 1993. Vol. 21. №4. P. 537-559.
356. Giddens A. *Modernity and self-identity*. Stanford, 1991.
357. Giddens A. *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1991.
358. Giuliani M.V., Feldman R. Place attachment in a developmental and cultural context. *J. Environ. Psychol.* 1993, 13, 267-274. doi: 10.1016/S0272-4944(05)80179-3
359. Graham H., Mason R., Newman A. *Literature Review: Historic Environment, Sense of Place, and Social Capital*. Newcastle, 2009.
360. Guastello S.J., Koopmans M., Pincus D. *Chaos and complexity in psychology*. Cambridge, Cambridge University, 2009.
361. Guastello S.J., Liebovitch L.S. Introduction to nonlinear dynamics and complexity. In Guastello, S. J., Koopmans, M., & Pincus, D. (Eds.). *Chaos and complexity in psychology*. Cambridge: Cambridge University, 2009.
362. Haartsen T., Groote P., Huigen P. P. P. *Claiming Rural Identities: Dynamics, Contexts, Policies*. Assen: Van Gorcum. 2000.
363. Haartsen T., Groote P., Huigen, P.P.P. Measuring age differentials in representations of rurality in The Netherlands. *J. Rural Stud.* 2003, 19, 245-252. doi: 10.1016/s0743-0167(02)00045-1
364. Hamaker E. L. Why researchers should think "within-person": A paradigmatic rationale. In M. R. Mehl & T. S. Conner (Eds.), *Handbook of research methods for studying everyday life* (Ch. 3, pp. 43-61). New York: Guilford. 2012.
365. Hantington S. *Who are we? The challenges America's national identity*. – N.Y.: Simonand Shuster, 2004.
366. Hauge A.L. Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architect. Sci. Rev.* 2007. 50, 44-51. doi: 10.3763/asre.2007.5007

367. Hayashi Y. *Johoka shakai: Hado na shakai kara sofuto na shakai* / H. Yujiro. Tokyo.: Feo, 1969.
368. Herb G., Kaplan D. *Scaling Identities Nationalism and Territoriality*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, 2017. 226 p.
369. Hernández B., Martín A.M., Ruiz C., Hidalgo M.D.C. The role of place identity and place attachment in breaking environmental protection laws. *J. Environ. Psychol.* 2010. 30, 281-288. doi: 10.1016/j.jenvp.2010.01.009
370. Hofstede G. *Culture and Organization: Software of the Mind* / G. Hofstede. New York: McGraw-Hill, 1997. P. 37.
371. Hofstede G., Minkov J. *Culture and Organization: Software of the Mind. Part II*. London: McGraw-Hill, 2010, pp. 53-296.
372. Holland D., Lachicotte Jr., Skinner D., Caine C. *Identity and agency in cultural worlds*. Harvard College. 1998.
373. Holland D., Lachicotte W. Vygotsky, Mead, and the new sociocultural studies of identity. *The Cambridge companion to Vygotsky*, 2007. 101-135.
374. Hook G., Kearns I. (eds). *Subregionalism and World Order*. London: Macmillan. 1999.
375. Hull R.B., Lam M., Vigo G. Place identity: symbols of self in the urban fabric. *Landsc. Urban Plann.* 1994, 28, 109-120. doi: 10.1016/0169-2046(94)90001-9
376. Hurrell A. *On Global Order: Power, Values, and the Constitution of International Society*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
377. Inglehart R. *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 1997.
378. Kacowicz A.M. Regionalization, globalization, and nationalism: convergent, divergent, or overlapping? *Alternat. Global Local Political?* 1999. 24, 527-555. doi: 10.1111/1467-9701.00250
379. Kaiser H.F. The application of electronic computers to factoranalysis. *Educational and Psychological Measurement*, 1960, 20, 141-151. <http://dx.doi.org/10.1177/001316446002000116>

380. Kaplan A. Garner J. A Complex Dynamic Systems Perspective on Identity and Its Development: The Dynamic Systems Model of Role Identity. *Developmental Psychology*. 2017. 53. 10.1037/dev0000339.
381. Keating M. The new regionalism in Western Europe: territorial restructuring and political change (Cheltenham: Edgar publishers). 1998.
382. Kelly G.A. The theory of personality. The psychology of personal constructs. N.Y., 1963.
383. Kidd M. Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural society. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 236, 2016, 25-28. International Conference on Communication in Multicultural Society, CMSC 2015, 6-8 December 2015, Moscow, Russian Federation.
384. Kluckhohn C.K. Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons and E. A. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1951. P. 395.
385. Knapp W. "Planning in peri-urban regions: on regional identity and organizing capacity," in *Europe's City-Regions Competitiveness: Growth Regulation and Peri-Urban Land Management*, eds N. Bertrand and V. Kreibich (Assen: Uitgeverij Van Gorcum), 2006, 61-84.
386. Koga K. *Reinventing regional security institutions: power shifts, ideas, and institutional change* (New York: Routledge), 2017.
387. Koltko-Rivera M.E. The psychology of worldviews. *Review of General Psychology*, 2004, 8, 3-58.
388. Kroger J., Marcia J.E. The Identity Statuses: Origins, Meanings, and Interpretations. In: Schwartz S., Luyckx K., Vignoles V. (eds) *Handbook of Identity Theory and Research*. Springer, New York, NY., 2011. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_2
389. Kunnen S., Van Geert P. A dynamic system approach to adolescent development. In S. Kunnen (Ed.), *A dynamic systems approach to adolescent development* (pp. 3-14). London, UK: Routledge/Psychology Press, 2012.

390. Lalli M. Urban-related identity: theory, measurement, and empirical findings. *J. Environ. Psychol.* 1992, 12, 285-303. doi: 10.1016/S0272-4944(05)80078-7
391. Legro J.W. 'The transformation of policy ideas'. *American Journal of Political Science*, 2000, 44(3): 419-432.
392. Leung K., Bond M.H. Psycho-logic and eco-logic: Insights from social axiom dimensions. In F. van de Vijver, D. van Hemert, & Y. P. Poortinga (Eds.), *Individuals and cultures in multilevel analysis*, 2008, (pp. 197-219). Mahwah, NJ: Erlbaum.
393. Leung K., Bond M.H., Reimel de Carrasquel S., Muñoz C., Hernández M., Murakami F., Yamaguchi S., Bierbrauer G., Singelis T.M. Social axioms: The search for universal dimensions of general beliefs about how the world functions. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2002, 33, 286-302.
394. Lewicka M. Place attachment: how far have we come in the last 40 years? *J. Environ. Psychol.* 2011, 31, 207-230. doi: 10.1016/j.jenvp.2010.10.001
395. Linus H., Gustafsson K. 'Japan and identity change: why it matters in international relations', *The Pacific Review*, 2015, 28:1, 1-22.
396. Lippmann, W. *Public Opinion*. New York: McMillan, 1922.
397. Litvinov V. The impact on tv charity acts on mass audience // *MEDIAOBRAZOVANIE-MEDIA EDUCATION*. 2020. No. 4. Pp. 702-712.
398. Low S.M., Altman I. *Place Attachment: A Conceptual Inquiry*. New York, NY: Plenum. 1992.
399. MacCrone D. Bechhofer F. *Understanding National Identity*. Cambridge: Cambridge University Press. 2015. 226 p.
400. Marcia J.E. The ego identity status approach to ego identity. In J. E. Marcia, A. S. Waterman, D. R. Matteson, S. L. Archer and J. L. Orlofsky (Eds), *Ego identity: A handbook for psychosocial research* (pp. 3-21). New York: Springer-Verlag. 1993.
401. Mastro D.E., Kopacz M.A. Media representations of race, prototypicality, and policy reasoning: an application of selfcategorization theory. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2006, 50(2), 305-322.
402. McAdams D.P., McLean K.C. Narrative identity. *Current Directions in Psychological Science*, 2013, 22, 233-238.

403. McLean K.C., Syed M., Shucard H. Bringing Identity Content to the Fore: Links to Identity Development Processes. *Emerging Adulthood*. 2016, 4, 356-364.
404. McLean K.C., Syed M., Yoder A., Greenhoot A. The role of domain content in understanding identity development processes. *Journal of Research on Adolescence*, 2016, 26(1), 60-75.
405. Mead D.G. *Mind, Self and Society*. Chicago, 1936.
406. Melnychuk A., Gnatiuk O. Regional identity and the renewal of spatial administrative structures: the case of Podolia, Ukraine. *Nephron Clin. Pract.* 26, 2018, 42-54. doi: 10.2478/mgr-2018-0004
407. Miller J.D., Maples J.L., Buffardi L., Cai H., Gentile B., Kisbu-Sakarya, Y., ... Campbell W. K. Narcissism and United States' culture: The view from home and around the world. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2015, 109(6), 1068–1089. doi:10.1037/a0039543.
408. Morgan M., Signorielli N. *Cultivation analysis: New directions in media effects research*. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1990.
409. Moscovici S. *La psychanalyse son image et son public*. Paris, 1976.
410. Moscovici S. Notes Towards a Description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*. 1988. 18. 211-250. 10.1002/ejsp.2420180303.
411. Neumann I.B. Russia as Central Europe's Constituting Other. // *East European Politics and Societies*. 1993. Vol. 7. N 2.
412. Nuland V. Pinning Down Putin. How a Confident America Should Deal With Russia. *Foreign affairs*. 2020. Vol. 99, № 4.
413. O'Guinn T.C., Shrum L.J. The role of television in the construction of consumer reality. *Journal of Consumer Research*, 1997, 23, 278-294. doi:10.1086/209483.
414. Onuki J., Mouron F., Urdinez F. Latin American Perceptions of Regional Identity and Leadership in Comparative Perspective. *Contexto Internacional*, 2016, 38(1), 433-465. Epub May 17, 2016. <https://doi.org/10.1590/S0102-8529.2016380100012>
415. Osgood Ch., Suci C., Tannenbaum P. *The measurement of meaning*. Urbana, 1957.

416. Paasi A. 'Bounded spaces in the mobile world: deconstructing "regional identity"', *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 93:2, 2002a, 137-148.
417. Paasi A. Place and region: looking through the prism of scale. *Progr. Hum. Geogr.* 28, 2004, 536-546. doi: 10.1191/0309132504ph502pr
418. Paasi A. Place and region: regional worlds and words. *Progr. Hum. Geogr.* 26, 2002b, 802-811. doi: 10.1191/0309132502ph404pr
419. Paasi A. The institutionalization of regions: a theoretical framework for the understanding of the emergence of regions and the constitution of regional identity. *Fennia* 164, 1986, 105-146. doi: 10.11143/9052
420. Pancer S.M. *The Psychology of Citizenship and Civic Engagement*. Oxford: Oxford University Press, 2015. 211p.
421. Parsons T. *Zur Theorie der sozialen Interaktionsmedien*. Opladen: Westdtentscher Verlag. 1980.
422. Peng J., Strijker D., Wu Q. Place Identity: How Far Have We Come in Exploring Its Meanings?. *Frontiers in psychology*, 2020, 11, 294. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
423. Penuel W.R., Wertsch J.V. Vygotsky and identity formation: A sociocultural approach. *Educational psychologist*, 1995, 30(2), 83-92.
424. Peterson G. Local symbols and place identity: tucson and albuquerque. *Soc. Sci. J.* 25, 1988, 451-461. doi: 10.1016/0362-3319(88)90024-9
425. Phinney J., Ong A. Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions. *Journal of Counseling Psychology*. 2007. 54. 271-281. 10.1037/0022-0167.54.3.271.
426. Piaget J., Weil A.M. The development in children of the idea of the homeland and of relations with other countries // *International Social Science Bulletin*. 1951. Vol. 3. P.561-578.
427. Pishchik V. Indicators of children`s world images and different generations parents with peculiar relationships. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*. ECCE 2018 VII International Conference Early Childhood Care and Education, 2018. <https://dx.doi.org/10.15405/epsbs.2018.07.60>.

428. Proshansky H.M. *Environmental Psychology: People and Their Physical Setting*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston. 1976.
429. Proshansky H.M. The city and self-identity. *Environ. Behav.* 1978, 10, 147-169. doi: 10.1177/0013916578102002
430. Proshansky H.M., Fabian A.K., Kaminoff R. Place-identity: physical world socialization of the self. *J. Environ. Psychol.* 1983, 3, 57-83. doi: 10.1016/S0272-4944(83)80021-8
431. Raagmaa, G. (2002). Regional identity in regional development and planning. *Eur. Plann. Stud.* 10, 55–76. doi: 10.1080/09654310120099263
432. Ramos I.L., Bernardo F., Ribeiro S.C., Van Eetvelde V. Landscape identity: implications for policy making. *Land Use Policy* 53, 2016, 36-43. doi: 10.1016/j.landusepol.2015.01.030
433. Redfield R. *The Little Community. Viewpoints for the Study of a Human Whole*. Uppsala and Stockholm: Almqvist and Wiksells, 1955.
434. Rijnks R.H., Strijker D. Spatial effects on the image and identity of a rural area. *J. Environ. Psychol.* 2013, 36, 103-111. doi: 10.1016/j.jenvp.2013.07.008
435. Roth W. Studying Ethnic Schemas: Integrating Cognitive Schemas into Ethnicity Research through Photo Elicitation // *Studying ethnic identity: Methodological and conceptual approaches across disciplines*, C.T. Santos and A.J. Umana-Taylor (Editors), 2015, 89-118.
436. Schneier B. *Beyond Fear: Thinking Sensibly About Security in an Uncertain World*, N.Y.: Copernicus, 2003.
437. Schubach E., Zimmermann J., Noack P. et al. Me, Myself, and Mobility: The Relevance of Region for Young Adults' Identity Development // *European journal of personality*. 2016. Vol. 30 (2). P.189-200.
438. Schwartz S.H. A theory of cultural value orientations: Explication and applications // Y. Esmer, T. Pettersson (eds.). *Measuring and mapping cultures: 25 years of comparative value surveys*. Leiden, The Netherlands: Brill, 2007. P. 33-78.

439. Schwartz S.J., Zamboanga B.L., Luyckx K., Meca A., Ritchie R.A. Identity in emerging adulthood: Reviewing the field and looking forward. *Emerging Adulthood*, 2013, 1(2), 96-113.
440. Shilko R.S., Shaigerova L.A., Zinchenko Y.P., Dolgikh A.G., Vakhantseva O.V. The impact of region on the perception of psychological well-being: Comparative study in Russian Federation. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*. 2019. Vol. 17, no. 2. P. 49-53.
441. Siddy M. National Identities and Foreign Policy in the European Union the Russia Policy of Germany, Poland and Finland. ECPR Press. 2017. 224 p.
442. Spektor M. 'Ideias de ativismo regional: a transformação das leituras brasileiras da região'. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 2010, 53(1): 25-44.
443. Sternberg R.J. Intelligence, wisdom, and creativity: Three is better than one // *Educational Psychologist*, 1986, 21. P. 175-190.
444. Stevenson C., Dixon J., Hopkins N. The Social Psychology of Citizenship, Participation and Social Exclusion: Introduction to the Special Thematic Section // *Journal of Social and Political Psychology*. 2015. Vol. 3(2), no 2. Pp. 1-19.
445. Sue D.W. *Counseling the culturally different: Theory & practice* (2nd ed.). New York: Wiley, 1990.
446. Syed M., McLean K.C. The Future of Identity Development Research: Reflections, Tensions, and Challenges. In K. C. McLean and M. Syed (Eds). *The Oxford Handbook of Identity Development* (pp. 562-574). New York: New York: Oxford University Press. 2015.
447. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of intergroup behavior // S. Worchel, W.G. Austin (eds). *Psychology of intergroup relations*. 2nd ed. Chicago: Nelson-Hall, 1985. P. 7-24.
448. Tan E. S.-H., Visch V. Co-imagination of fictional worlds in film viewing. *Review of General Psychology*, 2018, 22(2), 230-244. doi:10.1037/gpr0000153.
449. Taylor D. *The Quest for Identity. From minority groups to Generation Xers*. Praeger, 2002.

450. Terada T. Constructing an ‘East Asian’ concept and growing regional identity: from EAEC to ASEAN+3. *Pacific Rev.* 2003, 16, 251-277. doi: 10.1080/0951274032000069615
451. Terluin I. J. Differences in economic development in rural regions of advanced countries: an overview and critical analysis of theories. *J. Rural Stud.* 2003. 19, 327-344. doi: 10.1016/S0743-0167(02)00071-2
452. Till B., Truong F., Mar R. A., Niederkrotenthaler, T. Blurred world view: A study on the relationship between television viewing and the perception of the justice system. *Death Studies*, 2016, 40(9), 538–546. doi:10.1080/07481187.2016.1186761.
453. Tkhostov A., Rasskazova E., Emelin V., Barabanshikova V. Psychodiagnostics of the readiness for extreme behavior in the general population / A. // *European Psychiatry*. 2020. Vol. 63, P. 205–205.
454. Toffler A. *The Third Wave*. N.Y.: William Morrow and Company, Inc., 1980, p. 366.
455. Triandis H.C. *Culture and Social Behavior*. New York: McGraw- Hill, Inc., 1994.
456. Turner J.C., Onorato R.S. Social identity, personality, and the self-concept: A self-categorization perspective. *Rediscovering social identity*. New York: Psychology Press. 2010. 315-339.
457. Twigger-Ross C.L., Bonaiuto M., Breakwell G. “Identity theories and environmental psychology,” in *Psychological Theories for Environmental Issues*, eds M. Bonnes, T. Lee, and M. Bonaiuto (Farnham: Ashgate Publishing Limited), 2003, 203-233.
458. Vainikka J. Narrative claims on regions: prospecting for spatial identities among social movements in Finland. *Soc. Cult. Geogr.* 2012. 13, 587-605. doi: 10.1080/14649365.2012.710912
459. Valkenburg P., Peter J., Walther J. *Media Effects: Theory and Research*. Annual review of psychology, 2016, 67, 315-38.
460. Vignoles V.L., Schwartz S., Luyckx K. Introduction: Toward an Integrative View of Identity. In Schwartz, S. J., Luyckx, K., & Vignoles, V. L. (Eds.). *Handbook of identity theory and research* (pp. 1-27). New York, NY: Springer-Verlag. 2011.

461. Volkan V.D. The Need to Have Enemies and Allies: A Developmental Approach // *Political Psychology*. 1985. N 6. June. P. 219-247.
462. Waldrop M.M. *Complexity: The emerging science at the edge of order and chaos*. New York, NY: Touchstone. 1992.
463. Watzlawick P. *Wie wirklich ist die Wirklichkeit?* 8. Auflage. München, 2010.
464. Weber M. *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, Tübingen: Mohr. 1985.
465. Wehner L. "Role expectations as foreign policy: South American secondary powers' expectations of Brazil as a regional power", *Foreign Policy Analysis*, 11:4, 2015, 435–455.
466. Wendt A. *Social Theory of International Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. 1999.
467. White D.D., Virden R.J., Riper C. J.V. Effects of place identity, place dependence, and experience-use history on perceptions of recreation impacts in a natural setting. *Environ. Manage.* 2008. 42, 647–657. doi: 10.1007/s00267-008-9143-1
468. Yip T., Seaton E.K., Sellers R.M. African American racial identity across the lifespan: Identity status, identity content, and depressive symptoms. *Child Development*, 2006, 77, 1504-1517. doi:10.1111/j.1467-8624.2006.00950.x

Приложение 1. Материалы рисуночного теста для пилотажного исследования.

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

Приложение 2. Анкета, которая применялась на этапе эмпирического исследования.

Представления о России и её регионах

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

Мы будем благодарны, если Вы примете участие в нашем опросе. Опросник состоит из 5 блоков. Чтобы Вы могли рассчитать время - примерное заполнение составляет **30-40 минут.**

Вам необходимо будет ответить на все представленные вопросы. Опрос анонимный и стремится выявить именно Ваши личные предпочтения. Здесь нет правильных ответов, важно Ваше личное мнение и не чье иное.

Надеемся, что данный опрос не только принесёт авторам исследования полезные научные результаты, но также будет интересным и для Вас!

Удачи!

Инструкция.

0. Для начала укажите, пожалуйста, Ваш субъект, в котором вы проживаете (в дальнейшем будут вопросы, касающиеся Вашего региона):*

Страна:

Субъект:

Раздел 1. Образы

В первом разделе представлены характеристики, которыми можно описать образ определённой территории. И по каждой характеристике Вам нужно выбрать степень выраженности того или иного свойства (" -3" - наиболее выражено понятие из правого столбика; "+3" - наиболее выражено понятие из левого столбика; 0 - нейтральная позиция и т.д.). Постарайтесь ставить как можно меньше "0".

1.1 Для Вас лично образ России:*

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Добрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Злой
Самобытный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Похожий на других
Могущественный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Немогущий
Безопасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Опасный
Сложный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простой
Хитрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простодушный
Мирный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Воинственный
Надёжный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ненадёжный
Трудолюбивый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ленивый
Принципиальный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Беспринципный
Сильный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Слабый
Просторный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тесный
Родной	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Чужой
Яркий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тусклый
Верующий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Атеистический
Прекрасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Уродливый

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Процветающий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Умирающий
Духовный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Материальный
Прогрессивный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Отсталый
Щедрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Скупой
Открытый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Замкнутый
Чистый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грязный
Авторитетный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неавторитетный
Патриотичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Непатриотичный
Милосердный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жестокий
Нравственный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Безнравственный
Весёлый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грустный
Тёплый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Холодный
Независимый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Зависимый
Умный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Глупый
Оптимистичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пессимистичный
Остроумный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неостроумный
Вежливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грубый
Решительный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Нерешительный

1.2 Образ Вашего региона:*

+3 +2 +1 0 -1 -2 -3

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Добрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Злой
Самобытный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Похожий на других
Могущественный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Немощный
Безопасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Опасный
Сложный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простой
Хитрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простодушный
Мирный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Воинственный
Надёжный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ненадёжный
Трудолюбивый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ленивый
Принципиальный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Беспринципный
Сильный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Слабый
Просторный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тесный
Родной	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Чужой
Яркий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тусклый
Религиозный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Атеистический
Прекрасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Уродливый
Процветающий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Умирающий
Духовный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Материальный
Прогрессивный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Отсталый
Щедрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Скупой

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Открытый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Замкнутый
Чистый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грязный
Авторитетный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неавторитетный
Патриотичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Непатриотичный
Милосердный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жестокий
Нравственный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Безнравственный
Весёлый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грустный
Тёплый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Холодный
Независимый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Зависимый
Умный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Глупый
Оптимистичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пессимистичный
Остроумный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неостроумный
Вежливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грубый
Решительный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Нерешительный

Какая страна для Вас ярче всего представляет особенности образа Западной цивилизации?

1.3 Образ Западной цивилизации (для удобства представляйте ту страну, которую написали в ответе выше на странице):*

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Добрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Злой
Самобытный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Похожий на других
Могущественный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Немощный
Безопасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Опасный
Сложный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простой
Хитрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простодушный
Мирный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Воинственный
Надёжный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ненадёжный
Трудолюбивый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ленивый
Принципиальный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Беспринципный
Сильный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Слабый
Просторный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тесный
Родной	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Чужой
Яркий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тусклый
Верующий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Атеистический
Прекрасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Уродливый

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Процветающий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Умирающий
Духовный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Материальный
Прогрессивный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Отсталый
Щедрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Скупой
Открытый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Замкнутый
Чистый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грязный
Авторитетный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неавторитетный
Патриотичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Непатриотичный
Милосердный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жестокий
Нравственный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Безнравственный
Весёлый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грустный
Тёплый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Холодный
Независимый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Зависимый
Умный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Глупый
Оптимистичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пессимистичный
Остроумный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неостроумный
Вежливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грубый
Решительный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Нерешительный

Какая страна для Вас ярче всего представляет особенности образа Восточной цивилизации?

1.4 Образ Восточной цивилизации (для удобства представляйте ту страну, которую написали в ответе выше на странице):*

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Добрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Злой
Самобытный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Похожий на других
Могущественный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Немощный
Безопасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Опасный
Сложный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простой
Хитрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простодушный
Мирный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Воинственный
Надёжный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ненадёжный
Трудолюбивый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ленивый
Принципиальный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Беспринципный
Сильный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Слабый
Просторный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тесный
Родной	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Чужой
Яркий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Тусклый
Верующий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Атеистический
Прекрасный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Уродливый
Процветающий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Умирающий
Духовный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Материальный

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Прогрессивный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Отсталый
Щедрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Скупой
Открытый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Замкнутый
Чистый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грязный
Авторитетный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неавторитетный
Патриотичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Непатриотичный
Милосердный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жестокий
Нравственный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Безнравственный
Весёлый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грустный
Тёплый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Холодный
Независимый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Зависимый
Умный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Глупый
Оптимистичный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пессимистичный
Остроумный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неостроумный
Вежливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грубый
Решительный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Нерешительный

1.5 Как Вам кажется, самобытна ли Российская цивилизация?

- Весьма самобытна
- Включает преимущественно характеристики Западной цивилизации
- Включает преимущественно характеристики Восточной цивилизации
- Включает черты и Восточной, и Западной цивилизации примерно в равной степени

Раздел 2. Символы

1. Ниже представлены вопросы с разными историческими периодами России. Проранжируйте представленные категории по тому порядку, в котором они в наибольшей степени ассоциируются у Вас при упоминании того или иного исторического этапа (*перетащите категории в порядке значимости для Вас: 1 - наиболее значимая; 4 - наименее*).

2.1.1 Древняя Русь*

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.2 Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для Вас с периодом Древней Руси?*

2.1.3 Царская Россия*

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.4 Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для Вас с периодом Царской России?*

2.1.5 Советский союз*

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.6 Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для Вас с периодом Советского союза?*

2.1.7 Современная Россия*

1. Политические лидеры (основные правители, государственные деятели) _____
2. География (расширение пространства, появление важных географических мест) _____
3. Исторические события (важные даты) _____
4. Культурные персонажи-символы (важные культурные символы, яркие представители культуры) _____

2.1.8 Какая самая яркая ассоциация (событие/личность/географический объект) связана для Вас с периодом Современной России?*

2. Совсем недавно Россия была отстранена на 4 года от всех крупных спортивных соревнований. Допущенные до игр спортсмены не смогут использовать национальные символы страны: герб, гимн, флаг и упоминание "Россия" в общих медальных зачётах.

Оцените по шкале ниже, насколько для Вас важно отсутствие определённого национального символа ("5" - *очень важно*; "1" - *не значимо*).

2.2.1 Отсутствие гимна России*

1 2 3 4 5

2.2.2 Отсутствие герба России*

1 2 3 4 5

2.2.3 Отсутствие флага России*

1 2 3 4 5

2.2.4 При объявлении результатов будет отсутствовать упоминание России*

1 2 3 4 5

Раздел 3. Персонажи

В данном разделе Вам необходимо соотнести образ одной из представленных категорий с определённым символом, персонажем или характеристикой. Запишите первое, что приходит в голову и ассоциируется с данной категорией (*это может быть прилагательное, конкретная личность, устойчивое выражение - всё, что угодно*).

3.1 Образ хорошего человека*

3.2 Образ плохого человека*

3.3 Образ «типичного» жителя Вашего региона*

3.4 Образ героя России*

3.5 Образ героя Вашего региона*

3.6 Оцените образ «типичного» представителя Вашего региона по следующим параметрам (так же, как и в Разделе 1):*

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Добрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Злой
Терпеливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Нетерпеливый
Умный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Глупый
Щедрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жадный
Смелый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Трусливый
Творческий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Стереотипный
Дружелюбный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Недружелюбный
Оптимист	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пессимист
Весёлый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Грустный
Активный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Пассивный
Порядочный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Непорядочный
Принципальный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Беспринципный
Красивый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Некрасивый
Верующий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Неверующий
Справедливый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Несправедливый
Ответственный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Безответственный
Гибкий	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Жёсткий
Хитрый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Простодушный
Независимый	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Зависимый

	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
Сильный	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Слабый

Раздел 4. Ритуалы

4.1 Какие группы праздников наиболее значимы лично для Вас (выбрать от одного до трёх вариантов)?*

- Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т.д.)
- Региональные (День города, местные праздники)
- Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т.д.)
- Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т.д.)
- Новый год
- День Победы (9 мая)
- Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т.д.)
- Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т.д.)
- спортивные (Олимпийские игры, Чемпионаты мира по разным видам спорта и т.д.)
- Свой вариант _____

4.2 Какие группы праздников, по Вашему мнению, наиболее значимы для жителей Вашего региона (выбрать от одного до трёх вариантов)?*

- Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т.д.)
- Региональные (День города, местные праздники)
- Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т.д.)
- Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т.д.)
- Новый год
- День Победы (9 мая)
- Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т.д.)
- Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т.д.)

- спортивные (Олимпийские игры, Чемпионаты мира по разным видам спорта и т.д.)
- Свой вариант _____

4.3 Какие группы праздников, по Вашему мнению, наиболее значимы для жителей России (выбрать от одного до трёх вариантов)?*

- Государственные (День независимости, День конституции, День народного единства и т.д.)
- Региональные (День города, местные праздники)
- Религиозные (Крещение, Пасха, Рождество и т.д.)
- Семейные, личные (день рождения, именины, годовщина и т.д.)
- Новый год
- День Победы (9 мая)
- Мужские праздники (День защитника Отечества, День ВДВ и т.д.)
- Женские праздники (Международный женский день (8 марта), День матери и т.д.)
- спортивные (Олимпийские игры, Чемпионаты мира по разным видам спорта и т.д.)
- Свой вариант _____

4.4 Какие в Вашем регионе есть интересные и знаковые места именно для Вас (посещение которых для Вас уже представляет некий личный ритуал)?*

Раздел 5. Ценности

На последнем этапе (осталось совсем чуть-чуть) мы переходим к творческим заданиям. Включите всю свою фантазию при ответах на эти вопросы.

1. Представьте, что **Ваш регион** - это Ваш личный хороший знакомый. Постарайтесь его описать через следующие вопросы, представляя в образе обычного человека.

5.1.1 Выберите возрастную группу Вашего региона (как если бы это был обычный человек)*

- 0-18 лет
- 19-35 лет
- 35-60 лет
- Более 60 лет

5.1.2 Пол Вашего региона*

- Мужской
- Женский

5.1.3 Уровень образования Вашего региона*

- Неполное среднее (несколько классов)
- Среднее
- Средне-специальное
- Неоконченное высшее
- Высшее
- Два высших и более

5.1.4 Социальный статус Вашего региона*

- Школьник/студент
- Исполнитель/разнорабочий

- Руководитель среднего звена
- Руководитель высшего звена
- Пенсионер

5.1.5 Рост Вашего региона*

- Низкий
- Средний
- Высокий

5.1.6 Физическая форма Вашего региона*

- Худощавый
- Атлетичный
- Полный

5.1.7 Выберите наиболее подходящий характер Вашего региона*

- Яркий, запоминающийся, артистичный, демонстративный; всегда пытается выделиться, но все его знания и действия в основном поверхностны;
- Ответственный, трудолюбивый, медлительный, скучный; на него можно положиться, но и легко вывести из себя;
- Властный, решительный, независимый, бескомпромиссный; отличный руководитель, но результат для него важнее своих подчинённых;
- Добрый, простодушный, открытый, наивный; готов помочь всем, но иногда во вред себе;
- Очень активный, остроумный, весёлый, безответственный; сразу готов взяться за несколько дел, но не всегда доводит их до конца;
- Творческий, умный, необязательный, ленивый; готов предложить всегда массу новых идей, но с ним очень не просто наладить коммуникацию, так как он не от мира сего.

5.1.8 Представьте, что Ваш регион - это близкий друг, с которым Вы встретились на соревновании «Лучший регион России». Вашему другу предстоит участвовать в конкурсе талантов. Он говорит Вам о том, что совсем не знает, какой именно представить свой

талант, чтобы Его номер был отличным от других, уникальным, и Он был бы в этом деле мастер. Чтобы Вы посоветовали Ему, какой именно «талант» стоит выбрать и почему?*

5.1.9 Опишите качество Вашего региона, как если бы Он был человеком, которое Вы бы хотели изменить в нём*

5.2.1 Каким бы мифическим/сказочным персонажем (сюда входят и современные мифы) или просто символом Вы бы обозначили Ваш регион на карте России? Почему именно он?*

5.2.2 Каким бы мифическим/сказочным персонажем или просто символом Вы бы обозначили Россию на карте мира?*

Заключение.

Наш опрос анонимный, но необходимо ответить на пару вопросов о себе, чтобы мы в своём исследовании могли в обобщенном виде проанализировать Ваши ответы на основе разных демографических групп.

Укажите Ваш пол:*

- Мужской
- Женский

Сколько Вам лет?*

Какой уровень Вашего образования?*

- Неполное среднее
- Среднее
- Средне-специальное
- Неполное высшее
- Высшее
- Два высших и более

Приложение 3. Таблицы значений мер адекватности выборки Кайзера-Мейера-Олкина (КМО).

Таблица 1

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

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

Таблица 2

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

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

Таблица 3

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

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

Таблица 4

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

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

Таблица 5

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

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

Приложение 4. Матрицы преобразований компонентов с нормализацией Кайзера.

Таблица 1

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

Компонент	1	2	3	4	5
1	,570	,536	,529	,305	,125
2	-,656	,328	,103	,209	,639
3	,258	-,596	-,135	,643	,382
4	,265	-,278	,239	-,666	,593
5	,329	,416	-,797	-,080	,279

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.

Таблица 2

Критерий Кайзера для факторной структуры представлений о России

Компонент	1	2	3	4	5
1	,675	,575	,324	,328	-,031
2	-,307	-,225	,744	,332	,438
3	,300	,017	-,223	-,346	,861
4	,020	-,184	-,521	,812	,188
5	-,600	,765	-,145	,053	,178

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.

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

Компонент	1	2	3	4	5
1	,591	,503	,477	,408	,064
2	,470	-,383	-,104	-,205	,761
3	-,327	-,259	-,093	,856	,290
4	,129	,540	-,820	,088	,103
5	-,553	,491	,284	-,225	,567

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.

Приложение 5. Матрицы факторных нагрузок.

Таблица 1

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

Повернутая матрица компонентов ^a						
	Компонент					
	1	2	3	4	5	6
Авторитетный_Неавторитетный	,776					
Сильный_Слабый	,759					
Могущественный_Немощный	,739					
Независимый_Зависимый	,710					
Решительный_Нерешительный	,707					
Прогрессивный_Отсталый	,657					
Процветающий_Умиравший	,623					
Умный_Глупый	,589					
Принципиальный_Беспринципный						
Остроумный_Неостроумный						
Мирный_Воинственный		,763				
Безопасный_Опасный		,729				
Добрый_Злой		,661				
Надёжный_Ненадёжный		,647				
Вежливый_Грубый		,613				
Милосердный_Жестокий		,589				
Нравственный_Безнравственный		,520				
Чистый_Грязный		,504				
Трудолюбивый_Ленивый						
Щедрый_Скупой						
Весёлый_Грустный			,748			
Тёплый_Холодный			,696			
Оптимистичный_Пессимистичный			,638			
Яркий_Тусклый			,576			
Открытый_Замкнутый						

Прекрасный_Уродливый						
Верующий_Атеистический				,815		
Духовный_Материальный				,717		
Патриотичный_Непатриотичный				,537		
Просторный_Тесный					,806	
Родной_Чужой					,793	
Сложный_Простой						,840
Хитрый_Простодушный						,570
Самобытный_Похожий						,516

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.^а

а. Вращение сошлось за 7 итераций.

Таблица 2

Матрица факторных нагрузок для структуры представлений о России

Повернутая матрица компонент^а

	Компонент					
	1	2	3	4	5	6
Оптимистичный_Пессимистичный	,748					
Чистый_Грязный	,725					
Вежливый_Грубый	,725					
Процветающий_Умирающий	,703					
Тёплый_Холодный	,692					
Мирный_Воинственный	,690					
Весёлый_Грустный	,689	,445				
Милосердный_Жестокий	,682					
Безопасный_Опасный	,676		,436			
Прогрессивный_Отсталый	,671		,411			
Надёжный_Ненадёжный	,646		,518			
Добрый_Злой	,644					
Трудолюбивый_Ленивый	,619					
Открытый_Замкнутый	,602					
Нравственный_Безнравственный	,567					
Яркий_Тусклый	,559	,517				
Щедрый_Скупой	,555					
Умный_Глупый	,543	,473				

Независимый_Зависимый	,419					
Просторный_Тесный		,712				
Родной_Чужой		,652				
Прекрасный_Уродливый	,451	,536				
Остроумный_Неостроумный	,435	,523				
Принципиальный_Беспринципный			,656			
Сильный_Слабый			,634			
Могущественный_Немощный	,422	,587				
Авторитетный_Неавторитетный		,570				
Патриотичный_Непатриотичный		,401	,429	,401		
Решительный_Нерешительный						
Верующий_Атеистический				,854		
Духовный_Материальный				,637		
Хитрый_Простодушный					,871	
Самобытный_Похожий						,696
Сложный_Простой					,525	,654

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.^а

а. Вращение сошло за 12 итераций.

Таблица 3

Матрица факторных нагрузок для структуры представлений о собственном регионе

	Повернутая матрица компонент ^а					
	Компонент					
	1	2	3	4	5	6
Прогрессивный_Отсталый	,798					
Процветающий_Умирающий	,779					
Авторитетный_Неавторитетный	,760					
Могущественный_Немощный	,752					
Сильный_Слабый	,727					
Независимый_Зависимый	,697					

Решительный_Нерешительный	,642					
Надёжный_Ненадёжный	,561	,503				
Чистый_Грязный	,524					
Умный_Глупый	,502					
Трудолюбивый_Ленивый	,467					
Принципальный_Беспринципный						
Щедрый_Скупой						
Мирный_Воинственный		,749				
Безопасный_Опасный		,651				
Вежливый_Грубый		,604				
Милосердный_Жестокий		,574	,478			
Добрый_Злой		,563				
Нравственный_Безнравственный		,531	,488			
Верующий_Атеистический			,828			
Духовный_Материальный			,692			
Патриотичный_Непатриотичный			,619			
Весёлый_Грустный				,602		
Оптимистичный_Пессимистичный				,582		
Тёплый_Холодный				,548		
Остроумный_Неостроумный				,520		
Открытый_Замкнутый						
Родной_Чужой					,631	
Просторный_Тесный					,620	
Прекрасный_Уродливый					,581	
Яркий_Тусклый	,476				,568	
Самобытный_Похожий					,512	
Сложный_Простой						,830
Хитрый_Простодушный						,780

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.^a

a. Вращение сошлось за 8 итераций.