



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
Russian-Armenian (Slavic) State University  
Kuban State University  
Kuban State Technological University  
Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs  
of the Russian Federation

**ETHNOCULTURAL IDENTITY  
AS A STRATEGIC RESOURCE  
OF CONSCIOUSNESS OF SOCIETY  
IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

Materials of the II international scientific conference  
on September 28–29, 2014

Prague  
2014

**Ethnocultural identity as a strategic resource of consciousness of society in the conditions of globalization** : materials of the II international scientific conference on September 28–29, 2014. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ». – 102 p. – ISBN 978-80-87966-53-2.

**ORGANISING COMMITTEE:**

**Asya S. Berberyan**, doctor of psychological sciences, professor, head of the psychology department at Russian-Armenian (Slavic) State University.

**Azat K. Egiazaryan**, doctor of philological sciences, professor, the head of the Institute of Humanitarian sciences of Russian-Armenian (Slavic) State University.

**Suren G. Oganessian**, doctor of philosophical sciences, head of the philosophy department at Russian-Armenian (Slavic) State University.

**Ervand G. Margaryan**, candidate of historical sciences, associate professor of the history department at Russian-Armenian (Slavic) State University.

**Valeriy G. Sidorov**, doctor of philosophy, professor, head of the philosophy department in the Kuban State University, honorary worker of higher professional education, honored science worker of Kuban.

**Leonid V. Karnausenko**, doctor of historical sciences, head of the philosophy and sociology department in the Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation.

**Lyudmila N. Ozhigova**, doctor of psychological sciences, professor of the general psychology department at Kuban State University.

**Oksana R. Tuchina**, candidate of psychological sciences, associate professor of the philosophy department at Kuban State Technological University.

**Ivan A. Apollonov**, candidate of philosophical sciences, associate professor of the philosophy department at Kuban State Technological University.

*Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.*

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines the problematic of ethnocultural identity as a strategic resource of consciousness of society in the conditions of globalization. Some articles deal with questions of personal, ethnic, regional and national identity in a globalized world. A number of articles are covered problems of identity of youth in the conditions of transforming society.

**UDC 316.3**

**ISBN 80-87966-53-2**

*The edition is included into Russian Science Citation Index.*

© Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ», 2014.

© Group of authors, 2014.

## CONTENTS

### I. PERSONAL, ETHNIC, REGIONAL AND NATIONAL IDENTITY IN A GLOBALIZED WORLD

<b>Ломян А.</b> Психологические особенности личности сотрудников государственной службы в контексте этнокультурной специфики .....	5
<b>Liutsko L., Malova Y., Gutierrez J., Tous J. M.</b> Proprioceptive personality reconstruction in immigrants in Spain.....	12
<b>Жаде З. А.</b> Этническая идентичность курдов Адыгеи .....	14
<b>Афашагова А. А.</b> Этнокультурные ценности адыгов как важное средство самоидентификации личности.....	17
<b>Абдулаева М. Ш.</b> Многоуровневая идентичность дагестанцев в фокусе российской идентичности .....	20
<b>Рахлеева Н. Н.</b> Современная Якутия в ожиданиях и воображении приезжих .....	23
<b>Саетгалиева Ф. Ф.</b> Этнокультурные процессы в условиях глобализации .....	32
<b>Токтаров Е. Б.</b> Информатизация общества как вызов национальной идентичности.....	33
<b>Дудин А. С.</b> Креативные стратегии использования национально-этнических символов в рекламных текстах (на примере США и России) .....	36

### II. IDENTITY OF YOUTH IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMING SOCIETY

<b>Фомина Ю. И.</b> Особенности содержания этнических представлений в юношеском возрасте .....	47
<b>Берберян А. С., Акопян М. И.</b> Исследование ценностно-смысловой сферы армянской молодёжи в титульном этносе .....	51

<b>Берберян А. С., Берберян Э. С.</b> Изучение системы ценностных ориентаций студенческой молодёжи Армении как составной части этнического самосознания субъектов поли- и моноэтнической среды .....	61
<b>Джамирзе Н. К., Басте Ф. Ю.</b> Трансформация ценностных категорий «Адыгэхабзэ» в системе идентификации студентов-адыгов .....	67
<b>Степанова Г. С.</b> Актуализация этнической идентичности студентов в условиях учебной деятельности .....	70
<b>Григорян А. Л.</b> Национальные подвижные игры в структуре этнокультурного воспитания студенческой молодёжи .....	80
План международных конференций, проводимых вузами России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии, Ирана, Казахстана, Польши, Узбекистана, Украины и Чехии на базе НИЦ «Социосфера» в 2014 году .....	86
Plan of the international conferences organized by Universities of Russia, Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Iran, Kazakhstan, Poland, Uzbekistan, Ukraine and Czech Republic on the basis of the SPC «Sociosphere» in 2014 .....	88
Информация о журналах «Социосфера» и «Paradigmata poznání» .....	90
Information about the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání» .....	94
Издательские услуги НИЦ «Социосфера» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» .....	100
Publishing services of the science publishing centre «Sociosphere» – Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ» .....	101

# I. PERSONAL, ETHNIC, REGIONAL AND NATIONAL IDENTITY IN A GLOBALIZED WORLD

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ СОТРУДНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ В КОНТЕКСТЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ СПЕЦИФИКИ

А. Ломян

*Кандидат медицинских наук,  
Государственная академия управления РА,  
г. Ереван, Армения*

---

**Summary.** At this stage, a comprehensive study of the psychological aspects of training and additional education of public servants, we turned to the degree of investigation of the problem and other relevant issues related to the example of different countries. The article reveals the psychological and ethno-specificity factors of efficiency of professional activity of civil servants.

**Keywords:** public servant; person; ethno-psychological factors; occupational activities; relationships; competence.

---

Актуальность сравнительного анализа психологических проблем в сфере государственной службы обусловлена тем, что на различных стадиях становления эти проблемы аспекты имеют как общие тенденции и закономерности, так и специфические этнопсихологические. Эти вопросы особенно часто возникают в развивающихся странах, так как динамика трансформаций отражается на традиционных источниках занятости населения, служебных взаимоотношениях, производственной практике, кадровой политике, профессиональной компетенции сотрудников и т. п.

На данном этапе комплексного исследования психологических аспектов подготовки и дополнительного образования государственных служащих мы обратились к степени исследованности этой проблемы и другим, связанным с ней актуальным вопросам. Попытаемся сделать это на примере различных стран.

Социально-психологические исследования в области государственных услуг играют решающую роль в сборе информации, её анализе и интерпретации, что является основой для принятия решений, затрагивающих многие вопросы общественного

управления. Теоретические изыскания и экспериментальные исследования по рассмотренным проблемам подразумевают применение аналитического метода, обобщение существующих научных данных, разработку психологических вопросников и тестов, использование математико-статистического метода и др. Всё это в комплексе позволит обеспечить своевременную и адекватную государственную политику, актуальный и надёжный общественный сервис, предоставляемый населению страны.

В исследовании французских психологов отмечается, что в современных условиях необходимо совершенствование качества государственных услуг, предоставляемых общественным организациями, так как они всё больше сталкиваются с постоянным ограничением финансовых ресурсов и постоянными переменами форм управления. Ограничения в государственном администрировании обусловлены формой обязательств, мотивацией государственных служащих и другими психологическими факторами прогностического характера [9, с. 84–98].

Аналогичная закономерность в отношении ограниченности ресурсов в государственной службе и необходимости предоставления высококачественных услуг отмечается и в работе английских исследователей Дж. Коуле-Шапиро и И. Касслера.

Этими авторами проанализированы многочисленные исследования по данной проблеме, где указываются различия в мотивационной сфере государственных служащих и наёмных работников частного сектора. Цель опроса 5709 респондентов заключалась в изучение взаимосвязи между организационной приверженностью, организационным поведением и психологическим договором. Интерпретация результатов опроса подтвердила гипотезу, что государственные служащие постоянно испытывают потребность в обращении со стороны своих работодателей [10].

В статье швейцарских исследователей говорится о важности приверженности ценностям государственной службы и идентификации её сотрудников. Авторами выявлена взаимосвязь между трансформациями лидерского поведения государственных служащих и их организационным поведением. В процессе структурного моделирования, проведённого с 569 общественными менеджерами, получено подтверждение, что опосредованные взаимоотношения между руководством и сотрудниками, их лидерскими трансформациями отражаются на реальных ценностях государственного сектора [14].

Эффективность повышения квалификации государственных служащих в определённой мере зависит от дифференциального подхода к процессу обучения. Необходимо учитывать целевую направленность, обязанности государственных служащих на различных официальных уровнях, опыт управленческой деятельности, мотивацию к обучению и др. Исследования, проведённые на Украине в 2005 году, показали, что большинство чиновников системы государственного управления имеют довольно высокий общеобразовательный уровень, но этого на современном этапе не достаточно. Образовательный уровень должен быть дополнен новыми теоретическими знаниями и практическими навыками. Обобщение европейского опыта показало, что профессионализм служащих общественного управления и государственного сервиса обусловлен знаниями по ряду таких дисциплин, как основы содержания и характера связей с общественностью, принципы и методы их регулирования, психология управления, общения, поведения и личности людей. Автор указывает на то, что обучение государственных служащих в Национальной академии госуправления и региональных центрах является практически единственным источником получения современных знаний и уникальной возможностью найти ответ на волнующие вопросы, которые возникают в процессе ежедневной практической работы с людьми [18, с. 319–329].

В более ранних научных исследованиях эффективность деятельности государственных служащих связывали с профессиональными способностями, адекватное развитие которых, по нашему мнению, имеет большое значение в любой специальности. При этом профессионально важные качества характеризовались как система психологических качеств и особенностей, а не как совокупность отдельно взятых характеристик субъекта деятельности. Указывалось на то, что определённый перечень профессионально важных качеств в каждой деятельности специфический и определяется по результатам психологического анализа деятельности и составления её профессиограммы и психограммы [7].

Теоретический анализ показал, что данный подход получил развитие в российской психологии управления, где совокупность психологических качеств личности в комплексе с физическими и физиологическими свойствами интерпретируется как профессионально важные качества для эффективной деятельности в той или иной сфере работы. Исследования проводились в различных областях профессиональной деятельности, в том числе и в сфере

государственной службы, с целью проведения отбора, обучения, повышения квалификации, комплектации кадров и предупреждения различных срывов у специалистов [1; 2; 3; 6; 7].

Цель одного из исследований предполагала выявление связи между чувством согласованности работы и динамики психологических характеристик качества жизни японских государственных служащих. В течение одного года группа авторов, проводя наблюдения и тестирование, изучали влияние психосоциальных характеристик (стрессовых ситуаций, напряжённости работы, компонентов контроля) на качество жизни сотрудников. На основании статистического анализа большого массива данных был получен вывод, что сильное чувство согласованности и контроля работы может привести к более чётким субъективным ощущениям и благополучию служащих [13]. По нашему мнению, данная особенность может быть обусловлена этнокультурными особенностями.

Теоретический этап исследования показал, что сегодня всё чаще внимание специалистов обращено на психологические компоненты профессиональной компетентности специалистов в сфере государственного управления. Исследователи, как правило, анализируют материалы психологического тестирования, опросов и наблюдений, которые свидетельствуют об определяющем влиянии комплекса не только психологических качеств личности, но и психического состояния на результативность профессиональной деятельности.

Интересные данные были получены в исследовании влияния напряжённости и других неблагоприятных условий работы на психологический дистресс среди бразильских государственных служащих. На большой выборке, более 3000 человек, были протестированы рабочие характеристики государственных служащих с помощью модифицированного варианта модели Karasek и специально разработанного вопросника о профессиональном статусе. Полученные результаты были сопоставимы с аналогичными данными из более развитых стран. Многоуровневый анализ доказал наличие связи между неблагоприятной психосоциальной рабочей средой и психологическим дистрессом [12, с. 7–8]. Рассматривая психологические особенности профессиональной деятельности государственных служащих, необходимо обратиться к проблеме качества жизни, которое непосредственно отражается на качестве выполнения служебных обязанностей.

В процессе теоретических изысканий по проблеме влияния факторов качества жизни на эффективность профессиональной

деятельности было обнаружено исследование, которое проводилось среди китайских государственных служащих. Цель исследования заключалась в оценке показателей качества жизни китайских государственных служащих и определении факторов, которые могут быть связаны с качеством их здоровья. Авторы оценили связь качества здоровья с такими факторами, как курение, употребление алкоголя, продолжительность сна, физические упражнения, работа на компьютере и др. у китайских государственных служащих. После обработки результатов опроса выяснилось, что сложные проблемы, личный стресс, усталость тела после работы, отсутствие интереса к спорту, утомление и другие негативные воздействия влияют на инициативу и уровень участия в работе государственных служащих. Это исследование показало, что китайские государственные служащие, которые часто находятся под влиянием избыточного давления работы, межличностных отношений на работе и в семье, стресса, подвержены физическим и психическим расстройствам, серьёзной психологической усталости и другим психологическим проблемам [16].

Среди многочисленных исследований по проблеме влияния отдельных параметров качества жизни на образ жизни и профессионализм госслужащих имеются некоторые интересные данные о психологических аспектах их работы. Так, например, выявлена зависимость состояния здоровья госслужащих от наличия у них психологических проблем [18].

В. Н. Кивайко, исследуя профессиональную деятельность сотрудника государственной службы, выделяет двойкий характер предмета его деятельности. Отмечается, что предмет деятельности выступает в своём независимом существовании в качестве подчиняющего и преобразующего деятельность субъекта, а так же как образ предмета, как продукт психического отражения. Следовательно, профессия государственного служащего наряду с требованиями к общим качествам может предъявить повышенные требования и к специальным качествам. Одновременно широкий спектр гражданской службы подразделяется на отдельные специальности, успешная деятельность в области которых также может быть обусловлена наличием специальных качеств. Исследование позволило получить обоснованное представление о значении компетентности в профессиональном и личностном становлении специалиста государственной службы [5, с. 13–26].

Многие из проанализированных особенностей деятельности и личности государственного служащего соответствуют

положениям, которые детально изложены в книге Е. П. Ильина «Дифференциальная психология профессиональной деятельности». Автор подробно представил теорию и практику дифференциальной психологии профессиональной деятельности, обосновывая, как индивидуально-личностные и типические особенности человека влияют на выбор вида деятельности и её эффективность [4]. Особый интерес в рамках проводимого исследования представляет такая отрасль психологии, как психология государственного служащего, которую рассмотрел А. М. Столяренко. В рамках этого направления исследуются такие проблемы, как влияние профессии на психологические характеристики личности, изучение «бюрократической» личности, совершенствование системы повышения квалификации, изучение психологических качеств служащего и т. д., а также проблемы, связанные с профессиональной и индивидуально-психологической диагностикой личности, например в рамках конкурсного отбора лиц на государственную службу. Интересны наблюдения относительно того, насколько государственные структуры нуждаются в компетентных, лояльных и честных чиновниках, способных эффективно исполнять свои профессиональные обязанности. Однако следует отметить, что ряд деформаций в организационно-правовой сфере государственных учреждений: неопределённость целей, слабая координация действий различных ведомств, неспособность выявлять главные проблемы и концентрировать общие усилия государства на их решение, приводит к тому, что государственные интересы подменяются ведомственными, корпоративно-аппаратными и личностными [8].

Ряд авторов, исследуя роль добросовестности (антецедент фактор – antecedent factor), обратились к проблеме девиантного поведения государственных служащих. В современных условиях проблема девиантного поведения на рабочем месте отражена в ряде концепций контрпродуктивного и анти-гражданского поведения и стала одной из основных тем исследований в области психологии управления и организационной психологии. В настоящем исследовании использованы не экспериментальный количественный дизайн (план) исследования и анкетирования малайзийских государственных служащих. Цель заключалась в выявлении наличия связи между добросовестностью личности и девиантным поведением на рабочем месте. Статистическая обработка результатов исследования показала, что менее добросовестные сотрудники проявляют девиантное поведения чаще, чем

их более добросовестные коллеги. Что касается различий девиантного поведения на рабочем месте между полами и семейным положением, достоверных различий не обнаружено [11].

Таким образом, мы видим, что по результатам многочисленных исследований, анализа мониторинговых отчётов и материалов конференций наработаны различные правовые национальные подходы и научные концепции отбора, подготовки и аттестации сотрудников государственной службы. Среди этих работ особое место отводится тем, в которых выявлены психологические факторы эффективности профессиональной деятельности государственных служащих, которые также имеют этнокультурную специфику и связаны с этапом развития и государственной формацией конкретной страны.

#### Библиографический список

1. Бодров В. А., Спиркин Л. Д. Диагностика и прогнозирование профессиональной мотивации в процессе психологического отбора // Психологический журнал. – 2003. – № 1. – 73 с.
2. Диагностика, профилактика и коррекция стрессовых расстройств среди сотрудников Государственной противопожарной службы МВД России : метод. рекомендации. – 2-е изд. – М., 2001. – 256 с.
3. Душков Б. А., Королев А. В., Смирнов Б. А. Психология труда, профессиональной информационной и организационной деятельности / под ред. Б. А. Душкова. – М., 2005. – 848 с.
4. Ильин Е. П. Дифференциальная психология профессиональной деятельности. – СПб. : Питер, 2008. – 432 с.
5. Кивайко В. Н., Агейко О. В. Юридическая психология : учеб.-метод. комплекс. – Мн. : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2008. – 169 с.
6. Шадриков В. Д. Проблемы профессиональных способностей // Психологический журнал. – 1982. – № 5.
7. Шленков А. В. Психологическое обеспечение профессиональной подготовки сотрудников Государственной противопожарной службы МЧС России : автореф. дис. ... д-ра психол. наук. – СПб., 2009. – 42 с.
8. Энциклопедия юридической психологии / под общ. ред. проф. А. М. Столяренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 607 с.
9. Castaing S. The Effects of Psychological Contract Fulfillment and Public Service Motivation on Organizational Commitment in the French Civil Service // Public Policy and Administration. – Spring 2006. – Vol. 21. – № 1. – P. 84–98.
10. Coyle-Shapiro J. A.-M., Kessler I. The Employment Relationship in the UK Public Sector: A Psychological Contract Perspective // Journal of Public Administration Research and Theory. – 2003. – № 13(2).
11. Farhadi H., Nasir R., Omar F., Barazandeh A., Jafari A., M. The role of conscientiousness as an antecedent of workplace deviant behavior // Global Journal of Psychology Research. – Vol. 03. – Issue 2. – 2013.

12. Lopes C. S., Araya R., Werneck G. L. et. Job strain and other work conditions: relationships with psychological distress among civil servants in Rio de Janeiro, Brazil / Soc. Psychiatry Epidemiology, Spriger-Verlag. – 2009.
13. Nasermoaddeli A., Sekine M., Hamanishi S., Kagamimori S. Associations between sense of coherence and psychological work characteristics with changes in quality of life in Japanese civil servants: a 1-year follow-up study. *Indi Health*. – 2003 Jul; 41(3).
14. Ritz A., Giauque D., Varone F., Anderfuhren-Biget S. From Leadership to Citizenship Behavior in Public Organizations // *Review of Public Personnel Administration* June. – 2014. – Vol. 34. – № 2.
15. Wu Ch., Chinese civil servants' system. – Nankai University Press, Tianjin, 2008.
16. Xu J., Chen Q. J., Zou L., Feng L., Lu Y., Wei Q., Zhang J. Lifestyle and health-related quality of life: A cross-sectional study among civil servants in China // *BMC Public Health*. – 2012.
17. Zamurnikova I., Civil Servant's Training System according to EU Requirements // The 13th NISPAcee Annual Conference «Democratic Governance for the XXI Century: Challenges and Responses in CEE Countries», May 19–21. – Moscow, Russia. – 2005.
18. Zebrack B. J., Chester M. A. A psychometric analysis of the Quality of Life-Cancer Survivors (QOL-CS) in survivors of childhood cancer // *Qual. Life Res.* – 2001. – № 10(4).

## PROPRIOCEPTIVE PERSONALITY RECONSTRUCTION IN IMMIGRANTS IN SPAIN

**L. Liutsko**  
**Y. Malova**

*PhD,*  
*Candidate of Psychological Sciences,*  
*Lomonosov Moscow State University,*  
*Moscow, Russia,*

**J. Gutierrez**  
**J. M. Tous**

*PhD,*  
*PhD,*  
*University of Barcelona, Barcelona, Spain*

**Summary.** Cross-cultural differences and changes in personality and individual differences as adaptive mechanisms in immigrants can be studied better with the Proprioceptive Diagnostics of Temperament and Character that allow performing it without knowing well the language of the country of new residence.

**Keywords:** adaptation in immigrants; personality and individual differences; Proprioceptive Diagnostics of Temperament and Character.

The Proprioceptive Diagnostics of Temperament and Character [1] is an optimal tool for applying in immigrant populations since it is graphomotor test [2; 3], evolved within the tradition of Mira y Lopez

myokinetic psychodiagnosis [4; 5; 6] with use of new technologies. It does not require proficiency in linguistic knowledge of the country of residence. Since this method is sensitive to age, sex and culture of the person [7; 8], we compare the middle age and of both sexes (matched) volunteers from Spain and immigrants from Morocco to Spain in the proprioceptive fine motor precision performance to see the cross-cultural and possible adaptive or non-adaptive mechanisms related to immigration and changes in personality.

The results showed the following statistically significant differences (as per ANOVA) in the following domains of the Proprioceptive Diagnostics of Temperament and Character (in three out of six):

1) *Style of attention*: if in the temperament (movements represented by non-dominant hand) there were significant differences between both groups ( $F(1,53) = 4,01, p < 0,05$ ), when in character (movements represented by dominant hand), this difference was less and did not reach the statistical significance;

2) *Decision making*: if in the temperament there were no significant differences between both groups, in character Spanish group has higher tendency to dominance compared to immigrants ( $F(1,53) = 4,01, p < 0,05$ ),

3) *Variability or Impulsivity in behaviour*: in both, temperament and character the immigrants showed more variable behaviour, also the difference was lower for a social adaptive hand (or character:  $F(1,53) = 17,44$  vs.  $F(1,53) = 13,70$ ).

These experimental findings show the cross-cultural differences. One of them pertained as stable features (as in case of the domain of Variability of behaviour); and the other ones were altered, changing the proprioceptive personality structure. These changes possibly occurred due to immigration stress, which could be both, adaptive or non-adaptive (such as less dominance compared to the native population can mean less assertiveness in behaviour, for example). The comprehension of these mechanisms would provide better help in adaptation of immigrants and more focused psychological work.

### Bibliography

1. Tous Ral J. M., Muiños R., Tous O., Tous Roviroso J. M. (2012). Diagnóstico propioceptivo del temperamento y el carácter [Proprioceptive diagnosis of temperament and character]. Barcelona: Universidad de Barcelona. [In Spanish].
2. Tous J. M., Luitsko L. Human errors: their psychophysical bases and the Proprioceptive Diagnosis of Temperament and Character (DP-TC) as a tool for measuring // Psychology in Russia: State of the Art, 2. – 2014.

3. Muiños R. Psicodiagnóstico Miokinético: Desarrollo, descripción y análisis factorial confirmatorio. PhD thesis (Supervisor: J. M. Tous). – Barcelona: Department of Personality, Assessment and Psychological Treatments, University of Barcelona, 2008.
4. Mira E. Las correlaciones somáticas del trabajo mental. Tesis doctoral. – Barcelona: Universidad de Barcelona, 1923.
5. Mira E. M.K.P. Myokinetic Psychodiagnosis. – New York: Logos Press, 1958
6. Miroshnikov M. P. Диагностическое значение психомоторики и ее исследование с помощью миокинетического теста [Diagnostictic meaning of psychomotricity and its study with use of miokinetic test]. In Gissen, L. (Ed.): Psychology and psychogigiene in sport. – М., 1963. – P. 15–32.
7. Liutsko L. Age and sex differences in proprioception (fine motor performance). – Germany: Scholar Press, 2014. – 236 p.
8. Liutsko L., Tous J. M. Sex and cultural differences in proprioception based on fine motor performance // Personality and individual differences. – 2014. – 60(Supplement). – P. 29. doi: 10.1016/j.paid.2013.07.050.

## ЭТНИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КУРДОВ АДЫГЕИ<sup>1</sup>

**З. А. Жаде**

*Доктор политических наук, профессор,  
Адыгейский государственный университет,  
г. Майкоп, Республика Адыгея, Россия*

---

**Summary.** The article deals with peculiarities of the ethnic identity of the Kurds of the Republic of Adygeya. The author proves the composite nature of the identity of the Kurds.

**Keywords:** the Kurds of Adygeya; the ethnic group; identity; identification; ethno-cultural identity; social and cultural adaptation; integration.

---

Этнополитические, миграционные, конфессиональные и демографические процессы последнего десятилетия XX и начала XXI века в Адыгее приобрели особый резонанс в связи с наличием на её территории курдов и их быстрым численным ростом. Первые мигранты-курды появились в Адыгее после Спитакского землетрясения, разрушившего 15 небольших курдских сёл, и конфликта вокруг Нагорного Карабаха. В дальнейшем к ним присоединились и курды из других районов Армении и Казахстана. По переписи 1989 г., в Адыгее насчитывалось лишь 262 курда, но в 2002 г. это число равнялось уже 3631 чел., а в 2010 г. – 4528 чел.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 12-06-00131а «Социокультурная адаптация курдов в Республике Адыгея и прогнозика развития этногруппы».

Несмотря на то, что курды составляют всего лишь 1% населения республики, экспертов обычно впечатляют темпы роста их численности, которая за период 2002–2014 гг. увеличилась на 25%.

За 15–20 лет проживания в Республике Адыгея курды включились в изменяющееся социокультурное пространство российского социума, в частности и Адыгеи. Находясь за пределами своей исторической родины, этническая группа стремится к сохранению идентичности, с одной стороны, с другой – к интеграции в окружающее социокультурное пространство и адаптации к новой иноэтничной среде.

В данном контексте возникают проблемы, касающиеся этнической идентичности, которую можно рассматривать как сложный социальный феномен, содержание которого составляет как осознание индивидом общности с локальной группой на основе этнической принадлежности, так и осознание группой своего единства на тех же основаниях, переживание этой общности. Мы разделяем точку зрения, согласно которой этническая идентичность – это не только осознание принадлежности к этнической группе, но и эмоционально окрашенный образ «мы» и этнические интересы, в соответствии с которыми осуществляется деятельность. Особое значение имеет включённость в этничность. Она намного выше у недоминирующих народов и обычно сильнее в полиэтничной среде [1, с. 130].

На наш взгляд, этническая идентификация обусловлена потребностью человека и сообщества в упорядочении представлений о себе и своём месте в этнической картине мира, стремлением к обретению единства с окружающим миром, которое достигается в замещённых формах (языковой, религиозной, политической и другой общности) посредством интеграции в этническое пространство социума. Этническая идентичность личности, как и любой другой вид социальной идентичности, формируется в процессе осмысления оснований собственной принадлежности к группе, в данном случае – осознания особенностей своей этнической общности.

Аргументируя данное положение, отметим, что в практике анализа проблематики идентичности признан тезис о том, что на формирование и проявление этнической идентичности влияет целый ряд факторов, обусловленных особенностями социального окружения этнических групп, к которым они принадлежат, и межгрупповых отношений: особенности этнической социализации в семье, школе и ближайшем социальном окружении;

особенности этноконтактной среды; статусные отношения между этническими группами.

Курды являют собой яркий пример сложносоставной идентичности, под которой понимается «соотнесение индивида с такой референтной группой, в социокультурных паттернах которой неразрывно слиты две или более разнопорядковые идентификационные характеристики» [2, с. 102].

Сложносоставная идентичность курдов формируется по особенному пути, включая этнические, региональные (территориальные), религиозные и иные характеристики. Помимо общей религии, все курды, независимо от территории проживания, являются носителями северного диалекта курдского языка – курманджи.

Сложносоставная идентичность курдов выстраивается на взаимодействии двух и более значимых для сообщества его носителей составляющих, но этническая идентичность присутствует во всех случаях. Этническая идентичность связана не столько с реальным использованием всеми членами этноса родного единого языка, сколько его символической ролью в процессах формирования чувства родственности с общностью и межгрупповой дифференциации.

Курдская идентичность ярко выражается через идею «родной земли» или так называемого «родиноцентризма», то есть разделения на «Мы» и «Они» («Свое» и «Чужое»). У курдов существует огромная связь идентичности с чувством Родины. Для них понятие курдской идентичности имеет принципиально важное значение, поскольку касается проблемы выживания курдского народа. Чем меньше и слабее у народа проявляются такие этнодифференцирующие признаки, как знание родного языка или знание обычаев, тем больше появляются другие признаки идентичности. У курдов одним из важнейших этнодифференцирующих признаков выступает общность исторической судьбы как символ единства этноса.

Значительным ресурсом этнической идентичности курдов является духовно-символический потенциал культурного наследия, который помогает приобщить молодое поколение к историко-культурным ценностям, воспитать чувство патриотизма, освоить средства совместной жизнедеятельности, повысить уровень групповой консолидированности, транслировать опыт старшего поколения социального воспроизводства коллективов как устойчивых сообществ. Культурное наследие включает в себя не только искусство и письменность, но также фундаментальные правила человеческого бытия, ценностные системы, традиции, обычаи и верования.

Этнокультурная идентичность курдов складывается в результате знания событий своей истории, культуры, верности сложившимся духовным ценностям, почитания национальных героев. В основе формирования идентичности курдов лежит повседневная жизненная общность, порождающая сходные практики поведения, сознания, переживания.

Подводя некоторые итоги, следует отметить, что предпринятый нами анализ не отражает полной картины этнокультурных оснований идентичности курдской этногруппы в Адыгее. Вместе с тем, полагаем, что выказанные соображения могут оказаться полезными для определения перспектив и оптимальных путей интеграции курдов в полиэтничное общество Адыгеи.

#### Библиографический список

1. Дробижева Л. М. Этническая идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т. 1: Идентичность как категория политической науки : словарь терминов и понятий / отв. ред. И. С. Семенов. – М. : РОССПЭН, 2012.
2. Морозова Е. В. Сложносоставная идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т. 1: Идентичность как категория политической науки : словарь терминов и понятий / отв. ред. И. С. Семенов. – М. : РОССПЭН, 2012.

## ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ЦЕННОСТИ АДЫГОВ КАК ВАЖНОЕ СРЕДСТВО САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

А. А. Афашагова

*Кандидат педагогических наук,  
доцент,*

*Адыгейский государственный университет,  
г. Майкоп, Республика Адыгея, Россия*

---

**Summary.** The article marked ethno-cultural aspects of experience representing value potential for the study of ethno-cultural identity and personality.

**Keywords:** ethno-cultural experience; value and potential of its aspects.

---

В условиях трансформации культурных ценностей и смыслов особо актуален постулат (Ушинский, Сухомлинский), что аксиологическую основу образования должны составлять как универсальные ценности, так и ценности, соответствующие национальным картинам мира.

Чем культурней этнос, тем дольше жил он исторической жизнью, тем больше накопил он того непреходящего прошлого, которое имеет отношение к непреходящим неисчерпаемым культурным ценностям, в основе которых лежат духовно-нравственные, эстетические, интеллектуальные ценности.

Многовековой этнокультурный опыт адыгов, отражающий исторические традиции взаимоотношения адыгов с социоприродной средой, прослеживается в фольклоре, в частности в эпосе «Нартхэр» (Нарты), изданном в 7 томах на языке оригинала и снабжённый аннотацией на русском, английском и французском языках. В результате, по словам кавказоведа, французца Жоржа Дюмезиля «устно-поэтическое творчество аборигенов Северного Кавказа стало достоянием не только мировой культуры, но и поставило адыгскую нартологию на своё законное место» [4].

Наличие гениальных образов-символов, идеалов, идей, чувств, взглядов народа, совершенство поэтических форм и богатство языка позволяют поставить эпос «Нартхэр» в один ряд с такими шедеврами, как греческие «Илиада» и «Одиссея», русские былины, армянский «Давид Сасунский», карело-финский «Калевала», грузинский «Амираниани», якутский «Олонхо» и др.

Автохтонный народ Кавказа адыги произошли от хаттов, синдов, меотов, которые внесли неоценимый вклад в мировую культуру. Адыги (черкесы) – самоназвание в прошлом многочисленного народа Кавказа.

У античных авторов: Гекатея Милетского (VI в. до н. э.), географа Скилак (522 г. до н. э.) имеются сведения об адыгах, живших не только на побережье Чёрного и Азовского морей, но и занимавших значительную территорию бассейна р. Кубань [1].

Познавательны сведения из энциклопедического словаря Брокгауза и Ефрона: «Черкесы жили на Кавказе почти на тех же самых местах с древнейших времён. Первые исторические сведения о них восходят к VI веку до рождения Христова... Их храбрость, лихое наездничество, рыцарство, великодушие, гостеприимство также славились, как красота и грация их мужчин и женщин... Их внешность дышит достоинством и внушает симпатию. Они с гордостью говорят: «сэ сыадыгэ» – «я адыге» [3].

При исследовании Витцштейном трудов Ибн-Халдуна обнаружены сведения об адыгах: «В этих горах находятся большие ворота (Баб-эль-Абуаб) и живут там христианские турки, эскесы, лазы и народы, которые суть смесь персов и греков, но черкесы могущественней всех» [5].

Хаттами было создано небывалое государство. В БЭС, описывая хаттский язык, отмечается, что это язык коренного населения северо-востока Малой Азии, протохетский. Хетское царство датируется XVIII–XII вв. до н. э.

Газета «Гъуазэ» («Путеводитель»), издававшаяся на адыгейском языке в начале XX века в Константинополе, писала, что в глубокой древности существовало великое Адыгское государство под названием Хатуовского, или Хатского. В какие века (когда) Хатууны из родной страны Кавказа пришли в малую Азию, Анатолию – пока не известно. Но древние египтяне (анаурии) писали о хатуунах ещё за 4000 лет до нашей эры. Хатууны отличались в военном, ремесленном и торговом отношениях. Хатууны тогда имели свою письменность. Они писали иероглифами [4].

При анализе этнокультурного опыта адыгов выявляем, что он носит «энциклопедический характер» (Шоров) и содержит ценностный потенциал:

1) историко-мифологические представления (мифология, религия, эпоха матриархата и др.);

2) когнитивно-географический компонент (ономастика, форма Земли, природные ресурсы, их использование и др.);

3) медицинские познания (лечение травами и минералами, змеиным, муравьиным ядами, хирургические и ортопедические познания, бесконтактный массаж, косметический аспект);

4) нравственный аспект (почитание родителей, пожилых, женщин, их мудрости и авторитета, дружба, долг и честь, мужество, благородство, традиционное гостеприимство этноса и др.);

5) эстетический аспект (чувственное восприятие окружающего мира, создание национальных костюмов, оружия, красивых танцев и песен, национальных музыкальных инструментов и др.);

6) педагогический потенциал (трудолюбие, трудовая деятельность, её трансляция, традиции, обряды, праздники, игры, народная педагогика);

7) экологический аспект (отношение к природе, эмпирические знания о взаимосвязях процессов и явлений в природе, разведение садов, природоохранные и восстановительные меры, понимание связей качества среды и здоровья) [2].

При изучении этнокультурного опыта одного народа, у обучающихся появляется мотивация проводить параллели с достижениями культуры других народов, они приобретают незаменимый опыт партнёрских взаимоотношений и общения. При этом древняя культура адыгов вызывает положительные эмоции, впечатляет, и вызывает чувство гордости у учащейся молодёжи, способствует

росту этнического самосознания. Но потенциал останется потенциалом, если он не будет транслироваться новым поколениям, решая задачи на разных уровнях:

– на региональном уровне – создание продуктивного образовательного пространства, обеспечивающего культурную самоидентификацию коренных этносов, восстановления и развития этно-социальных ценностей;

– задача школы – создание и совершенствование педагогических условий формирования ценностного отношения к этнокультуре, в осознании обучающимися целостной картины мира, способов познать себя и другого, сохранить и развивать культурное наследие этносов.

#### Библиографический список

1. Адыги, балкарцы и карачаевцы в известиях европейских авторов XII–XIX вв. – Нальчик, 1974.
2. Афашагова А. А. Экологические идеи адыгского эпоса «Нартхэр» (Нарты) и возможности их использования в педагогическом процессе : учеб. пособие для студентов, учащихся, педагогов. – Майкоп : Аякс, 2004.
3. Брокгауз В. А., Ефронъ П. А. Энциклопедической словарь. – Петербургъ, 1903. – Т. 73; 76.
4. Гадагатль А. М. Память нации. Генезис эпоса «Нарты». – Майкоп, 1997.
5. Записки Императорского Одесского общества истории древности. – Одесса, 1875. – С. 170.

## МНОГОУРОВНЕВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ДАГЕСТАНЦЕВ В ФОКУСЕ РОССИЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

**М. Ш. Абдулаева**

*Доктор культурологии, доцент,  
Дагестанский государственный  
педагогический университет,  
г. Махачкала, Республика Дагестан, Россия*

---

**Summary.** Hierarchy of identities of the Dagestan peoples includes ethnic, confessional, regional, civil levels. Dagestan community – formed Union of ethnic and community-based groups, not only preserving their identity in a modernized and changing world, but creates the appropriate changes, new forms of regional identity.

**Keywords:** Dagestan; the peoples of Dagestan; identity; ethno-cultural identity.

---

Проблемы идентичности составляют существенный пласт в текстах культуры. Одним из первых исследователей, обратившихся к анализу «кризиса идентичности», был Э. Эрикссон [5], который

утверждал, что идентичность индивида основывается на её двух одновременных наблюдениях: на ощущении тождества самому себе и непрерывности своего существования во времени и пространстве, на основании того факта, что тождество и непрерывность признаются окружающими. Сегодня проблемы идентичности обсуждаются и исследуются социологами, психологами, культурологами.

В изучении истории культуры автохтонных народов Дагестана актуальными остаются вопросы, связанные с ключевой проблемой этнического многообразия и историко-культурной целостности дагестанцев; соотношением глобального, регионального и локального в современной культурной идентичности дагестанцев; ролью традиционной и художественной культуры в контексте современных культурных трансформаций.

Процессы, происходящие в современной региональной культуре, в частности дагестанской, обусловлены одновременным существованием разных, порой взаимоисключающих культурных потоков. При этом противоречия, включённые в контекст современной дагестанской культуры (мусульманство и мифология, традиционный ислам и салафизм, симптомы исламизации общества и инновационные тенденции постмодерна, мусульманский (религиозный) и западный (материалистический) глобализм), не становятся диалектическими, а развёртываются в одной плоскости «как рядом стоящие или противостоящие, как согласные, но не сливающиеся или как безысходно противоречивые, как вечная гармония неслиянных голосов или как их неумолчный и безысходный спор» [3, с. 78].

Культурная идентичность народов Дагестана представлена композицией нескольких уровней: гражданским, региональным, религиозным, этническим. Рассуждая об особенностях этнокультурных процессов, происходящих в Дагестане, С. А. Арутюнов отметил многоуровневую идентичность как «отражение процессов формирования региональных суперэтнических общностей с несколькими уровнями самосознания» [2, с. 200].

Показательно, что идентичность по-разному репрезентируется в разных пространствах. В пространстве территории автохтонного проживания, родового гнезда идентификационным маркером является родовая (тухумная) принадлежность. Её приоритет обнаруживается в узловых жизненных явлениях. В пространстве Дагестана на первый план выходит этнический и субэтнический идентификационный маркер. В религиозном пространстве актуализируется принадлежность к определённой направленности

в исламе. В пространстве отечества актуализируется гражданская самоидентификация. Способность переключения уровней идентичностей – характеристичная особенность дагестанцев.

Соотношение глобального, регионального и локального в культурной идентичности дагестанцев включает в себя: религиозную (мусульманин), гражданскую (россиянин), региональную (дагестанец), этническую, субэтническую (локальную) деноминации. Множественность, согласованность, соединение различных форм идентичности определяет полифонию как главный системообразующий принцип в культуре Дагестана [1, с. 133].

Приоритет этнической идентичности в Дагестане в последние два десятилетия стал уступать идентичности конфессиональной. Мусульманская идентификация дагестанцев проявляется в использовании корпуса вербальных арабских оборотов. Маркером культурной идентичности мусульман Дагестана становится связь со святыми исламскими текстами. В многоуровневой системе самоидентификации появилось новое звено, связанное с идентификацией внутриисламской. Прежде всего, это идентификации с суннизмом и шиизмом, а также маркеры, характерные для новейшей истории Дагестана – тарикатист и салафит. Таким образом, этнокультурная идентичность представляется иерархической системой, разные элементы которой «под влиянием исторических обстоятельств и социокультурных трансформаций могут актуализироваться или занимать маргинальное положение, синтезироваться или дифференцироваться» [4, с. 256]. Исторически формирующиеся идентификационные основания напластовываются друг на друга, образуя сложную иерархическую систему.

Одной из важнейших задач, рассчитанной на долгий период, является развитие в Дагестане гражданского общества и правовой культуры. Органичное взаимодействие ислама, муниципальной культуры и демократии (такова, например, специфика турецкого общества) сформирует гражданскую и политическую культуру в Дагестане. Формирование дагестанской историко-культурной общности, отказ от этнократизма, разработка механизма интеграции молодого поколения дагестанцев в российское культурное пространство – проблемы, требующие незамедлительного решения политическими и культурными институтами республики.

#### **Библиографический список**

1. Абдулаева М. Ш. Культура Дагестана в условиях глобализации: единство в многообразии. – Махачкала : Алеф, 2013. – 276 с.

2. Арутюнов С. А. Силуэты этничности на цивилизационном фоне. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 416 с. – (Серия «Научная мысль»).
3. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского // Собрание сочинений. В 7 т. Т. 6. – М., 1997. – С. 5–300.
4. Малыгина И. В. Этнокультурная идентичность: онтология, морфология, динамика : дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01. – М., 2005. – 305 с.
5. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. – М. : Флинта, 2006. – 342 с.

## СОВРЕМЕННАЯ ЯКУТИЯ В ОЖИДАНИЯХ И ВООБРАЖЕНИИ ПРИЕЗЖИХ

**Н. Н. Рахлеева** *Кандидат исторических наук, доцент,  
Северо-Восточный Федеральный  
университет, г. Якутск,  
Республики Саха (Якутия), Россия*

---

**Summary.** This article reviews the problems of contradictory images and stereotypes about the North. It shows the global changes, which has its influence on any local culture. General tendencies of ethnical process are characterized in the article. The article recommends the ways to avoid the conflict between imaginary expectations of both newcomers and local people.

**Keywords:** imagination; stereotypes; images; expectations; dynamic state.

---

В современном обществе после эпохи идеологии XX столетия наступила эра имиджа, сознательного выстраивания политики распространения определённого имиджа, что в целом знаменует тотальное наступление информационного общества. Якутия – не исключение.

Современная Якутия тоже в поиске этого образа, который был бы привлекателен для туристов. Для человека, незнакомого с Якутией, для «первооткрывателя» Якутия, кажется, интересна, прежде всего, как страна, в которой пока может быть сохранено первозданное Начало, Первоначальное и где сохраняется возможность приобщиться к его открытию. Лелея в себе подобные побуждения, человек отправляется в путь, который из любой точки мира представляет физически немалое расстояние. Преодоление физически большого пространства создаёт условие для несколько иного восприятия пространства и людей, а также себя самого. Во всю мощь подключается воображение. В течение долгого пути приезжающий заранее в воображении создаёт свой образ Севера, который, разумеется, будет отличаться от реальной картины.

В воображении человек уже расстаётся с привычными координатами, если даже предполагает короткую поездку, длительность самой поездки занимает всё его воображение, а для эмигрантов такое перемещение подобно библейскому сюжету поиска страны. Ведь с таким перемещением прошлое точно останется физически далеко от воображаемой точки, куда сейчас он устремлён. Напряжение чувств, возникшее в течение долгого пути, пока долго не будет снято, давая человеку возможность аккумулировать все свои возможности, тем самым перейти в самое активное состояние. В таком состоянии человек ещё долго будет находиться в некоей иллюзии чувств.

Обычно турист или даже бывший соотечественник сначала ищет ту картину, которую они заранее заготовили в воображении. При прибытии сюда турист или даже трудовой мигрант упорно не хотят заметить, что в неведомой им Якутии всё окружающее пространство, вещи, одежда, система питания, также повседневный распорядок жизни людей абсолютно не отличается от распорядка людей остального общества современного типа, с его ускорением и поглощением всего времени в пользу деловой активности. Возможно, такая иллюзия сохраняется из-за погружённости институтов образования во всем мире в исторические образы прошлого и особенности самого человеческого сознания нахождения опоры исключительно в прошлом, нежели в текущем состоянии исторического процесса.

Для того чтобы увидеть своего современника, требуется немало усилий, легче оценить прошлое, чем настоящее. Именно по этой причине специфику Происходящего, Настоящего могли с большей точностью адекватно передать через художественные образы только поэты. В научной трактовке работы о современном чаще публикуют социологи, политологи, нежели историки, что объяснимо предметным полем перечисленных наук, хотя их работы не всегда обращены к выявлению типа современника и тем более внутреннего мира, который настолько индивидуализирован в современном мире, что уловить какие-либо типические черты несколько проблематично.

Социологические труды выявляют наиболее характерные черты современного общества, которые человек на любой точке мира не может игнорировать или каким-то образом обойти общие линии, изолируя себя от остального мира. Российское общество, благодаря созданной в советское время базе промышленной технологии, массовому образованию за относительно короткий

срок переходит в постиндустриальное общество. Якутия пережила все моменты преобразований, которые произошли на всём протяжении общей истории страны.

Приезжающий человек считает себя заведомо более современным, предполагая в воображении, что он едет в страну с несколько примитивной культурой, людьми, где даже простое передвижение возможно на собаках и оленях. Прибывая в Якутск, он видит вместо собак и оленей большое количество машин, людей с чисто азиатской северного типа внешностью, которых в других городах России увидеть практически невозможно. Ведь все якуты предпочитают жить у себя, на родине и в силу относительно малого количества по сравнению с южными народами при всём желании не могут быть представленными в большом количестве кроме своей этнической территории.

Что касается уровня образования, то, как замечают нередко иностранные специалисты, по количеству людей с высшим образованием Якутия находится явно не на последнем месте среди субъектов РФ. Для нации, которая была приобщена к научной деятельности относительно недавно, успехи в любой отрасли науки приятно удивляют. В области медицины, биологии, ветеринарии, ядерной физики, космофизики, математики, геологии есть достойные представители народа саха, созданы региональные школы по перечисленным отраслям науки. Есть уникальные институты мерзлотоведения, центры изучения языков и культур коренных народов Якутии, где депонированы несколькими поколениями учёных фонды, которых нет нигде в мире. Якуты, благодаря всеобщему образованию, смогли интегрироваться во все отрасли науки и современных технологий.

Некоторые пытаются упрекнуть якутов, что их процент был меньше всего представлен в добывающей промышленности, что не совсем верно. Якуты с самого начала зарождения промышленности были втянуты в этот процесс модернизации экономики уже с Нового времени. Нужно заметить, что сама добывающая промышленность, начиная с конца XX столетия, с развитием технологии переходит на малое количество рабочих, без их локальной концентрации. В условиях замены людей станками, машинами, использования в производстве современной, высокотехнологичной тяжёлой техники позволило обходиться небольшим количеством рабочих в каждом производственном цехе. Другое дело, что к этому времени произошла смена поколений не только в среде рабочих, пришло уже послевоенное поколение, живущее

в городах, более прагматичное в своих притязаниях, без романтического настроения, с готовностью именно заработать, а не работать за идеалы, «за бесплатно».

Настроенные на высокие заработки трудовые мигранты пытались сохранить к этому времени уже высокооплачиваемые рабочие места для «своих», росла внутриотраслевая корпоративность в наиболее доходных отраслях, отсеивающая «чужих». Как раз массовое отстранение якутов от участия в промышленном освоении явление позднее, когда вливались в эти отрасли городского периода. В то время из-за малого количества городских жителей у самого якутского населения пока не наблюдалась ненасытность потребления, характерная для жителей городов индустриального общества. Только в последнее время у якутов растёт число городских жителей, соответственно растёт спектр потребления, высокая потребность в устойчивом вливании в бюджет семьи денежных средств. Наблюдается определённая конкуренция уже среди местного населения из-за наиболее оплачиваемых рабочих мест в такие компании, как «Алмазы Анабара», в газо-нефтедобывающих отраслях экономики. С доходами растёт и дифференциация социальной стратификации, по сравнению с советским периодом и даже последними годами XX столетия, когда якуты в основном жили в сельской местности, хотя к тому времени многие из них имели специальности, реализуемые больше в городском пространстве. В то время было много якутов, закончивших самые престижные вузы, получившие редкие специальности, которые могли быть реализованы исключительно в городе.

Традиция видения своего земного пространства только в пределах своей исконной территории была и остаётся наиболее устойчивой формой проявления в этническом менталитете якутов. По этой причине причудливо сочетались в портрете якута конца XX века, с одной стороны, высокая теоретическая подготовленность в образовательном плане к реализации любых городских профессий, в том числе редких, а с другой стороны, нежелание расставаться с деревенским бытом. В итоге, в обыкновенных сельских школах 70–80-х годов Якутии могли встречаться люди самых редких специальностей, как химик, специализировавшийся в вузе по гелию, инженер летательных аппаратов, закончивший что ни есть престижную академию. Среди них много было выпускников мехмата МГУ и Новосибирского, Томского университетов, удивлявших своих учеников тем, что в рамках тогдашней

советской партийной школы вели такие уроки, которые могли быть образцом профессиональной чести и самое главное, творческого подхода. Тем не менее, специалисты с очень хорошей фундаментальной базой знаний казались вынужденно залетевшими птицами в школах и как будто ожидали своего часа, чтобы только её покинуть при первой возможности, как и случилось.

Как только рухнул СССР, они скопом ушли из школы. Школа с её довольно ограничивающей человека системой не могла их удержать, когда в 90-е годы открылись плюзы, до тех пор закрытые. Уходя из школы, эти люди реализовали себя в дальнейшем в других сферах, дававших больше свободы личной и общественной, в которой они так нуждались в течение долгого времени. Хотя и сегодня в сёлах Якутии можно встретить чудных людей, которые сочетают в себе умения прагматичного крестьянина с умением, очень далёким с этой областью приложения. Например, в якутском селе живёт человек, который превосходно переводит поэмы с французского языка, имеет домашнюю библиотеку с 5 тысячами книг на иностранных языках, редко можно встретить дояра, который по вечерам читает Шекспира в оригинале, хотя тип такого человека не такой уж редкий среди якутов.

Желание развить в себе способности, умения вне непосредственной профессиональной деятельности у якутов наиболее сильно выражено. Если способность к ремёслам сдерживалась, не всегда должным образом поддерживалась со стороны советского государства, то, как только сам рынок начал нуждаться в ручных изделиях, якутское кузнечество, ювелирное искусство, песенное творчество, национальное шитьё скоро возродились. Ни один этнос мира не может в современном мире, несмотря даже на искусственную изоляцию, сохранить в себе традиционный быт в неизменном виде. Три великих потрясения испытали все человеческие общества. Во-первых, изобретение письменности, когда общество способно было передать в свёрнутом виде на любое расстояние сведения, во-вторых, книгопечатание, когда прошлое представлено было в более детализированном виде и любое достижение при печатании книги имело глобальное воздействие, в-третьих, в конце Нового времени – инженерные технологии, изменившие мир основательно. Эти изменения коснулись и якутского общества. Теперь в портрете современного якута причудливо сочетаются традиции как мировоззренческие, так и прагматические агрария Севера, с умением и знанием человека, освоившего путём передачи информации через образовательные

технологии все достижения техногенного общества. В изучении социального процесса обыкновенно срез исследователи делают на анализе социальной стратификации современного общества, что, конечно, является методологическим источником для видения кардинальных изменений, произошедших в ходе исторического процесса в нашей стране в целом.

Структура современного общества кардинально изменилась, что требует специальных исследований. В последнее время и в России появились фундаментальные исследования в результате наблюдения состояния современного общества. К примеру, работа Кумпена Александра Андреевича «Классовая структура современного российского общества» представляет собой труд, в котором можно найти выверенный анализ современного общества России, к общей истории которой относится и Якутия, в историко-пространственном отношении, как её органическая часть. Автор, успешно используя терминологический аппарат старой социологической школы, выявил тенденции современного российского общества. Историю изучения современного общества он рассматривает с работ американских исследователей [3].

Историки российской школы, из-за давления идеологии, довольно долгое время писали в рамках сугубо социологических теорий, предложенных властью, но зато в этой методологии они преуспели, их аргументации требовали работы с большим количеством социальных фактов, анализа архивных материалов, огромный пласт письменных источников, в основном документов общественного назначения, был подвергнут самому тщательному рассмотрению. Тем не менее, когда речь идёт о современности, историку чуть труднее, нежели культурологу или этнографу, часть которых предпочитают ныне именовать себя культурологами.

В исследованиях современности общие оценки и прогнозы обыкновенно берут на свою ответственность социологи и политологи. Высказанное в своё время мнение А. Я. Гуревича по поводу необходимого перехода от усечённого только в социальном аспекте видения к рассмотрению наиболее глубинному, звучит и теперь актуально. Гуревич справедливо заметил, что и у нас в 60-е годы был сделан прорыв в области гуманитарного знания, когда выросла блестящая школа семиотики, а изучение современного общества как раз требует того, на что указывает Гуревич: «Постановка проблемы ментальностей в историческом исследовании возвращает нас из химерического мира политико-экономических и социологических абстракций к «забытому» предмету истории – к чело-

веку как живому социальному существу, служит заслоном против вульгаризации и дегуманизации истории» [1, с. 88].

Современное состояние общества требует пристального внимания исследователей. На сегодняшний день общие тенденции изменений общества наукой схвачены, проведены серьёзные исследования. Стереотипные образы о жителях Севера прочно закреплены в воображении. Авторы, субъективно полагаясь стремлением к объективности, в самом деле могут потакать коллективистскому мнению, общим предпочтениям. В современном мире этносы находятся, благодаря современным транспортным средствам, в одном эстетическом мировоззренческом пространстве, которое и представляет современная культура индустриального и постиндустриального общества.

Учсть эту великую трансформацию, произошедшую в мире со всеми этносами, не всегда желают даже исследователи, возможно, из-за желания сохранения внутренних границ, которые человек Запада и Востока заранее чертит в голове. Авторы и сегодня не свободны от некоторого отчуждения, намеренного нахождения в наблюдении людей Севера черты человека, незатронутого влиянием мира технических новшеств, что абсолютно не соответствует действительности. Если техническое новшество тотально по планетарному охвату, как радио, телевидение, мобильная связь, то оно абсолютно одинаково по степени своего воздействия. Чем позднее оно по историческому времени появления, тем следов, указывающих на какое-либо специфическое воздействие в культуре, и обнаружено не может быть.

Особенно в распространённом уже во всем мире таком новшестве, как мобильный телефон, которым обзавелись все люди планеты совсем недавно. Также видеть в том же телевидении, которое якобы может нести какое-то различие и другую форму воздействия в зависимости от базисной культуры, проглядывается тоже некая изначальная внутренняя удалённость исследователя. Техническое средство везде выполняет универсальную функцию, технические средства тем хороши, что они предлагают только функции и ничего больше. В том, что мобильный телефон используется человеком в тундре или переполненном мегаполисе, в функции использования ничего отличительного нет. В обоих случаях мобильная связь осуществляет постоянный контакт с родными, оперативное получение информации и не может иметь особого отличия в непосредственном влиянии на чувства. Ведь именно качество всеобщего применения технических

средств есть залог их распространения по всему миру. В связи с этим сравнивать разговор по мобильной связи с возможностью виртуальной связи шамана, кажется, не совсем удачное сравнение [4, с. 9]. Точно так же телевидение и реакция северного жителя и любого другого жителя как в Бразилии, так и Швейцарии, будут одинаковыми, по той причине, что сериалы рассчитаны на реакции самых общих человеческих установок как реакция на справедливость, поиск правды, материнство и так далее. Искать в феномене распространения телевидения какие-то специфические проявления у того или иного этноса, абсолютно отличающиеся от других культур, что попытался сделать у ханты Золтан Надь, не совсем верно [2]. К появлению телевидения все этносы уже были приобщены к радиовещанию и письменному тексту, а текст, пусть и визуальный, как и живой полнотекстовый, озвученный, абсолютно одинаков по своему воздействию для человека любой культуры. Театр, кино, телевидение универсальны по своему воздействию. В результате всеобщего охвата ими создаются условия для повсеместного вступления в свои права эры массовой обезличенной унифицированной культуры.

Также сам характер труда резко изменился в постиндустриальном мире. Например, на глаз изменился быт сельских жителей, пока мы их измеряем старыми мерками, сельчане уже вышли из них. Появилась с приобретением техники возможность замены совместного труда целого клана на общий труд отдельной семьи и нового распределения трудовых функций. В современной Якутии актуальны проблемы занятости, распределения доходов, так же, как и по всей России, наблюдается некий перекоп в сторону доминирования чиновничества. Хотя, надо отдать должное якутским чиновникам, они пытаются быть, как они выражаются, ближе к народу, пусть этот «народ» иногда представляет фигурально уже одного человека в соотношении к десяти чиновникам. Доминирование функционера – общероссийская тенденция. Несмотря на радужные проекты современных ударныхстроек, возводимых по принципу забытого прошлого, что принципиально противоречит ментальности современных россиян, вложение рабочих рук в них не так уж и беспредельно. Проведение политики покорения или освоения, пытаюсь использовать энтузиазм людей или то самое приподнятое состояние, питаемое нарисованными возможностями в Якутии, не совсем ответственное мероприятие. Во-первых, территория Якутии состоит в основном из тундры и ледяных гор, лесотундры, где любая производственная деятельность

для самого человека и природы представляет большой риск. Думаю, уже давно прошли времена «ура патриотизма», когда можно было в пользу государства эксплуатировать энтузиазм множества людей. В любом уголке России, прежде всего, нужно вкладывать средства в местное население, подобная здоровая «почвенность» есть единственный путь возрождения России. Местный человек – это связь с землей, он представляет собой местные ремёсла, промыслы, в него с детства заложено трепетное отношение к Природе, в конце концов, местный человек – это базовая основа как материальной, так и духовной культуры любого региона.

Якутский носитель и потребитель традиций современного общества не желает быть утерянным в однообразии бытия. Ради справедливости надо отметить, что якуты, в отличие от многих этносов России, пытаются возродить эти традиции, есть положительный опыт возрождения народных ремёсел, этнического стиля в пении, в шитье, в праздновании, в педагогике, в охотничьем промысле. Уделяется внимание такой проблеме, как сохранение языка, хотя не всегда оно сознательно соблюдается. В этническом процессе прослеживаются все последние изменения как положительного, так и отрицательного свойства. В целом этнический портрет современных якутов дробный, но все-таки до сих пор сохраняются те образы, которые и создают общую этническую картину. Правильная оценка изменений как социального, так и ментального характера, разумеется, нужна любому обществу, якутскому тем более, как более локальному и в численном отношении малому сообществу. Особенно оно важно для самой Якутии, где якуты являются основным коренным населением, которое мы можем сравнить с почвой, которую в любом месте надо пытаться сохранить, чтобы территория была бы живой, сохраняющей тонкую связь человека и Природы.

#### Библиографический список

1. Гуревич А. Я. Проблема ментальностей в современной историографии // *Всеобщая история: Дискуссии, новые подходы.* – Вып. 1., – М., 1989. – С. 75–89.
2. Золган Н. Телевидение и проблемы интерпретации культурных явлений у саюганских хантов // *Этнографическое обозрение.* – 2013. – № 2. – С. 24–36.
3. Кумпен А. А. Классовая структура современного российского общества : автореф. – СПб., 2010 // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissertacat.com/content/klassovaya-struktura-sovremennogo-rossiiskogo-obshchestva-ixzz2zxyWKfSo> Научная библиотека диссертаций и авторефератов disserCat.
4. Штамлер Флориан М. Мобильные телефоны для мобильных животноводов Севера: революция в тундре? // *Этнографическое обозрение.* – 2013. – № 2. – С. 6–23.

## ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

**Ф. Ф. Саеггалиева**

*Кандидат философских наук,  
доцент,  
Казанский государственный аграрный  
университет, г. Казань,  
Республика Татарстан, Россия*

---

**Summary.** The article notes that globalization leads to ethnic and cultural deformation, erosion still spaces for the existence of ethnic and cultural totalities. In the new Millennium ethno-cultural globalization is presented as a dialectical interaction between globalization and localization.

**Keywords:** globalization; ethnic and cultural processes; cultural deformation; regionalization; globalization.

---

Конец XX века ознаменовался вступлением человеческой цивилизации в эпоху глобализации. Если в прошлом географически отдалённые народы и страны жили разрозненно и события, происходящие в одних странах, не влияли на историческое развитие других удалённых государств, то ныне подавляющее большинство стран и народов втянуты в процессы межкультурных контактов и испытывают определённые этнокультурные деформации. Глобализация неуклонно и последовательно разрушает прежнее социально-политическое, экономическое и культурное пространство существования этнокультурных целостностей. Причём самую большую опасность представляет разрыв социально-исторического и культурного пространства этнокультурных общностей, что влечёт за собой утрату ценностных ориентиров. Таким образом, вопрос о культурной глобализации гораздо сложнее, чем вопрос о глобализации экономической, политической и финансовой сферы. Сфера духовной жизни более всего сопротивляется тенденции глобализации – это связано с тем, что ценности культуры не подчиняются законам прогресса и не поддаются унификации. Показательно: чем сильнее навязываются чуждые духовные ценности и идеалы малым этносам, тем ожесточённее их сопротивление, тем трепетнее их отношение к обычаям, традициям, культуре своего народа.

Тем не менее, глобализация – объективный процесс, и ни одна страна не может изолироваться от этого процесса. В результате глобализации в начале XXI века мы наблюдаем, с одной стороны, культурный универсализм, нивелировку этнической специфики,

с другой – локальное этническое своеобразие с акцентом на региональные особенности. О. Н. Астафьева рассматривает регионализацию и глобализацию «двумя сторонами единого процесса, выступающими взаимодополняющими парадигмами социокультурного развития – дифференциации и интеграции» [1], а Р. Робертсон для характеристики диалектического единства этих двух начал ввёл термин «глокализация», подчёркивающий локальный аспект глобального и глобальный нюанс локального [2, с. 91].

Таким образом, в новом тысячелетии этнокультурная глобализация предстаёт как диалектический процесс, в котором глобализация и локализация, дифференциация и интеграция являются не взаимоисключающими противоположностями, а неотъемлемыми составляющими единого процесса.

#### Библиографический список

1. Астафьева О. Н. Глобализация как социокультурный процесс / Глобализация: синергетический подход. URL: <http://www.http://spkurdyumov.ru/globalization/globalizaciya-kak-sociokulturnyj-process/> (дата обращения: 14.08.2014).
2. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию. – М. : Прогресс-Традиция, 2001. – 304 с.

## ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВА КАК ВЫЗОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Е. Б. Токтаров

*Магистр, научный сотрудник,  
Институт философии, политологии  
и религиоведения Комитета науки  
Министерства образования и науки РК,  
г. Алматы, Казахстан*

---

**Summary.** In the article the impact of the process of society informatization to ability of the state to construct a national identity of citizens is considered. Socializing function of subjects of virtual communication is revealed. The author grounded the destructive impact of ICT on the national state. In the conclusion author underlines necessity of constructing of a new information policy paradigm formulated by the state and society.

**Keywords:** informatization; national identity; challenges.

---

Информатизация как один из аспектов процесса глобализации имеет высокую динамику и охватывает всё большее число стран. Активное внедрение информационно-коммуникационных

технологий становится одним из важнейших направлений процесса модернизации современных государств. Практически каждое государство вводит систему электронного документооборота, развиваются проекты «электронного правительства», ежегодно повышаются затраты на внедрение ИКТ во все сферы жизни общества. В то же время процесс информатизации создаёт предпосылки для трансформации идентификационных кодов тех или иных народов, в том числе их национальной идентичности.

Информатизацию можно определить как «социально-экономический и научно-технический процесс широкомасштабного применения ИКТ во всех сферах социально-экономической, политической и культурной жизни общества с целью повышения эффективности использования информации и знаний для управления, удовлетворения информационных потребностей граждан, организаций, местных органов власти и государства, для создания предпосылок перехода к информационному обществу [1].

По мнению В. С. Кортюнова, информатизация, формирующая единое мировое информационное пространство, создавая глобальное сетевое общество, открывает гражданам охваченных ею стран доступ ко всем материальным и духовным благам, умножает интеллектуальный ресурс, способствуя устойчивому развитию, достижению благополучия и безопасности личности и общества [2]. С другой стороны, информационные технологии создают возможности для вмешательства внешних субъектов в процесс конструирования идентичности и формирования самосознания того или иного общества. И. С. Семененко подчеркивает, что «в информационном обществе, в мире многоуровневой взаимозависимости социальных субъектов и индивидов сами референтные ориентиры становятся все более неопределенными, размытыми и изменчивыми. Они подвержены влиянию стремительно растущих потоков информации и сами формируют пространство информации и коммуникации» [3].

Открытые общества, находящиеся в стадии политического, экономического и культурного транзита сталкиваются с вызовами, которые ставят под угрозу основы их идентичности. Действительно, пребывание граждан постсоветских государств в зарубежных информационных потоках, посредством которых транслируются ценности и идеалы, нормы и установки, чуждые для реципиентов, способно нивелировать все усилия властей в сфере национальной политики. Эта угроза становится реальной в силу того, что молодёжь, будучи самым активным пользователем информацион-

но-коммуникационных технологий, ещё не прошла полный путь социализации в своём обществе, но уже усваивает нормативно-ценностный посыл, содержащийся в зарубежном контенте.

Более того, можно говорить об участии в процессе социализации молодёжи новых субъектов. Так, блогеры и сетевые сообщества становятся новыми агентами социализации. Посредством информационно-коммуникационных технологий можно приобщать граждан к тем или иным формам социального взаимодействия, как в киберпространстве, так и вне его, если традиционные способы адаптации и инкультурации личности невозможны применить в виду определенных обстоятельств (инвалидность, пребывание в детских домах, местах лишения свободы и т. д.).

Поскольку сетевые сообщества основаны на активности пользователей, содержание социальных взаимодействий посредством их будет зависеть от того, какие нормы и ценности усвоены пользователями на первых этапах социализации. В этой связи усиливается значение участия старших поколений в формировании информационной культуры подрастающих поколений, повышется роль первичных институтов социализации, как трансляторов традиционных норм, ценностей и установок общества.

Формируется новая, виртуальная социальность, процесс социализации в киберпространстве приобретает свои отличительные черты. В виртуальной среде возраст и уровень доходов, а также место проживания становятся менее значимыми факторами в социальном взаимодействии, чем в реальной жизни. В Интернет-пространстве нет ограничений по возрастному, материальному или территориальному критерию. Следовательно, границы между возрастными, экономическими и географическими группами и сообществами стираются, что порождает космополитизм виртуальной социальности.

Основания национального государства, характеризующегося общностью языка, культуры и ценностей общества, а также единством общества с его институтами и проблемами [4], в информационную эпоху подвергаются эрозии. Односторонняя коммуникация в среде, где присутствовала цензура и функционировали государственные средства массовой информации, трансформировалась в коммуникацию между индивидом, группой и государством с обратной связью. Виртуальная коммуникация осуществляется в Интернет-пространстве, где в большей степени реализовывается свобода слова и каждый участник процесса информационного обмена может претендовать на статус субъекта.

Таким образом, индивиды, получившие в своё распоряжение такой мощный инструмент как электронные СМИ, самостоятельно конструируют свою идентичность, в том числе и национальную, в виртуальном пространстве Интернета. Ослабление влияния государства на киберпространство не столько свидетельствует об утрате национальными государствами своего суверенитета, сколько ставит правительства перед необходимостью формирования новой парадигмы информационной политики, которая учитывала бы специфику виртуальной коммуникации, интересы государства и общества, а также права и свободы граждан-пользователей ИКТ.

#### Библиографический список

1. Глоссарий по информационному обществу / под общ. ред. Ю. Е. Хохлова. – М. : Институт развития информационного общества, 2009. – С. 55.
2. Кортунов С. В. Национальная идентичность: постижение смысла. – М. : Аспект Пресс, 2009. – С. 22.
3. Семененко И. С. Поиск национально-цивилизационной идентичности и концепт «особого пути» в российском массовом сознании в контексте модернизации. – М., 2004. – С. 40–41.
4. Penrose J. Nations, states and homelands: territory and territoriality in nationalist thought // Nations and Nationalism. – 2002. – Vol. 8. – № 3. – P. 277.

### КРЕАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНО-ЭТНИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ (НА ПРИМЕРЕ США И РОССИИ)

А. С. Дудин

*Аспирант,  
Вятский государственный гуманитарный  
университет, г. Киров, Россия*

---

**Summary.** Advertising can be seen as a source of information about the country, the nation and the state. That is why advertising can be inscribed in the context of national and cultural identity, which is formed by the specifics of mentality, national and ethnic stereotypes, transforming on the background of contemporary globalization processes. Through the study of advertising as a reflection of the ethno-cultural, national and state identity can be defined unique and similarities features of the USA and Russia.

**Keywords:** advertising; globalization; cultural and national identity; mentality; stereotype; mass culture; advertising text; symbol.

---

Реклама занимает особое место в коммуникативном пространстве современной массовой культуры, обслуживая самые разнообразные сферы социума – социальную, коммерческую, образовательную, информационную.

На фоне глобализации экономических и культурных процессов она выполняет и медиативную функцию, участвуя в диалоге культур. Не ограничиваясь информацией о товаре или услуге, реклама является и своеобразной «визитной карточкой» общества, народа и типа культуры, которую она представляет.

Восприятие символов, используемых рекламой, понимание и оценка действительности и мира в целом зависят от этнокультурной, национальной и государственной идентификации индивида. В этом своем качестве реклама способна стать источником информации о стране, нации и государстве, с которым она себя идентифицирует. И, как результат, – парадокс рекламы: являясь мощным фактором глобализации и производства нивелированных ценностей массовой культуры, она одновременно способна сохранять и транслировать национально-этнические и государственные ценности, подчиняя их собственным целям.

Именно поэтому реклама может быть вписана в контекст национально-культурной идентичности, которая в свою очередь, формируется спецификой ментальности, национально-этнических стереотипов, трансформирующихся на фоне современных глобализационных процессов. Процесс «трансмутации» массового сознания соответствующим образом воздействует и на технологии создания современных рекламных текстов.

В последнее время эти процессы все чаще становятся предметом внимания не только практиков рекламной сферы, но и исследователей-культурологов. Проблема обозначена достаточно остро, потому что аспекты культурно-национальной идентичности сохраняют свою актуальность в различных стратегиях гуманитарного знания и на фоне обострившихся национально-этнических конфликтов в мире.

Так, в США и России на фоне выраженных различий в художественном освоении национальных моделей сознания, функционирующих в многонациональном пространстве, усиливается влияние интернациональных сетевых рекламных агентств, устанавливающих рекламные форматы.

В связи с этим некоторые креативные технологии рекламы в контексте национально-культурной идентичности, с одной стороны, обнаруживают сходство форм, а с другой – различаются по содержанию и наполнению рекламного сообщения. Содержание будет разным из-за различий в национальном характере и в национально-этнических стереотипах.

Одной из наиболее часто используемых креативных технологий, акцентирующих внимание на национально-этнической составляющей товара, можно назвать принцип использования в рекламе технологий убеждения с использованием бренд-персонажа.

Данный прием используется как в России, так и в США, но, исходя из особенностей национальных культурных традиций, авторитетный персонаж, мнению которого доверяют и который считается авторитетным, в каждой стране будет разным. Например, в России реклама Телекарты вводит Леонида Якубовича, который выступает узнаваемым символом народности, что на эмоциональном уровне используется в рекламе для позиционирования бренда [6].

В то же время общими, как для США, так и для России в контексте национально-культурной идентичности, могут выступать персонажи, мнение которых авторитетно в обеих странах, разумеется, с учетом целевой аудитории (например, реклама Пепси с певицей Бейонсе) [7].

Одним из проявлений национальной идентичности в культуре является юмор, отражающий специфику ментальности того или иного народа. Поэтому реклама очень активно эксплуатирует эту сферу. Через национальный юмор проявляются традиции, ценности, социальные и культурные взаимосвязи, которые различаются у разных народов. Национальный юмор является составляющей национального характера, он позволяет идентифицировать человека как часть нации и отделить его от представителей других народов.

За счет положительных эмоций, вызванных юмором на основе комплекса вербальных и визуальных компонентов рекламы, данный подход является достаточно эффективным в креативных технологиях рекламы США и России, но более зависимым от национально-культурных традиций, чем использование бренд-персонажа.

Национальный юмор связан не только с культурно-территориальными условиями стран и регионов, но и с национальной принадлежностью человека. Комическое восприятие мира человеком, как и его психический склад, зависят от того, где человек родился и вырос, как его воспринимают другие народы [1].

В качестве примера креативных стратегий использования национального, российского юмора в рекламе можно привести ролик бренда «Инмарко», мороженого «Золотой стандарт», выпущенный в мае 2009 года под названием «Теща» [2].

В ролике «Теща» на дачу к мужу и жене приезжает мама жены, которая просит не встречать её на вокзале, рада видеть зятя, сама рубит дрова и настраивает телевизор, чтобы посмотреть с любимым зятем футбол. Голос за кадром: «Вот теща, всем тещам золотой стандарт! Как наше мороженое с великолепным насыщенным сливочным вкусом. Золотой стандарт мороженого!»

В данном ролике используется юмористический прием «перевертыша», благодаря которому взаимоотношения зятя и тещи показываются в нехарактерном для России позитивном ключе, что несвойственно для стереотипа, сложившегося в России. Исходя из исторических особенностей, традиций взаимоотношений в российской семье сложился определенный стереотип взаимоотношений тещи и зятя. В этом сегменте для США характерен независимый образ жизни молодых семей от родителей. В США нет такого стереотипа, связанного с тещей, как в России.

В качестве примера американского юмора в рекламе, в котором нашли отражение характерные для США особенности, можно привести рекламу бренда полуфабрикатов компании ConAgra Foods (кошерных сосисок для хот-догов Hebrew National), выпущенную в августе 2014 года [9].

Ролик начинается с общего плана парковки перед стадионом, где фанаты разных команд по американскому футболу на мангалах жарят хот-доги и ждут игры. Болельщица одной команды рассказывает о преимуществах ее хот-догов. После чего семейная пара болельщиков другой команды начинает выбрасывать свои хот-доги. Они попадают в стакан с пивом, на голову талисману команды и в трубу участника оркестра поддержки. После чего семейная пара с радостью угощается рекламируемыми хот-догами. Отметим, что данное построение ролика, его юмористическая составляющая может использоваться и в российских креативных стратегиях рекламы, но стоит обратить внимание на локационное размещение и ситуацию, используемую в ролике, не характерную для России. У американских фанатов есть традиция перед матчем своей команды устраивать барбекю рядом со стадионом. Это связано с определенным образом жизни американцев, их большей мобильностью, определённой культурой барбекю в городской среде, которая в России неотделима от выезда на природу.

В качестве отличительной характеристики креативных технологий рекламы в контексте национально-культурной идентичности можно назвать мультикультурный характер рекламы США. Это связано с историей расовой сегрегации в США, отделением

белого населения от иных этнических групп в общественных местах, транспорте, в образовательных учреждениях, последующими акциями протеста, волнениями вызванными недовольством массовой расовой сегрегацией по отношению к этническим меньшинствам и как итог – формирование толерантного общества и концепции мультикультурализма. Мультикультурный характер связан также с возникновением и деятельностью сильных этнических лидеров и организаций (Мартин Лютер Кинг, Движение за гражданские права чернокожих в США и др.), что и стало основой для формирования мультикультурных взаимоотношений и общества, в котором всем будут предоставляться равные права.

Даже с учетом того, что сегрегация была отменена в конце 60-х годов, данный вопрос является для США очень острым и актуальным. Столкновения и массовые беспорядки, имеющие этническую подоплеку, происходят в стране и сейчас.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что история формирования американского государства, период сегрегации, борьбы этнических меньшинств за свои права оказал влияние в том числе и на креативные технологии рекламы, образы, символы и этнические реалии.

В качестве примера можно привести рекламу военной службы в США Army Strong, в видеоряде которой используются образы американцев, имеющих различные этнические корни, и подобный подход отмечается почти во всей американской рекламе [6].

В российской рекламе (в том числе и рекламе службы по контракту) в целом преобладают образы титульной нации. В то же время в пространстве локальной рекламы в России могут использоваться образы коренных жителей некоторых народностей, проникнутые национальным колоритом. В качестве примера можно привести рекламу республик Татарстан, Саха (Якутия) и Удмуртской республики.

Это связано с историческими особенностями формирования русского этноса и его взаимодействия с иными этносами, входящими в разные периоды в состав России. Из-за долгосрочности таких отношений, общей истории и глубокой ассимиляции многие этнически нерусские народы идентифицируют себя с русскими, что объясняет преобладание образа титульной нации в российской рекламе.

Одна из важных стратегий использования национально-этнических символов в рекламных текстах определяется не только самой рекламой, но и характером целевой аудитории. Об

этом свидетельствуют результаты исследований Олы Мобелейд, управляющего директора компании Firefly (качественного научно-исследовательского подразделения международной компании Millward Brown, сосредоточенной на брендах, СМИ и коммуникациях). Автор формулирует ряд тезисов, касающихся адаптации брендов, а следовательно, и их рекламных компаний к новому национальному и этническому большинству в условиях современного рынка.

Опираясь на данные переписи населения США 2010 года, Мобелейд приходит к выводу, что население США сейчас более чем когда-либо отличается этническим разнообразием: 50 % детей, рожденных в 2010 году в США, не являлись белыми. И когда эти дети вырастут, так называемое этническое меньшинство станет большинством. Но рекламные и маркетинговые компании продолжают использовать этнические стратегии 50–60-х годов прошлого века. В анализе О. Мобелейд эти стратегии подразделяются на следующие этапы: определяются крупнейшие этнические сегменты, представители которых взаимодействуют с брендами иначе, нежели представители «белых» этносов; бренды обращаются к услугам мультикультурных специалистов, которые создают обращение к целевой аудитории с учетом инкультурных формообразований, языка, но с минимальным количеством нюансов, присущих данному этносу; ожидания брендов от рекламной компании не оправдываются, прибыль оказывается минимальной.

Далее в исследовании делается акцент на необходимости для компаний учитывать этническую составляющую современного рынка США путем создания культурно-целевой рекламы. Автор указывает на важность демографического представления о целевой аудитории и изучения этнических потребителей в рамках крупных основополагающих исследований, а не просто на адаптацию общих стратегий, методов и коммуникаций под этнических потребителей. В этом контексте особое значение приобретает тезис, что потребитель не живет в мире, где «этническое» выступает против «массового», что его личность «мозаична», и проявление культуры может выходить за рамки расовой и этнической принадлежности [10].

В качестве примера, подтверждающего вышеперечисленные доводы, можно привести деятельность одной из ведущих компаний мира – компании Макдональдс.

Согласно высказываниям Нила Голдена, директора по маркетингу Макдональдс, на протяжении 30 лет в компании

применялась тактика, когда компания сначала разрабатывала рекламу в агентствах для общего рынка, а уже потом обращалась в мультикультурные рекламные «бутики» за адаптациями для афроамериканцев, латиноамериканцев и азиатов. В данный период в рекламной деятельности компании заметны изменения. В Макдональдс пришли к выводу, что этнические меньшинства оказывают, и будут оказывать еще больше влияния на потребительские тенденции в целом.

По словам Стива Стаута, основателя и исполнительного директора маркетинговой компании Translation, ориентированной на этнических африканцев и занимающейся консультированием брендов, в том числе и консультированием компании Макдональдс, за счет демографических изменений, происходящих в США, в целом заметна заинтересованность и движение брендов в сторону этнических меньшинств, которые в некоторых штатах уже стали большинством.

Подтверждением стратегии использования национально-этнических символов в рекламных текстах и влияния выбора меньшинства на общий рынок является рекламно-маркетинговая кампания, проведенная Нилом Голденом и его командой на западе США. Был разработан продукт, ориентированный на латиноамериканцев, под названием Фиеста Меню (Fiesta menu), в которое вошли *гуакамоле* и пряная говядина *тортас* (традиционные блюда мексиканской кухни). После запуска кампании продукт хорошо продавался в испаноязычных районах, но еще больше выросли продажи в Оранж Каунти и Лагуна-Бич – областях, которые более чем на 90 % населены этническими белыми. Исходя из приведенного факта, можно сделать вывод, что реклама использует этнические предпочтения, символы одних этносов и транслирует их с большой успешностью другим этносам, при этом делая эти символы массовыми [8].

В современном мире символы и элементы, присущие одному этносу, могут со временем стать популярными не только у других этносов, проживающих рядом, но и во всем мире. К примеру, культура Хип-Хоп, присущая изначально этническим африканцам, на сегодняшний день является очень популярной, узнаваемой, а главное – приемлемой, что позволяет использовать символы этой культуры в рекламных текстах в разных по этнической составляющей странах [4].

В то же время следует отметить, что такая креативная стратегия использования национально-этнических символов в ре-

кламных текстах не всегда работает. Стратегия, подобная *Фиеста Меню*, наблюдается в рекламных текстах компании Макдональдс в России, в частности в ходе создания продукта Биф а ля Рус [3].

В рекламе гамбургера был использован образ царя Ивана Грозного, причем образ не исторический, а кинематографический (фильм Л. Гайдая «Иван Васильевич меняет профессию»). Так, на уровне интертекста обыгрывалась узнаваемая россиянами фраза «Красота-то какая, лепота», фоном звучала знакомая многим песня «Разговор со счастьем». В качестве традиционной для русского этноса составляющей самого продукта использовалась ржаная булочка. По различным негативным отзывам, оставленным в интернете и отсутствию данного продукта в главном меню на российском сайте компании Макдональдс, можно сделать вывод, что такая стратегия и сам продукт не были положительно приняты в России.

Это связано с определенными кулинарными предпочтениями россиян и отношением к фастфуду. Единственное, что было исконно русским в этом продукте, это ржаная булочка, которая отдаленно напоминала настоящий ржаной хлеб. Даже с учетом огромного влияния массовой культуры, процессов глобализации, распространения различных сетей фаст-фудов в России по-прежнему остается сильной и важной культура потребления, приготовления домашней пищи, а большую долю в продуктовой корзине россиян занимают по-прежнему исконные русские продукты, не распространённые в других странах.

В качестве еще одного примера типологически сходных креативных технологий с использованием национальных и этнических символов можно привести рекламу для компании Nike, разработанную упоминаемой выше маркетинговой компанией Translation. Рекламная кампания состоит из серии видеороликов под названием *Champs Sports* [12]. В данной рекламной кампании группа молодых американцев, большая часть из которых не относится к этническим белым, играют в стритбол, американский футбол, развлекаются на вечеринке. Реклама ориентирована на молодое поколение американцев, но при этом использует большое количество символов, характерных изначально для этнических африканцев. Манера общения, рукопожатия, стиль одежды, музыкальный фон в виде песни «Turn Down for What» в исполнении американского рэпера африканского происхождения Джонатана Смита, больше известного под псевдонимом Lil Jon. Очень важным моментом использования национально-этнических

символов является локационное расположение, передаваемое за счет декораций, использованных в рекламных роликах. В стритбол молодые люди играют на Boardwalk – пешеходной улице, где расположены кинотеатры, закусочные, аттракционы. Такие улицы часто встречаются в городах США. Вечеринка проходит у бассейна частного дома, что тоже является распространённым явлением в США, в связи с популярностью отдельного коттеджного жилья.

Данная креативная технология используется компанией Nike и в российском сегменте молодых потребителей (рекламная кампания под названием «Играть по-русски» (Play Russian) [11].

Кроме традиционных зимних видов спорта здесь важную роль играют также локации и декорации, использованные в рекламе. В самом начале ролика в кадре виден УАЗ-3303, именуемый в России «буханка». Кроме того, в кадр попадают вертолеты и самолеты российского производства. Подобраны актеры массовки с распространенными в России мужскими типажам, у некоторых на шее присутствует ювелирное украшение в виде большой золотой цепи, украшение, которое, по мнению мужчин определенного возраста и достатка, символизирует об успешности владельца этого украшения.

Стоит отметить, что для анализа стратегий использования национально-этнических символов в рекламе очень важно выработать методику, которая позволит определять, какие символы и элементы являются исключительно этническими. Это связано с тем, что существуют элементы, которые перестали быть сугубо этническими и национальными. Эти элементы уже становятся наднациональными, они переходят и используются в других культурах. Даже использование, к примеру, национального орнамента не гарантирует, что эта реклама будет направлена исключительно на этнического потребителя. Особую роль в этом вопросе играет самоидентификация индивида.

Для определения этнической рекламы очень важно проанализировать канал распространения этой рекламы. Одной из основ существования этнической рекламы можно считать этнически ориентированные медиа. Например, в Республике Татарстан существует целый медиа-холдинг Татмедиа, состоящий из большого количества ориентированных на этнических татар радиостанций, телеканалов и печатных изданий. В США также существуют специальные этнически ориентированные медиа. Можно перечислить следующие печатные издания, ориентированные

на этнических африканцев в США: American Legacy, American Visions, Black Collegian, Black Enterprise, Black Issues Book Review, Black MBA Magazine. На этнических латиноамериканцев – Contenido, El Andar, El Planeta Platica, Hispanic Online, Hispanic Business Magazine, Imagen, La Bobina.

В качестве итога отметим следующее. Важным отличием креативных стратегий в США является мультикультурный характер рекламы. В российской рекламе, даже с учетом локальной рекламы, наполненной национальным колоритом коренных народностей, преобладает образ титульной нации.

В то же время креативные стратегии использования национально-этнических символов в рекламных текстах США и России имеют очень много общего. С одной стороны, «общее» связано с построением этих креативных стратегий, с другой – с разным наполнением рекламных сообщений. Схожесть креативных стратегий связана также с огромным влиянием на рынке рекламы интернациональных рекламных сетевых агентств, устанавливающих рекламные форматы.

Наиболее отчетливо различное наполнение похожих креативных стратегий проявляется там, где вводится бренд-персонаж. Исходя из стереотипов, сложившихся в национальной культуре, авторитетный персонаж, образ которого привлекает внимание, мнению которого доверяют и который считается авторитетным, в каждой стране будет разным. Но в то же время общими для США и России в контексте национально-культурной идентичности могут выступать персонажи, мнение которых авторитетно в обеих странах. Однако успешная стратегия в одной стране, даже с учетом этнических адаптаций для другой страны, еще не гарантирует достижение поставленных целей.

Реклама, являясь мощным фактором глобализации и производства нивелированных ценностей массовой культуры, сохраняет и транслирует национально-этнические и государственные ценности, подчиненные собственным интересам. При этом в современном мире символы и элементы, присущие одному этносу, могут со временем стать популярными не только у других этносов, проживающих рядом, но и во всем мире. Очень важно правильно определять и дифференцировать не только национальные и этнические символы, которые уже стали наднациональными, но и те, которые остаются сутобо этническими. Важность грамотного определения и применения подобных символов прямо пропорциональна успешности креативной стратегии. В работе

были использованы рекламные материалы из архива рекламы COLORIBUS, международных компаний Nike, Mcdonalds, российских рекламных агентств: РА Восход, BBDO Moscow, производственной студии PRODUKTION: HYP, а также американских рекламных агентств: 72andsunny, 180LA, TRANSLATION И производственной студии Christina Productions.

#### Библиографический список

1. Жук Е. Е. Лингвокультурные особенности британского и американского юмора (на материале произведений П. Г. Вудхауса и О. Генри) // Вестник МГОУ. – 2013. – № 4. – Сер. «Лингвистика». – URL : <http://elibrary.ru/item.asp?id=20306387>.
2. Золотой стандарт: «Теща» Телереклама, агентство: BBDO Moscow Russia, Bazelevs. URL : <http://ru.coloribus.com/архив-рекламы/тв-реклама/zolotoj-standart-tescha-13317905>
3. Реклама Макдональдс. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=mhY4iGqkDwo>.
4. Стаут С. Как Хип-Хоп создал культуру, переписавшую правила новой экономики // Penguin Group (USA) Inc. – URL : <http://tanningofamerica.com>.
5. Телекарта – Леонид Аркадьевич расстроен. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=UmfmxsnQI2g>.
6. Army Strong. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=3ayiIRHbJ\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=3ayiIRHbJ_U).
7. Beyoncé: Mirrors / Official 2013 Commercial / Pepsi. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=\\_2smYVlozrk](https://www.youtube.com/watch?v=_2smYVlozrk).
8. Ethnic Marketing: McDonald's Is Lovin' It. URL : [http://www.businessweek.com/magazine/content/10\\_29/b4187022876832.htm](http://www.businessweek.com/magazine/content/10_29/b4187022876832.htm).
9. Hebrew National: «Tailgate» Телереклама, агентство: Backyard Films. URL : <http://ru.coloribus.com/архив-рекламы/тв-реклама/hebrew-national-tailgate-19643005>.
10. How Brands Must Adapt to the «New Majority Marketplace». URL : <http://adage.com/article/cmo-strategy/brands-adapt-majority-arketplace/149507>.
11. NikeFuel London. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=hx-HxtgeUjw>.
12. We are translation: our work. URL : <http://www.translationllc.com/work>.

## II. IDENTITY OF YOUTH IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMING SOCIETY

### ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ ЭТНИЧЕСКИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Ю. И. Фомина

*Кандидат психологических наук,  
доцент,  
Тульский государственный университет,  
г. Тула, Россия*

---

**Summary.** Article is devoted to the analysis of specifics of ethnic representations at youthful age. They act as the most important component of identification with a certain ethnic group. For young men ethnic representations will be mainly defined by existence or lack of experience of stable interethnic communication. At this age components of structure of ethnic representations find considerable communication and interconditionality.

**Keywords:** ethnic origin; ethnic identity; the ethnic representations ethnodifferentiating signs; cultural and historical component; anthropological component; geographical component; component of national character and psychology; the young man.

---

Значительные изменения, происходящие в современном обществе, сопровождаются размыванием ценностной структуры общества. В этой связи особую значимость приобретает потребность человека понять самого себя, свои мотивы, цели, жизненные ценности и умение разделить сущностное, составляющее ядро его личности, от навязанного извне [1; 2]. Для большинства людей в неустойчивой ситуации переходного общества именно семейная и этническая принадлежность становится наиболее приемлемым способом вновь ощутить себя частью некоего целого, найти психологическую поддержку в традиции [3; 5]. Идентификация с определённой этнической группой является неотъемлемой частью представлений о себе каждого человека. Однако осознание это возможно только в результате формирования системы этических представлений субъекта. Их можно определить как систему социокультурно обусловленных представлений о характеристиках, нормах, правилах и атрибутах представителей своей и чужой этнических групп. Они должны охватывать все основные признаки,

которые помогают человеку оценить своё окружение по национальным особенностям, причём как относящееся к своей, так и к чужой национальной группе [7; 9].

Основной целью нашего исследования стал анализ структуры этнических представлений в юношеском возрасте. Выборку составили 90 юношей в возрасте от 16 до 18 лет. Исследование было проведено на представителях русского этноса (такими респонденты позиционируют себя сами), который является титульным этносом для г. Тулы и Тульской области, при условии проживания на указанной территории представителей 107 национальностей. В исследовании мы использовали следующие методики:

1. Типы этнической идентичности (Г. У. Солдатова, С. В. Рыжова) [4].

2. Изучение представлений о признаках родства со своим народом (модифицированный вариант) [6].

3. Шкала значимости национальности шкального опросника О. Л. Романовой для исследования этнической идентичности (модифицированный вариант) [6].

4. Авторская методика «Этническая дифференциация» [8]. Анализ полученных данных показал, что этнические представления в юношеском возрасте будут определяться наличием или отсутствием опыта стабильного межэтнического общения. Так, юноши, имеющие опыт постоянного межэтнического взаимодействия, демонстрируют такие типы этнической идентичности:

- 1) позитивная этническая идентичность (28 %);
- 2) этноэгоизм (22 %).

В группе юношей, характеризующихся только эпизодическими межнациональными отношениями, типы этнической идентичности более разнообразны: там можно встретить все выделенные типы идентичности. К рассмотренной выше позитивной этнической идентичности (28 %) и этноэгоизму (18 %) можно добавить следующие типы:

- 1) этническая индифферентность;
- 2) этнофанатизм (8 %);
- 3) этноизоляция (14 %);
- 4) этнонигилизм (14 %).

Анализ признаков родства со своим этносом показал, что юноши выделяют все компоненты, составляющие систему этнических представлений, однако при этом ни один признак не имеет принципиального значения для определения национальности человека. Язык, территория проживания или внешность могут

и не соответствовать определённой нации, но сам человека может считать себя принадлежащим именно к данному этносу. В этой возрастной группе признаки распределяются следующим образом. Все признаки родства со своим этносом распределились в сознании юношей следующим образом:

- 1) антропологический компонент (25 %);
- 2) географический компонент (30 %);
- 3) исторический компонент (82 %);
- 4) культурный компонент (82 %);
- 5) компонент национального характера и психологии (84 %).

Что касается ситуаций ощущения себя русским человеком, то их можно выделить несколько:

- общение с иностранцами (90 %);
- крупные победы и достижения (78 %);
- праздники (81 %);
- любые национальные символы (98 %);
- церковные обряды (52 %);
- восприятие составляющих русского искусства (78 %);
- отдых на природе (62 %);
- употребление национальных блюд (44 %);
- соблюдение национальных традиций (63 %);
- нахождение в общественном транспорте (72 %);
- столкновение с пьяными людьми (42 %);
- прослушивание криминальных новостей (34 %);
- русские дороги и автомобили (55 %);
- футбол (36 %).

Как видно из приведённого перечня, все выделенные юношами ситуации прямо или косвенно также включают в себя все компоненты системы этнических представлений личности.

Что касается основных психологических особенностей представителей своего этноса, то юноши выделили следующие характеристики: авантюризм, авторитет, балабольство, гордость, гостеприимность, лентяй, любопытство, независимость, непобедимость, непостоянность, неприступность, пустомеля, раздражительность, самоотверженность, симпатичный, смекалистость, смыслённость, сообразительность, сострадание, талант, юмор, бедокурность, беспечность, нервозность, рассерженность, слабость, величественность, привлекательность. Как видно из приведённого перечня характеристик, выделенные особенности обнаруживают высокую степень сходства с чертами характера, традиционно закрепляемыми за представителями русского этноса.

Однако национальные особенности, которые испытуемые относят именно к своей личности, оказались представленными в меньшем количестве. Это авантюризм – беспечность – гордость – гостеприимство – лень – мужество – сердечность – сообразительность – эффективность.

Однако необходимо отметить, что в данной возрастной группе национальность и национально ориентированные категории воспринимаются неодинаково. По типам восприятия национальных особенностей выборку юношей можно разделить на 3 группы:

1) юноши с нейтральным взглядом на национальные проблемы (30%) – испытуемые данной группы демонстрируют активное принятие представителей других национальных групп. Национальность для них – это всего лишь один из признаков человека, не являющийся определяющим или значимым для оценки личности.

2) юноши с толерантным отношением к инокультурному окружению (35%) – ответы испытуемых в целом сохраняют общую линию предыдущей группы, но отличаются несколько меньшим принятием иностранцев со стороны юношей. Они уверены, что национальные особенности нельзя не учитывать в процессе построения взаимоотношений.

3) юноши с резко негативным отношением к инокультурному окружению (35%) – они уверены, что общение гораздо желательнее только среди представителей своей национальной группы; такие отношения, с их точки зрения, менее конфликтны и сложны. Юноши не готовы общаться с представителями других национальных групп; они стремятся найти такую компанию, где они могут иметь возможность общаться со сверстниками, имеющими сходные в национальном отношении взгляды.

Таким образом, в юношеском возрасте компоненты структуры этнических представлений обнаруживают значительную связь и взаимообусловленность. На данном возрастном этапе связь со своим этносом будет осознаваться через переживание глубокого внутреннего чувства гордости за свой этнос, причём именно через неё на данном возрастном этапе. Также в данном возрасте начинает формироваться понимание своей национальной принадлежности, которая пока определяется через традиции и правила поведения. При этом влияние этнической принадлежности на собственную жизнь представляется и описывается юношами с трудом.

#### **Библиографический список**

1. Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений. – СПб. : Питер, 2009. – 576 с.



Принадлежность к этнической группе не является самопроизвольным и беспричинным актом, она является потребностью человека в осознании своего родства, приобщении к определённой общине, группе. Эта принадлежность определяется как потребность человека в социальных контактах. Это определённый уровень коллективизма, коллективистского сознания. Принадлежность к этнической группе даёт возможность человеку чувствовать себя защищённым, и на более высоком уровне эта потребность отвечает безопасности [4; 5]. Как считают И. В. Абакумова и П. Н. Ермаков, в системе поликультурного пространства множественность этнических культур прочно связывается с палитрой и взаимодействием личностных смыслов, их несопадением и взаимоисключением или, напротив, их взаимным сближением [2].

У процесса развития этнической идентичности есть генерационная (поколенная) специфика. Исследование идентификации и самоидентификации, в особенности молодёжи, приобретает особую значимость для исследователей [3].

В рамках исследования особенностей самопонимания этнокультурной идентичности, в частности его ценностно-смыслового аспекта в титульном этносе и сопряжённой диаспоре Армении было проведено эмпирическое исследование, целью которого является выявление ценностной структуры представителей армянского молодёжи в Армении.

Исследование проводилось с применением опросника ценностей Шварца и Билски. В исследовании принимала участие студенческая молодёжь, обучающаяся в армянских вузах. Представим их социально-психологические показатели. Все респонденты являются коренными жителями Армении, по национальности армяне, их родной язык – армянский. Общее количество респондентов – 138 человек, из которых 51,6% составляют юноши, 48,6% девушки. Возраст респондентов – от 18 до 25 лет, 73,9% составляют респонденты от 18-и до 21 года (этап ранней юности) и 26,1% – это студенты от 22-х до 25 лет (этап поздней юности). Средний возраст исследуемых – 20,65 лет. Из общего числа респондентов 50,7% – это жители столицы, 49,3% – жители сельской местности Армении. Из числа региональных жителей 23,9% – жители региональных центров и 25,4% – жители сельских населён-

ных пунктов. Из общего числа респондентов 86,2% изучают гуманитарные, 13,8% – точные науки. Из общего числа студентов 81,9% составляют студенты бакалавриата, 18,1% – это магистранты.

На первом этапе исследования, проведенного на основе опросника ценностей Шварца и Билски, по 7-балльной шкале исследуемые оценивали степень важности каждой ценности как руководящего принципа в их жизни. Вторичная обработка данных проводилась с применением методов статистической обработки данных – контент-анализа, выявления различий в средних уровнях признаков (t-критерий Стьюдента, дисперсионный анализ). Для группы испытуемых было подсчитано среднестатистическое значение ценностей, что позволяет судить о соотношении значимости данной ценности в общей иерархии ценностей.

После вычисления средних значений по каждому типу ценностей для 12 шкал было установлено их ранговое соотношение. Каждому типу ценности был присвоен ранг от 1 до 10. Первый ранг был присвоен типу ценностей, который получил наиболее высокий средний балл. Десятый ранг – типу ценностей, получившему самый низкий средний балл. Ранг от 1 до 3, полученный соответствующими типами ценностей, характеризует их высокую значимость для испытуемого. Ранг от 7 до 10 свидетельствует о низкой значимости соответствующих ценностей.

На втором этапе была проведена обработка данных. Путем сравнительного анализа были выявлены различия в ценностных структурах между респондентами разных полов двух возрастных подгрупп: от 18 до 21 года и от 22 до 25 лет, жителей городов и регионов, студентов бакалавриата и магистратуры, а также между студентами из двух областей профессионального знания – гуманитарных и точных наук.

В исследуемой выборке выделяются семь основных ценностей, которые респонденты оценивают в среднем в 6 баллов – как наиболее важные руководящие принципы в их жизни. Список возглавляют такие ценности, как «почитающий родителей и старших» и «безопасность семьи и близких людей». Далее следуют ценности «здоровый», «опрятный» и «настоящая дружба». Завершают список значимых ценностей

такие ценности, как «чувство собственного достоинства» и «целеустремлённый».

Маловажные ценности респонденты оценивают в среднем в 3 и 2 балла. Это такие ценности, как «исследующий», «принимающий свою участь», «избегающий крайностей», «самоограничение», «власть», «подчиняющийся обстоятельствам», «работающий на благо других», «равнодушие к мирским заботам» и «честолюбивый».

Мы выявили среднестатистические значения ценностей, которые респонденты разных полов оценивают как «очень важные» и «достаточно важные».

Как для юношей, так и для девушек очень важными являются такие ценности, как «почитающий родителей», «безопасность семьи и близких людей», «настоящая дружба», «целеустремлённый», «здоровый», «опрятный», «чистый» и «чувство собственного достоинства».

В особенности для девушек очень важными ценностями являются «зрелая любовь», «смысл жизни», а для юношей – «ответственный» и «заслуживающий доверия».

По данным исследования можно констатировать, что для юношей, а также для девушек наименее значимые ценности почти идентичны. Это такие ценности, как «принимающий свою участь», «власть», «работающий на благо других», «избегающий крайностей», «подчиняющийся обстоятельствам», «равнодушие к мирским заботам», «честолюбивый». Однако только у юношей не значима такая ценность, как «исследующий», а у девушек – ценность «самоограничение».

Мы также представили среднестатистические значения ценностей респондентов в двух возрастных подгруппах: 1 подгруппа – 18 до 21 года и 2 подгруппа – от 22 до 25 лет оценивают как «Очень важные» и «Достаточно важные». Для респондентов в обеих возрастных подгруппах очень важными являются такие ценности, как «почитающий родителей», «безопасность семьи и близких людей», «опрятный», «настоящая дружба», «здоровый», «чувство собственного достоинства», «целеустремлённый». Для 1-й возрастной подгруппы выражена такая ценность, как «зрелая любовь». Респонденты во 2-й возрастной подгруппе считают значимой ценность «ответственный».

В обеих возрастных группах значимых отличий в содержании оцениваемых ценностей не отмечается. Для респондентов обеих групп наименее значимые ценности – «власть», «подчиняющийся обстоятельствам», «работающий на благо других», «равнодушные к мирским заботам», «честолюбивый».

Мы выявили среднестатистическое значение ценностей, которые респонденты двух групп – жители городов и регионов оценивают как «Очень важные» и «Достаточно важные». Как для жителей городов, так и жителей регионов очень важными ценностями являются «почитающий родителей», «безопасность семьи и близких людей», «настоящая дружба» и «здоровый». Вместе с тем горожане очень важными считают ценности «опрятный», «целеустремлённый», «ответственный», «чистый» и «заслуживающий доверия». Для респондентов регионов в числе значимых оказались ценности «чувство собственного достоинства» и «смысл жизни».

Для студентов обеих групп очень важными являются такие ценности, как «безопасность семьи и близких людей», «почитающий родителей», «настоящая дружба», «опрятный». Исключительно студенты бакалавриата очень важными для себя считают такие ценности, как «здоровый», и «чувство собственного достоинства». Магистранты помимо вышеназванных относят к важным ценности «ответственный», «преданный», «заслуживающий доверия», «целеустремлённый», «обязательный», «надёжный» и «внутренняя гармония».

Как видно из приведённых данных, количество значимых ценностей, оцениваемых магистрантами, в два раза превышает количество ценностей, названных студентами бакалавриата (13 и 6). Обратная закономерность прослеживается при оценке маловажных ценностей. Студенты магистратуры называют 4 маловажные ценности, в то время как студенты бакалавриата – 9.

Студенты из области гуманитарных наук важными считают такие ценности, как «почитающий родителей», «безопасность семьи и близких людей», «здоровый», «настоящая дружба», «опрятный» и «чувство собственного достоинства». Для студентов, обучающихся точным наукам, очень важными ценностями являются «почитающий родителей», «целеустремлённый», «чистый», «безопасность семьи и близких людей», «опрятный» и «ответственный».

Результаты проведённых нами исследований мы отразили в общей схеме.

Среднестатистические значения ценностей студентов

	Ценности	Пол		Возраст		Профиль		Место проживания		Год обучения	
		М	Ж	Ранняя юность	Поздняя юность	Гуманитарный	Точный	Город	Регион	Бакалавриат	Магистратура
1	2										
1	Равенство	4,57	5,13	4,84	4,61	4,85	4,33	4,69	4,88	4,73	4,86
2	Внутренняя гармония	5,03	4,08	5,03	5,53	5,20	5,00	5,52	4,80	5,08	5,48
3	Власть	3,46	3,76	3,04	3,41	3,10	3,35	3,47	2,78	3,08	3,39
4	Удовольствие	4,13	4,32	4,13	3,91	4,15	3,53	4,17	3,97	4,12	3,82
5	Свобода	4,83	5,25	4,93	5,08	5,08	4,28	4,83	5,13	5,05	4,64
6	Духовная жизнь	3,96	5,70	3,94	4,23	4,05	3,75	3,79	4,26	4,03	3,91
7	Чувство общности	3,99	4,62	3,82	4,03	3,91	3,71	3,74	4,03	3,82	4,14
8	Стабильность общества	3,95	3,75	4,12	4,14	4,17	3,82	4,02	4,25	4,07	4,32
9	Интересная жизнь	4,56	4,95	5,00	4,57	4,97	4,29	4,61	5,18	5,04	4,14
10	Смысл жизни	4,97	5,86	5,33	5,31	5,42	4,71	5,07	5,59	5,38	4,95
11	Вежливость	4,97	4,18	4,68	5,11	4,75	5,12	4,94	4,66	4,67	5,36
12	Богатство	3,83	3,85	3,81	3,74	3,84	3,44	3,93	3,65	3,86	3,52
13	Безопасность нации	4,43	5,49	4,67	4,69	4,73	4,39	4,70	4,66	4,64	4,73
14	Чувство собст. достоинства	5,30	4,15	5,59	5,54	5,63	5,22	5,32	5,83	5,65	5,17

Продолжение схемы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
15	Взаимность в отн. с людьми	4,19	5,74	4,14	4,31	4,17	4,29	4,33	4,03	4,08	4,73
16	Творчество	4,18	2,84	3,88	4,40	3,94	4,59	4,23	3,81	3,88	4,68
17	Мир во всём мире	5,06	2,18	5,24	5,33	5,32	4,89	5,10	5,42	5,27	5,30
18	Уважение традиций	4,58	6,11	4,48	4,11	4,38	4,39	4,42	4,33	4,35	4,55
19	Зрелая любовь	5,17	3,85	5,44	5,44	5,46	5,33	5,42	5,47	5,38	5,64
20	Самоограничение	3,78	4,00	3,6	3,51	3,25	3,88	3,79	2,84	3,13	4,18
21	Равнодушие к мирским заботам	2,96	3,73	2,49	2,86	2,57	2,72	3,24	1,92	2,39	3,39
22	Безопасность семьи и близких людей	5,77	4,90	5,91	6,00	5,98	5,61	5,90	5,97	5,92	5,96
23	Общественное признание	3,63	4,62	3,73	3,75	3,79	3,42	3,93	3,53	3,63	4,17
24	Единение с природой	3,72	5,56	3,74	4,14	3,79	4,24	4,05	3,65	3,72	4,41
25	Новизна	3,96	4,84	3,66	4,34	3,77	4,35	4,14	3,55	3,78	4,14
26	Мудрость	4,63	4,90	4,71	4,91	4,84	4,24	4,76	4,77	4,81	4,45
27	Авторитет	4,09	4,75	4,29	4,49	4,47	3,50	4,32	4,36	4,46	3,74
28	Настоящая дружба	5,73	4,70	5,56	5,89	5,69	5,35	5,72	5,58	5,64	5,67
29	Мир красоты	4,36	5,33	4,60	4,57	4,67	4,12	4,55	4,64	4,70	4,10
30	Социальная справедливость	4,17	1,89	4,61	4,32	4,56	4,35	4,34	4,72	4,56	4,33

Продолжение схемы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
31	Независимый	4,54	4,17	4,65	4,62	4,67	4,44	4,61	4,67	4,68	4,48
32	Умеренный	4,38	4,20	4,50	4,62	4,53	4,56	4,53	4,53	4,50	4,57
33	Преданный	5,28	4,72	5,22	5,53	5,31	5,25	5,41	5,20	5,18	5,90
34	Честолюбивый	2,77	4,13	2,25	2,65	2,27	2,94	2,77	1,94	2,24	3,05
35	Широко мыслящий	3,93	3,77	3,96	4,26	4,06	3,94	4,27	3,81	4,00	4,19
36	Кроткий	3,72	5,85	3,89	4,09	3,96	3,82	4,00	3,89	3,84	4,45
37	Смелый	4,75	5,55	4,74	4,74	4,80	4,35	4,66	4,82	4,67	5,00
38	Защищающий природу	4,01	6,00	3,97	4,35	4,08	4,00	3,91	4,23	4,06	4,05
39	Влиятельный	3,90	5,24	3,78	4,00	3,86	3,69	3,94	3,74	3,85	3,76
40	Почитающий родителей	6,22	3,22	5,94	6,35	6,01	6,31	6,26	5,83	5,90	6,81
41	Целеустремлённый	5,58	5,31	5,39	6,06	5,48	6,19	5,75	5,38	5,47	6,00
42	Здоровый	5,43	4,56	5,67	5,80	5,74	5,47	5,56	5,85	5,78	5,24
43	Способный	4,97	4,00	4,91	5,59	5,11	5,00	5,03	5,16	5,08	5,14
44	Принимающий свою участь	3,46	5,14	3,51	2,88	3,21	4,24	3,28	3,42	3,23	4,09
45	Честный	5,00	3,95	5,06	5,37	5,14	5,18	4,98	5,31	5,11	5,24
46	Забывающий о своей репутации	4,55	3,85	4,48	4,77	4,57	4,44	4,55	4,56	4,56	4,50
47	Покорный	3,68	3,73	3,86	3,74	3,80	4,00	3,78	3,87	3,76	4,29

Продолжение схемы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
48	Умный	5,06	5,37	4,97	5,43	5,12	4,94	5,09	5,09	5,08	5,10
49	Полезный для других	4,33	4,02	4,05	4,43	4,04	4,94	4,27	4,05	4,08	4,48
50	Наслаждающийся	4,33	3,70	4,03	4,29	4,06	4,38	4,30	3,91	4,07	4,33
51	Верующий	3,74	4,90	3,61	4,06	3,65	4,31	3,54	3,92	3,60	4,33
52	Ответственный	5,58	5,51	5,30	6,00	5,48	5,50	5,74	5,24	5,37	6,11
53	Любознательный	4,63	4,75	4,17	4,82	4,26	4,94	4,59	4,11	4,28	4,62
54	Незлобливый	4,13	3,42	3,74	4,44	3,87	4,38	4,03	3,83	3,75	4,62
55	Успешный	4,62	5,33	4,67	4,97	4,79	4,47	4,65	4,86	4,78	4,67
56	Чистый	5,43	5,07	5,27	6,00	5,44	5,63	5,63	5,30	5,40	5,81
57	Уверенный в себе	4,42	4,83	4,48	4,82	4,59	4,47	4,82	4,34	4,64	4,52
58	Избегаящий крайностей	3,27	4,42	3,12	3,94	3,34	3,31	3,52	3,16	3,19	4,05
59	Трудолюбивый	4,73	4,49	4,82	5,51	4,98	5,17	4,95	5,06	5,01	4,91
60	Самостоятельный	5,07	2,90	4,99	5,29	5,10	4,88	5,14	5,00	5,03	5,23
61	Полноценный	4,76	5,35	4,66	5,18	4,77	4,94	4,82	4,77	4,80	4,73
62	Компетентный	4,78	4,53	4,49	4,97	4,59	4,81	4,63	4,61	4,64	4,43
63	Эффективный	4,57	5,00	4,42	4,85	4,57	4,31	4,52	4,55	4,55	4,43
64	Подчиняющийся обстоятельствам	3,25	5,21	3,02	3,26	2,98	3,76	3,22	2,95	2,93	3,73
65	Искренний	5,03	2,25	5,13	5,31	5,15	5,33	5,17	5,18	5,12	5,36

Окончание схемы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
66	Исполнительный	5,04	4,25	4,59	5,38	4,72	5,38	4,81	4,80	4,66	5,38
67	Обязательный	5,26	5,10	4,98	5,59	5,14	5,19	5,37	4,92	5,03	5,62
68	Думающий	4,54	5,47	4,76	5,09	4,93	4,31	4,86	4,84	4,84	4,76
69	Работающий на благо других	3,38	3,52	2,71	3,21	2,71	3,75	3,25	2,44	2,55	4,19
70	Любящий хорошо отдохнуть	4,39	5,43	4,17	4,76	4,42	3,71	4,53	4,12	4,30	4,32
71	Надёжный	5,13	5,13	4,97	5,53	5,14	5,00	5,46	4,78	5,01	5,57
72	Заслуживающий доверия	5,37	4,08	5,29	5,76	5,43	5,31	5,56	5,27	5,33	5,71
73	Исследующий	3,47	3,76	3,36	3,85	3,45	3,81	3,67	3,32	3,41	3,71
74	Опрыгный	5,94	4,32	5,58	5,90	5,68	5,60	5,94	5,19	5,52	6,10

Психологическое сопровождение проблем, возникающих при нарушениях этнической идентичности человека, позволило бы решать задачи самого широкого спектра: адаптации, аккультурации, проблем межэтнического коммуникативного взаимодействия, этнической толерантности [1]. Формирование и развитие этнического самосознания личности можно проводить в двух плоскостях: осмысления системы ценностей и представлений этноса и оценок этнокультурных и этнопсихологических особенностей своего этноса.

#### Библиографический список

1. Берберян А. С. Тучина О. Р. Исследование особенностей самоинтерпретации личности в разных этнических общностях // Человек. Сообщество. Управление : науч.-информ. журнал. – 2014. – № 1.– С. 84–101.
2. Ермаков П. Н., Абакумова И. В., Азарко Е. М. Особенности личностно-смысловой сферы одаренных подростков // Научная мысль Кавказа. – Ростов-на-Дону, 2003. – № 1.
3. Кадиева Р. И., 2002; Карпужин О. И., 1998; Лебедева Н. М. 2002; Панеш Э. Х., 1996.
4. Стефаненко Т. В. Социальные стереотипы и межэтнические отношения; общение и оптимизация совместной деятельности / под ред. Г. Н. Андреевой, Я. Януомка. – М. : Изд-во Московского университета, 1987.
5. Turner J. C. Social identification and psychological group formation // The Social Dimension: European Developments in Social Psychology. – Cambridge & Paris, 1984. – Vol. 2.

### ИЗУЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ АРМЕНИИ КАК СОСТАВНОЙ ЧАСТИ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ СУБЪЕКТОВ ПОЛИ- И МОНОЭТНИЧЕСКОЙ СРЕДЫ<sup>1</sup>

А. С. Берберян  
Э. С. Берберян

*Доктор психологических наук, доцент,  
магистрант,  
Российско-Армянский (Славянский)  
государственный университет,  
г. Ереван, Армения*

---

**Summary.** Modern researchers study very intensively ethnic identity from the standpoint of the importance of value orientations. In this case, the value orientations are considered as structural units and components of ethnic identity.

**Keywords:** ethnic identity; value orientations; title ethnos and diaspora.

---

В XXI столетии возникло новое парадоксальное явление – этническое возрождение, которое характеризуется тем, что

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена при поддержке ГКН МОН РА в рамках научного проекта № SCS. Шифр – 13RF-013 – «Самопонимание этнокультурной идентичности в титульном этносе и сопряжённой диаспоре (на примере исследования русской и армянской молодёжи Армении и России)».

повышается роль и значение этнической идентичности в социальных процессах, особое внимание начинает уделяться национальному языку, культуре, этническим нормам, обычаям, традициям. Парадокс заключается в том, что в эпоху глобализации интенсификация интеграционных процессов в социальном мире не вступает в противоречие с процессами, характеризующимися всплеском осознания этнической идентичности и самоидентификации этноса, поэтому этот парадокс по праву именуется этническим парадоксом современности.

Несмотря на различия в существующих подходах, многие авторы в определении идентичности сходятся во мнении, что идентичность – динамическая система, которая, при линейном развитии на протяжении всей жизни человека имеет сложную иерархическую структуру. Так как идентичность осознаётся как принадлежность к социальной группе, изменения социума для личности обязательно влекут за собой изменения в идентичности. Чувство осознания своего «Я» по отношению к социуму в определённой степени зависит от своего окружения. Таким образом, изменение своей идентичности, своего «Я-образа», проходит определённые этапы и включает в себя некоторые компоненты. Это:

1. Диссоциация, или отказ от основы прежнего «Образа Я».
2. Неопределённость в построении нового «Образа Я».
3. Создание новой идентичности и его проявление в сконструированном новом «Образе Я».

В соответствии с механизмами идентификации происходит отождествление не только с людьми своей социальной группы, но и с чувствами, ценностями и мотивами группы.

Актуальность данной проблемы определяется белыми пятнами в теоретической изученности этнической идентичности и факторов, детерминирующих её формирование и развитие, дефицитом количественных и качественных показателей в ходе эмпирических исследований, отсутствием реализации психологических программ в практике психологических служб с целью психологического сопровождения процесса развития идентификации и самоидентификации личности.

Гипотеза нашего исследования заключается в предположении наличия позитивной корреляции показателей респондентов, проживающих в Армении постоянно, с респондентами, проживающими в Армении с временными интервалами.

Этническое мировосприятие и самосознание молодёжи включает в себе наибольший потенциал для дальнейшего разви-

тия с помощью комплекса грамотно и профессионально построенных обучающих программ по развитию этнопсихологической компетентности [1].

Для изучения особенностей динамики изменения ценностей в группе русскоязычных армян, обучающихся на территории Армении, нами было проведено исследование со студентами Российско-Армянского (Славянского) университета, общим количеством 98 человек, с использованием ценностного опросника (ЦО) Шварца. В исследовании участвовали студенты бакалавриата и магистратуры, которые проживали определённый промежуток времени на территории РФ (по длительности проживания на территории РФ испытуемые были разделены на группы и были сопоставлены показатели у данных групп).

Студенты Российско-Армянского (Славянского) университета были выбраны не случайно, так как являются русскоязычными (это легло в основу нашей выборки) и в большинстве своём проживали в России определённое время. Исследуемые относятся к полиэтнической среде ввиду постоянного взаимодействия с двумя этносами, что накладывает свой отпечаток на формирование этнического самосознания. На основании длительности проживания в Армении исследуемые были разделены на 4 группы:

1. Студенты, постоянно проживающие в Армении с момента рождения.

2. Студенты, проживающие в Армении с временными интервалами.

3. Студенты, проживающие в Армении 5–10 лет.

4. Студенты, живущие в Армении менее 5 лет.

Выборка состояла из 51% испытуемых женского пола и 49% – мужского. Испытуемые также были разделены по значимому критерию, возрастному:

1. Ранняя юность – 18–21 год. В данную группу вошли 77,6% испытуемых.

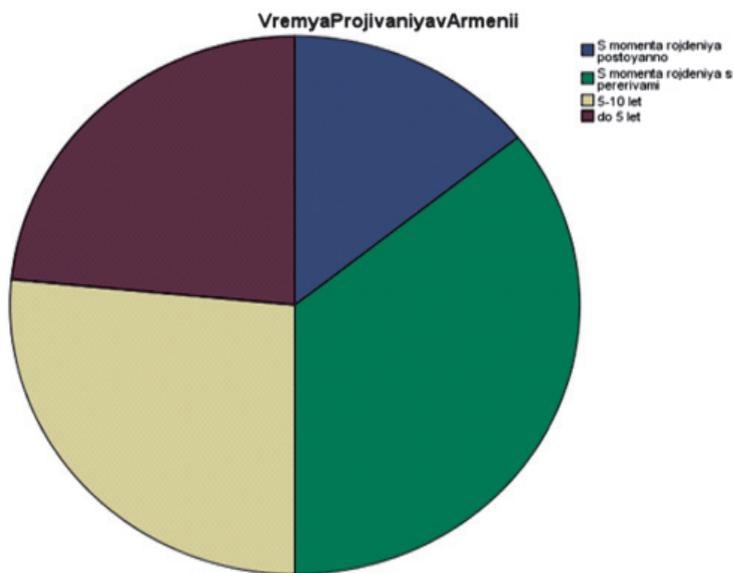
2. Поздняя юность – 21–25 лет. В эту группу вошли 22,4% респондентов. Среди испытуемых 55,1% обучались по гуманитарному профилю, а 44,9 – точным наукам. Данные показатели отражены в табл. 1.

Фактор длительности проживания в Армении послужил ведущим для дальнейшей обработки наших показателей и их сравнения на данном основании. Процентное соотношение исследуемых, относимых к одной из четырёх групп, отражено в диаграмме.

Таблица 1

**Результаты исследования респондентов  
по значимым показателям**

		Частота	Проценты
Пол	Женский	50	51%
	Мужской	48	49%
Возраст	Ранняя юность	76	77,6%
	Поздняя юность	22	22,4%
Время проживания в Армении	С момента рождения постоянно	14	14,3%
	С момента рождения с временными интервалами	35	35,7%
	От 5 до 10 лет	26	26,5%
	До 5 лет	23	23,5%
Профиль	Гуманитарный	54	55,1%
	Точные науки	44	44,9%
Общее		98	100%



*Диаграмма*

Были обработаны бланки ответов респондентов и выделены среднестатистические значения по 74 ценностям в зависимости от пола, возраста, профиля и длительности проживания в Армении. В результате была получена следующая картина:

1. Было выявлено, что наибольшую значимость для респондентов мужского пола являются следующие ценности:

А. «Уверенность в себе» – 6,58 % и «удовольствие» – 6,54 % (исключительно важные).

Б. «Смысл жизни» (5,91 %), «настоящая дружба» (5,9 %) являются очень важными для данных респондентов.

В. Наименее значимыми ценностями являются следующие: «подчиняющийся обстоятельствам» – 2,81 %, «власть» – 3,02 % и «равнодушные к мирским заботам» – 3,19 %.

У респондентов женского пола были выявлены следующие показатели:

А. «Удовольствие» (6,34 %), «безопасность семьи и близких» (6,23 %) являются исключительно важными для них.

Б. Очень важными оказались следующие ценности: «свобода» (6,00 %), «смысл жизни» (6,00 %), а также такие ценности, как «почитающий родителей» (5,96 %) и «здоровый» (5,95 %).

В. Менее всего были значимы для респондентов женского пола следующие ценности: «власть» – 2,78 %, «покорный» – 2,94 %, «избегающий крайностей» – 3,38 % и «кроткий» – 3,4 %.

Было отмечено, что существует некоторое совпадение между ответами респондентов мужского и женского полов, однако они не являются аналогичными.

2. У респондентов, которые были разделены на основании длительности проживания в Армении, «власть» имела одинаковую значимость для всех 4 групп (выступала как не очень важная ценность).

В табл. 2 выделены среднестатистические, минимальные и максимальные значения, а также стандартное отклонение в каждой группе отдельно.

Был проведён корреляционный анализ, на его основе получены следующие статистически достоверные результаты:

1. Между респондентами женского и мужского полов есть статистически достоверная связь, уровень значимости Sig (2-tailed) = 0,000, корреляция по Пирсону = 0,869, что говорит о высокой корреляции между данными группами.

2. У респондентов, проживающих в Армении постоянно, наличествует статистически достоверная связь с респондентами, проживающими в Армении продолжительный период, но с пере-

рывами, корреляция по Пирсону = 0,724 – высокий уровень корреляции. С респондентами, проживающими в Армении от 5 до 10 лет и до 5 лет, корреляция составляет всего 0,497, что является показателем довольно слабой связи между показателями данных групп.

Таблица 2

	№	Минимум	Максимум	Среднее	Стандартное отклонение
Мужской	74	2,8100	8,6458	4,704292	0,9592123
Женский	74	2,7800	10,1600	4,954791	1,0407797
18–21 лет	74	2,9342	8,5789	4,750254	0,9064062
22–25 лет	74	2,2000	24,9000	5,163514	2,4986064
Постоянно в Армении	74	0,4200	9,5700	4,968749	1,5100829
С перерывами	74	3,0571	6,5143	4,946469	0,7177567
От 5 до 10 лет	74	3,0000	7,3462	4,619964	0,8511645
До 5 лет в Армении	74	2,1700	19,4700	4,807539	2,1312322
Гуманитарный	74	3,00	9,43	4,7758	0,91731
Точные науки	74	2,8095	9,7619	4,891885	1,0746579
Valid N	74				

Гипотеза нашего исследования подтвердилась.

Психологическое сопровождение проблем, возникающих при нарушениях этнической идентичности человека, позволило бы решать задачи самого широкого спектра: адаптации, аккультурации, проблем межэтнического коммуникативного взаимодействия, этнической толерантности. Формирование и развитие этнического самосознания личности можно проводить в двух плоскостях: осмысления системы ценностей и представлений этноса и оценок этнокультурных и этнопсихологических особенностей своего этноса.

#### Библиографический список

1. Берберян А. С. Исследование этнокультурной идентичности российской и армянской студенческой молодежи // Этнос. Религия. Общество (в контексте межнациональных отношений). – Краснодар. – 2013. – С. 56–64.
2. Лебедева Н. М. Теоретико-методологические основы исследования этнической идентичности и толерантности в поликультурных регионах Рос-

- сии и СНГ // Идентичность и толерантность / под ред. Н. М. Лебедевой. – М. : Институт этнологии и антропологии РАН, 2002. – С. 10–34.
3. Лебедева Н. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. – М., 1999.
  4. Крысько В. Г., Саракуев Э. А. Введение в этнопсихологию. – М., 2001.
  5. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности. – М. : Смысл, 1998. – С. 103–122.
  6. Стефаненко Т. Г. Индивидуальные стратегии конструирования этнической идентичности // Идентичность и толерантность / под ред. Н. М. Лебедевой. – М. : Институт этнологии и антропологии РАН, 2002. – С. 35–48.
  7. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. – М., 2000.

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ КАТЕГОРИЙ «АДЫГЭХАБЗЭ» В СИСТЕМЕ ИДЕНТИФИКАЦИИ СТУДЕНТОВ-АДЫГОВ**

**Н. К. Джамирзе**

*Кандидат педагогических наук,  
доцент,*

**Ф. Ю. Басте**

*ассистент,  
Адыгейский государственный университет,  
г. Майкоп, Республика Адыгея, Россия*

---

**Summary.** The article deals with the Adygh students' value orientations, difficulties in shaping personality identity in a globalised world. The attention is paid to a positive influence of axiological ideas of «AdyghHabze» on the person's development.

**Keywords:** «AdyghHabze»; identity; transformation.

---

Россия на современном этапе стоит перед лицом множества новых вызовов и проблем, в числе которых и проблема российской социально-культурной идентичности. В многоэтнической и поликультурной России формирование национальной идентичности, означающее становление единой нации, – сложный, болезненный и противоречивый процесс, так как требует трансформации множества идентичностей. Новая ситуация порождает новые значения окружающей действительности, новые смыслы, которые не стыкуются с традиционными способами жизни. Общество своими нормативами сдерживает эти процессы, охраняя ядерные структуры образа мира и укрепившиеся способы жизни. Сегодня проявляются все признаки кризиса социума: кризис идентичности, потеря смыслов, отторжение традиционной системы ценностей. Ослабление ориентации на морально-этические традиции, соз-

данные народом на протяжении долгого культурно-исторического его развития, приводит к духовному унижению народа. Этому способствуют и изменения в ценностной сфере общества. Происходящий в обществе системный кризис является толчком для конфликта и переоценки ценностей, а это влечёт безразличное отношение молодёжи к этническим и общечеловеческим ценностям.

Сложность определения собственной идентичности в глобализирующемся мире состоит в том, что человеку, с одной стороны, присуще осознание своей этнической принадлежности как основное базисное определение, с другой стороны, ему узко в рамках своего этноса. Он не может воспитываться только на своих локальных традициях и ценностях, игнорируя достижения мировой культуры, не воспринимая общемировые ценности и знания. Это указывает на антиномичность этнической идентичности в современном мире.

Социальные изменения во всех обществах, как известно, происходят на различных уровнях «социокультурного поля»:

- 1) идей и идеологий;
- 2) норм и ценностей;
- 3) взаимодействий и организационных связей;
- 4) интересов и статусов [1].

Под ценностями принято понимать идеи, явления и их свойства, необходимые или полезные обществу, личности, включая идеи и побуждения в качестве целей и идеалов. Ценности детерминированы существующей социальной системой потребностей.

У современных студентов, в том числе адыгов, произошла смена ценностных ориентаций: сегодня их отличают агрессивность поведения, с одной стороны, а с другой – социальная инфантильность. Вместо юношеского максимализма – трезвый расчёт, высокая коммуникативность заменилась отчуждённостью от общества. Разрушаются традиционные системы ценностных ориентаций и считают их «устаревшими». Результаты нашего анкетирования, проведённого на втором курсе факультета адыгской филологии и культурологии АГУ, показывают, что приоритетной ценностью для студентов является материальное благополучие. У студентов деградирует трудовое сознание в сторону зарабатывания денег любой ценой. При ранжировании ценностей на первом месте у них оказались «удача и везение», на втором месте – «умение дружить с «нужными» людьми в своих целях», тогда как «трудолюбие, самостоятельность» на последних местах. Среди студентов часто отмечаются такие формы аномального поведения, как пьянство, азартные игры, интимные внебрачные связи.

Студенты высказываются, что лучше поступиться своим достоинством, но достичь благополучия, чем быть гордым и бедным. Нам представляется, что основными критериями кризисного развития этносов является потеря их основных функций: адаптации, защиты и интеграции. Трансформация ценностей происходит ускоренными темпами. Резко усиливается социальная стратификация (по этническому критерию и материальной обеспеченности). Данное явление переживается людьми как кризис ценностей и идеалов. Возрастает число неопределённых социальных ситуаций в обществе и отсутствуют нормативные предписания относительно деятельности. Расширяется число репертуарных социальных норм, которые очень часто противоречивы. Отсутствуют внешние ориентиры социального самоопределения. Очень важно сейчас общественности, государству определить идеалы, иерархию духовных ценностей, ориентировать молодёжь на гармонизацию отношений с собой и с окружающим миром. Необходимо создание социокультурного пространства учебного заведения, способствующего формированию этнокультурного потенциала личности каждого студента и естественности его проявления.

Содержание нравственного воспитания несёт в себе целевую направленность (идеал), закреплённую в официальные выражения педагогической политики государства. Нравственное воспитание, как элемент общечеловеческой культуры, помогает личности в её адаптации к современному миру. На наш взгляд, большую роль в деле воспитания адыгской молодёжи могут сыграть нравственно-этические законы «Адыгэхабзэ», который является устным памятником культуры. В своём историческом развитии он отразил общность мировоззренческих принципов и спроектировал такую модель поведения, которой надо придерживаться любому адыгу, желающему сохранить связь с предками. Нравственные законы «Адыгэхабзэ» впитали в себя лучшие качества характера адыгского народа, для которого высокие этические принципы всегда были нормой поведения [2]. Необходимо человеку отыскать оптимальный баланс меры соотношения общечеловеческих и этнокультурных ценностей. Следование всем культурным заповедям «Адыгэхабзэ» требует от личности постоянного самоконтроля, осознания каждого своего шага, так как нравственные и культурные императивы мало автоматизируются, с трудом превращаются в привычку. Чтобы превратиться в устойчивую доминантную черту характера, эти заповеди должны подвергаться длительным закрепляющим повторениям с помощью волевого усилия.

Таким образом, необходимо проектирование содержания образования путём интеграции ценностей национальных культур в общую и профессиональную подготовку студентов. Формирование личности происходит под влиянием социокультурного пространства. Поэтому имеют значение не только наличие ценностей, но и механизмы их передачи, освоения, сохранения. Эти «механизмы» должны работать на:

- 1) ориентацию на гуманистические ценности национальной культуры;
- 2) содействие формированию основ духовной культуры студента;
- 3) содействие формированию национального самосознания;
- 4) создание обстановки доброжелательности в поликультурной среде учебного заведения как необходимого условия самореализации личности.

#### Библиографический список

1. Абульханова-Славская К. А. Предисловие // Бытие и сознание. Человек и мир. – СПб. : Питер, 2008.
2. Тхагапсоев Х. Г. Кавказская культура: особенности генезиса и тенденции развития : монография. – СПб. : Астерион, 2008.

## АКТУАЛИЗАЦИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Г. С. Степанова

*Кандидат психологических наук,  
доцент,  
Воронежский государственный педагогический  
университет, г. Воронеж, Россия*

---

**Summary.** The article investigates the importance of ethnic self-consciousness, ethnic identity, ethnocultural «ego» as the necessary personal and professional features of the modern young people, particularly students of teacher training institutes. The author discusses social conditions for actualization, draws historical parallels of the ethnic identity mobilization when the society is facing challenging times. It is demonstrated that education is still an important condition for the ethnic identity actualization, and simulation of a psychological tool for the phenomenon formation in the course of academic activity, as well as consideration of age peculiarities of students' personality development are the effective educational technologies.

**Keywords:** ethnic self-consciousness; ethnic identity; ethnocultural «ego»; ontogenesis; reflection; communicatory skills; ethnocultural images.

---

Исследование этнической идентичности и её неоднозначной роли в общественном развитии (интегрирующей, индивидуа-

лизирующей, развивающей, конфликтогенной) осуществляется сегодня во многих областях гуманитарного знания: философии, социологии, истории, педагогике, психологии, культурологии и др. В последнее время исследование этнической идентичности становится актуальным в связи с разработкой проблемы социального капитала, взаимосвязи культуры и экономического прогресса. Всё больше внимания уделяется связи культурных измерений (ценностей, ментальных моделей, социальных представлений) с показателями социально-экономического развития, физического и психического здоровья популяции, продолжительности жизни, субъективным ощущением благополучия и счастья [5]. В психологии проблема этнической идентичности актуальна также с точки зрения идеи интеграции российского общества на основе конструирования единой национальной идентичности.

Необходимо отметить, что эта проблема не является прерогативой современности. Известны исторические периоды в России, например вторая половина XIX – начало XX века, когда актуальность проблемы была обусловлена возможностью социальной мобилизации на основе единой идентичности в ситуациях, когда мощные кризисные явления угрожали существованию российской государственности и целостности Российской империи. Так, А. В. Матвеев отмечает, что в условиях острых внешних и внутренних социально-политических ситуаций в это время наблюдалась тенденция к актуализации именно этнического компонента русской идентичности, хотя вне таких ситуаций этничность не являлась главной содержательной стороной «русскости». Главными национальными «маркерами» были православие и преданность самодержавию [6]. При этом среди таких официальных, мобилизующих этничность каналов, как государство, церковь, пресса, большое значение придавалось образованию. Следует обратить внимание, что использование мобилизационного ресурса образования в конце XIX – начале XX века было также направлено на актуализацию русской идентичности. Укрепление любви к Родине, преданности Отечеству и Престолу становится главной воспитательной целью, в частности курса истории уже в начальных гимназических классах. Программа старших классов предусматривала формирование представления об историческом пути развития русского народа. Причём формируемый образ русского народа, или образ «Мы» состоял как из позитивных, так и негативных характеристик, что говорит о формировании самокритичной рефлексии и объективно являлось условием, движущей

силой саморазвития. Исследование этнической идентичности русских является самостоятельной проблемой. Русские в России составляют большинство. От того, как чувствует, как ощущает себя национальное большинство, зависит будущее. А от того, как определяет себя в этническом плане молодое поколение – тройне зависит будущее. То, какой видит себя этническая общность, имеет большое значение как для неё самой, так и для всех тех, кто с ней взаимодействует. Уверенность в своей собственной позитивной групповой идентичности – основание и гарант для уважения других этнических групп.

В современной социальной реальности с особой остротой встаёт проблема становления личности молодого человека, будущего интеллигента, в частности, будущего педагога, основная цель деятельности которого – адаптировать растущего человека к меняющейся социокультурной действительности. Для успешной исторической динамики общества необходима идентификация ряда поколений друг с другом. Педагог как представитель старшего поколения играет ключевую роль в передаче этнокультурного опыта и этнокультурных ценностей подрастающему поколению, способствуя интеграции учащегося в сложную структуру современного, стремительно меняющегося полиэтничного российского общества. Не подвергается сомнению, что педагог должен в максимальной степени обладать современным, прогрессивным, социо- и этнокультурным опытом. Проведённое нами исследование соответствия этнокультурных установок учителей и старшеклассников показывает, что реализация важнейшей задачи – гармонизации взаимоотношений учащихся и изменяющегося социокультурного окружения требует более активного, по сравнению с сегодняшним днём, включения педагогов в современный социо- и этнокультурный контекст и большего соответствия самих учителей требованиям изменяющегося общества [11].

Исходя из вышесказанного, обозначается проблема потребности в эффективной подготовке будущих педагогов к деятельности в условиях поликультурного образования и разработке технологий этого процесса.

В прикладных психолого-педагогических исследованиях достаточно широко обсуждается важность формирования готовности, умения будущих учителей работать в полиэтничной среде. Отмечаются трудности в формировании у будущих педагогов таких умений, как способность к самоопределению в культуре, педагогический такт и соблюдение традиционных национальных

норм этикета. Можно сказать, что наименьшей динамике подвергаются глубинные, психологические структуры, или осознание себя включённым в культуру, осознание состояния культуры и отношения к ней. Фактически не происходит актуализации этнического самосознания, не обнаруживает себя этническая идентичность. На наш взгляд, основной причиной указанных трудностей в подготовке будущих учителей являлось недостаточное использование потенциала учебной деятельности. Осуществлялось лишь расширение и углубление знаний об этническом своеобразии, особенностях как своей, так и других культур. А это способствует в основном просвещению в этнокультурной области. При этом практически не затрагивались личностные структуры.

Современные авторы усматривают различие в понятиях этнической идентичности и этнического самосознания в зависимости от включённости в них бессознательного элемента. В идентичности бессознательное представлено в большей степени, т. к. она формируется на ранних этапах онтогенеза под влиянием ряда факторов: семьи, культурной среды, фольклора. Этническое самосознание – это углубленная рефлексия по поводу своей этнической принадлежности. Мы будем использовать оба понятия как отражающие две стороны одного феномена – этничность человека и степень её осознания. Кроме того, так как степень осознания своей этнокультурной принадлежности отражается как на групповом, так и личностном уровнях, рабочей категорией настоящего исследования является также понятие этнокультурного «Я». Под ним мы понимаем осознанное отнесение себя к определённому этносу с личностным принятием его психологических характеристик, норм, ценностей, личностной рефлексией по поводу достижений и неудач общности, а также индивидуальной ответственностью за состояние и сохранение национальной культуры [3].

Этническая идентичность, в силу своей природы, может по-разному стимулировать социальное поведение. При межнациональном общении в полиэтничной среде потенциал идентичности выше, чем в мононациональной, но не всегда реализуется. При этом в силу глубинности, значимости этнического знания и его иррациональной природы этническая идентичность подвержена стихийной, нерегулируемой динамике и обладает сильнейшим эмоциональным потенциалом. Результатом актуализации может быть как пробуждение интереса к истории, особенностям своей и других культур, так и националистические настроения, и межнациональные конфликты. Кроме того, процесс

актуализации этнической идентичности и вне межэтнических контактов в силу её механизма формирования (в результате сравнения, противопоставления, идентификации) может сопровождаться усилением этноцентрических тенденций, явлениями межэтнической интолерантности.

Проанализированные выше положительные и отрицательные стороны актуализации этнической идентичности ставят проблему регулирования этого процесса в учебной деятельности или создания условий, способствующих проявлению положительных и предупреждению негативных последствий.

Эмпирическое исследование, направленное на достижение этих задач, было организовано нами в рамках учебной деятельности со студентами Воронежского педагогического университета и Старооскольского филиала Воронежского экономико-правового института. Экспериментальная группа составила 270 человек (150 чел. – на первом этапе и 120 чел. – на втором) – студентов младших курсов различных факультетов. Преобладающее число испытуемых отнесло себя к русской национальности, что объясняется этнодемографической спецификой регионов. В качестве конкретных условий были выбраны лекционно-семинарские занятия по курсу «Этнопсихология» и «Психология межнационального общения», разработанные автором и содержательно адекватные проблеме. Содержание этих курсов позволило нам смоделировать не столько ситуацию межэтнических контактов, сколько ситуацию межкультурного сравнения и противопоставления.

Стратегия обучения, направленная на актуализацию этнической идентичности, заключалась, прежде всего, в том, что в рамках учебного процесса создавались условия, которые позволяли студенту последовательно пройти путь от приобретения этнокультурных знаний к осознанию их личностной значимости и далее – к формированию потребности в их дальнейшем углублении. Регулирование ситуации межкультурного сравнения и как его продолжения – противопоставления достигалось с помощью организации содержательной стороны учебных дисциплин, которая позволила избежать антагонистического, этноцентристского противопоставления познавательных структур «Мы» – «Они». Содержательная сторона учебных курсов выстраивалась в соответствии с этапами формирования этнической идентичности. Логика изложения шла от анализа особенностей национального характера, привычек, особенностей различных культур с исследованием их глубинных исторических детерминант к анализу

особенностей русской культуры также с уточнением исторических и религиозных детерминант. И затем в рамках семинарских занятий осуществлялось «погружение» или переход на уровень этнокультурного «Я». Такая стратегия соответствует стратегии формирования этнической идентичности в онтогенезе: известно, что вначале в сознании формируется представление о «других» или образ «Они», затем в результате сравнения и противопоставления появляется представление о своей общности или чувство «Мы» и далее происходит идентификация или формируется этнокультурное «Я» [8; 10].

В результате созданных условий в процессе учебной деятельности были достигнуты значительные изменения в осознании студентами важности этнокультурных проблем. При этом студенты констатировали расширение сферы самосознания и эмоциональную значимость этнокультурного знания, как о других культурах, так и о себе, а так же демонстрировали установки на межэтническое общение на основе равноправного партнёрства. В частности, если в начале исследования этноним (как показатель актуализированной этнической идентичности), или самоназвание «Я – русский» встречался только у 7,5% студентов экспериментальной группы (диагностика проводилась с помощью методики Куна-Макпартленда), то при повторном опросе этноним был обнаружен у 33,8% студентов. При этом студенты обнаружили также гражданскую идентичность: у 11,2% (при первоначальных 5,5%) опрошенных студентов встречались ответы «Я – россиянин» или «Я – гражданин России». Но динамика этнической идентичности и степень преемственности образов «Мы» и «Я» оказалась меньшей по сравнению с ожидаемой, что объясняется, на наш взгляд, недостаточностью создаваемых нами условий. Недостаточны были условия для процессов глубокой рефлексии или самопознания. Студенты анализировали в большей степени такие категории, как «Они» и «Мы», в результате чего была достигнута большая завершённость этих образов. В меньшей степени студенты анализировали категорию «Я – как представитель культуры», в результате чего не произошло полной актуализации этого образа. Если определять условия, которые мы вводили для актуализации этнической идентичности как обучающую программу, то по классификации Л. Колса, активно разрабатывающего в США обучающие программы для подготовки индивидов к межкультурному взаимодействию, она относится к типу «Просвещение», цель которой – приобретение знаний как

о своей, так и других культурах. Эффективность такой программы не очень высока, т. к. она строится на абстрактном знании и на пассивной форме обучения. Более эффективной формой, по мнению, например, Г. Триандиса является тренинговая [13].

Поиск условий, необходимых для более эффективной актуализации этнической идентичности и этнокультурного «Я», привёл к выводу о больших возможностях в этом плане интерактивных техник учебной деятельности, в рамках которых возможно реализовать достаточно широкий диапазон воздействий. На втором этапе нашего исследования была разработана и внедрена в учебный процесс совместно с И. Ю. Кадацких [3] комплексная обучающая программа «Этнический мир человека», включающая в себя наряду с лекционными и семинарско-практическими занятиями тренинговую серию, в частности «Тренинг личностного роста», семинар-тренинг «Основы коммуникативной компетентности» и этнокультурный тренинг. Такая последовательность обусловлена описанной выше и апробированной стратегией учебной деятельности, в рамках которой моделировался естественный механизм формирования этнической идентичности, позволяющий предупредить явления этнокультурной интолерантности, этноцентризма, ксенофобии. Кроме того, тренинговые серии были организованы на основе предположения, что слабая актуализация этнокультурного «Я» связана с общим уровнем развития личности студентов, низкими коммуникативными и рефлексивными навыками, а также рядом психологических защит, что подтвердилось наблюдением за студентами во время опроса. Так, например, при описании наиболее типичных особенностей своего этноса, большая часть студентов не переносила характеристики уровня «Мы русские» на уровень «Я русский», особенно если это касалось негативных автостереотипов. Такие особенности были проинтерпретированы нами отчасти как возрастные («Я» – концепция ещё окончательно не сложилась), отчасти как следствие недостаточно организованных условий учебной деятельности. Кроме того, в этом процессе могли сыграть роль защитные механизмы личности, например, потребность сохранить положительный образ «Я». На наш взгляд, для актуализации этнокультурного «Я» необходимо в большей степени создавать на практических и семинарских занятиях проблемные ситуации, требующие глубокого самоанализа, конфликта выбора, борьбы мотивов, которые бы способствовали разрушению старых стереотипов и позволяли по новому взглянуть на себя. Необходимость

этого подтверждается фактами корреляции актуализированной этнической идентичности на уровне личностного «Я» у части студентов с более активной социальной, гражданской позицией, с общественно направленными ценностями.

Для подтверждения гипотезы, что одним из условий актуализации этнической идентичности и этнокультурного «Я» является создание условий для личностного роста, был организован и проведён в экспериментальной группе «Тренинг личностного роста». За основу были взяты тренинговые программы, разработанные А. С. Прутченковым, И. В. Стишеном И. В. Шевцовой, В. А. Чикер и др. [7; 12; 15], и адаптированные в соответствии с задачами исследования. Целью тренинга личностного роста явилось развитие умений самоанализа, освоение приёмов и способов самораскрытия, преодоление психологических барьеров, мешающих самовыражению, приобретение навыков групповой работы. Проведение первого занятия-тренинга позволило нам отметить у студентов отсутствие навыков рефлексии и проблемы в общении. Исходя из полученных наблюдений и запроса самих учащихся, был организован следующий этап работы по формированию способности к рефлексии, навыков эффективного общения, в рамках семинара-тренинга «Основы коммуникативной компетенции». Основу тренинга составили программы, предложенные Н. Н. Васильевым, М. Л. Митрофановой, Н. Ю. Хрящевой [1; 2]. Данный тренинг должен был способствовать выработке способности к рефлексии, формированию позитивного «Я-образа». Проведение предыдущих тренингов подготовило, на наш взгляд, студентов к адекватному восприятию этнокультурного тренинга, направленного главным образом на осознание себя представителем своего этноса и культуры, преодоление этноцентрической позиции, формирование предпосылок психологического взаимопонимания в ситуации межкультурных коммуникаций. В основу тренинга были положены разработки С. Д. Гуриевой, М. Кипнис, Н. М. Лебедевой, Л. Г. Почебут, Т. Г. Стефаненко [4; 13; 14], адаптированные к целям и задачам нашего исследования. Программа тренинга, прежде всего, акцентировала внимание на осознании студентами самих себя как представителей этноса, т. е. актуализировала этнокультурное «Я». Обучение шло поэтапно: от анализа различий между культурами, к выработке способностей к межкультурным контактам, к осознанию ценностей своей культуры и себя как представителя своего этноса. В данной модели обучения важным является положение о том, что сталкиваясь

с другими ценностями, обычаями, культурой, человек лучше познаёт и понимает самого себя. Непременным условием для этого, как мы уже указывали выше, мы считаем достаточно высокий уровень личностного роста и навык рефлексии.

Повторное исследование по завершении обучающей программы особенностей выраженности этнонима (самоназвания «Я – русский») с помощью методики Куна – Макпартленда выявило, что среди студентов экспериментальной группы 67% обнаружили этноним в структуре самосознания (в начале реализации программы – 8,5%). В контрольной группе динамика этнического самосознания произошла в меньшей степени – лишь 13,5% студентов указали свою этническую принадлежность при повторной диагностике.

Данные, полученные в ходе диагностики, подтвердили тенденцию к формированию положительного, целостного образа «Мы – русские», «Я – русский». В сочинениях на тему «Я и Россия», которые после проведения тренинговой серии писали студенты, преобладающими стали высказывания по поводу того, что «этническая проблематика стала по-настоящему актуальной, интересной». Один студент писал, что «впервые осознал себя русским и испытал чувство гордости», а другой – что «все нации, народы, этносы имеют право на самоопределение, все равны». «Интересно познавать себя», «Я как русский человек испытываю чувство гордости за свой народ», «Я – русская в душе, я – христианка», «Я – патриот своей страны», «Я счастлива, что я – русская!», «Я очень добрая, гостеприимная, трудолюбивая, отзывчивая, ответственная, весёлая, душевная, как и весь русский народ», и т. д. – пишут в своих сочинениях студенты.

Многие отметили, что у России сейчас «белая полоса», «есть чем гордиться в настоящем – достижениями в спорте, науке», «мы – самые передовые». Также возлагаются большие надежды на будущее – «Россия вернёт себе былое величие». Качественный анализ сочинений показал, что студенты испытывают чувство гордости за свой народ, его победы, достижения и открытия, богатство культуры, русской души, духовность. Опрошенные студенты считают себя ответственными за будущее страны, своих детей, за возрождение и сохранение лучших традиций этноса. «От меня зависит, где мы будем жить завтра», «Я буду прилагать усилия, чтобы Россия вновь стала непобедимой и великой страной» – эти цитаты, свидетельствуют о тенденции к выработке активной гражданской позиции.

Таким образом, результатом нашей экспериментальной работы стала актуализация этнической идентичности, этнокультурного «Я» и в целом личностный рост студентов. Признаками актуализации этнокультурного «Я» в структуре самосознания личности студенческой молодёжи явилось усиление его положительной направленности, что проявилось в увеличении частоты появления этнонима, в уточнении автостереотипа (увеличении положительных и снижении доли противоречивых стереотипов). Студенты обнаружили более высокую степень совпадений этнокультурных характеристик на уровне «Мы-образа» и «Я-образа», а также усиление способности к их рефлексии.

На основании эмпирического исследования можно констатировать общую закономерность: наименее поддающимся регулирующему воздействию является уровень этнокультурного «Я». У почти половины выборки не произошло слияния этнокультурного «Мы» и этнокультурного «Я», что характеризует состояние этноса, и говорит о том, что значительная часть опрошенных нами студентов не интегрирована в национальную культуру и не чувствует на индивидуальном уровне ответственности за её состояние.

Полученные результаты исследования подтверждают важность дальнейшего изучения процесса актуализации этнического самосознания, идентичности и этнокультурного «Я» студентов в целом и студентов – будущих педагогов. Они показывают приоритетные направления, например, обращение студентов (через формирование у них этнокультурного «Я») к современной культурно-исторической ситуации в России, осознанию своих возможностей в её изменении и ответственности за сохранение культурной самобытности и передачу культурного наследия подрастающему поколению.

Организованная в соответствии с определённой стратегией учебная деятельность в вузе располагает значительными мобилизационными возможностями в реализации этих приоритетных проектов.

#### Библиографический список

1. Бука Т. Л., Митрофанова М. Л. Пособие психологического тренинга в группе : учеб. пособие. – М. : Издательство Института психотерапии, 2005.
2. Васильев Н. Н. Тренинг профессиональных коммуникаций в психологической практике. – СПб. : Речь, 2005.
3. Кадацких И. Ю., Степанова Г. С. Особенности этнокультурного «Я» в структуре самосознания формирующейся личности. – Воронеж, 2010.
4. Кипнис М. Тренинг межкультурных отношений . – Ч. 1, 2. – М. : Ось-89, 2006.
5. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Культура как фактор общественного прогресса. – М., 2009.

6. Матвеев А. В. Мобилизация русской идентичности в конце XIX – начале XX веков: на материалах Вологодской губернии : автореф. дис. ... канд. истор. наук. – М., 2011.
7. Прутченков А. С. Трудное восхождение к себе : метод. разработки и сценарии занятий социально-психологических тренингов. – М., 1995.
8. Романова О. Л. Развитие этнической идентичности у детей и подростков : дис. ... канд. психол. наук. – М., 1996.
9. Сидоренко Е. В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. – СПб. : Речь, 2004 .
10. Снежкова И. А. К проблеме изучения этнического самосознания у детей и юношества // Советская этнография. – 1982. – № 1. – С. 80–88.
11. Степанова Г. С. Отражение этнокультурных установок учителей в самосознании старшеклассников // Акмеология. – 2011. – № 3. – С. 203–206.
12. Стишенок И. В. Тренинг уверенности в себе: развитие и реализация новых возможностей. – СПб. : Речь, 2006.
13. Стефаненко Т. Г. Методы исследования этнических стереотипов // Т. Г. Стефаненко, В. И Шлягина. Методы этнопсихологического исследования. – МГУ, 1993. – С. 3–17.
14. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология. – М. : Аспект-пресс, 2006.
15. Чикер В. А. 18 программ тренингов: Руководство для профессионалов. – СПб. : Речь, 2007.

## НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПОДВИЖНЫЕ ИГРЫ В СТРУКТУРЕ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ВОСПИТАНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

А. Л. Григорян

*Кандидат педагогических наук,  
доцент,  
Российско-армянский (Славянский) университет,  
г. Ереван, Армения*

---

**Summary.** In this article we study the national motion games, which at different stages of historical development of human society, served as a means of self-knowledge, spiritual and physical education, recreation and entertainment etc. We have shown the feasibility of the selection and substantiation the application of any national motion games in the education process. Revealed that from a scientific point of view it is necessary to determine the functional role and the importance of forming each game separately.

**Keywords:** national motion games; physical education; personality; abilities; skills.

---

На разных этапах исторического развития человеческого общества подвижные игры служили как средство самопознания, духовного и физического воспитания, отдыха и развле-

чений и т. д. Целесообразность их применения с точки зрения этнокультурной идентичности различных возрастных групп населения чрезвычайно актуальна и на текущем этапе развития общества. И не случайно, что специалисты из разных областей науки: истории, этнографии, педагогики, психологии, теории и методики физического воспитания и т. д., продолжают изучать особенности подвижных игр различных народов в контексте их формирующей функции для социума, организма человека и личности. Значение национальных игр не ограничивается только эффективностью их использования в системе воспитания и воздействия на здоровый образ жизни.

Современные общественные трансформации и изменения ценностных ориентаций подрастающего поколения выдвигают особые требования к организации и оптимизации процесса физического воспитания на всех этапах образования, в том числе и высшего образования молодёжи. Результаты теоретического анализа в этом аспекте показали, что один из путей решения данной проблемы связывается с внедрением модифицированных форм и методов физического воспитания, основанных на этнокультурных ценностях конкретного региона. В области физической культуры и спорта в этой связи участились публикации о целесообразности применения национальных подвижных игр в системе физического воспитания подрастающего поколения. В ряде научно-методических работ последних лет показана целесообразность их использования не только на начальных этапах обучения (дошкольный и школьный возраст) для развития отдельных физических способностей, но и на этапах комплексного совершенствования двигательных способностей (юношеский и молодёжный возраст) [10, с. 75; 3, с. 10–18; 8, с. 85 и др.].

С психологической точки зрения следует отметить, что, в отличие от традиционных спортивных игр, подвижные игры характеризуются широтой самостоятельных творческих решений, свободой действий, активностью воображения, необходимостью межличностного взаимодействия и т. п. Это обусловлено этническими особенностями национальных игр, где условия (т. е. правила) имеют добровольный, а содержание (сюжет, замысел, темы) – творческий и произвольный характер.

Л. П. Матвеев отмечает, что в методическом аспекте подвижные игры являются одним из важнейших педагогических средств физического воспитания [10, с. 75]. С их помощью можно осуществить успешно подготовку к специализированным занятиям по

многим видам спорта (лёгкой атлетике, гимнастике, плаванию, спортивным играм и т. д.). Здесь можно добавить и возможность параллельного внедрения этих игр в качестве сопутствующих методов, как направленных на совершенствование физических качеств, так и воздействующих на развитие этнической и личностной идентичности.

Всеобщая глобализация и изменения системы ценностных ориентаций на современном этапе развития общества значительно усложнили процесс этнического самоопределения молодёжи. Решение данной проблемы ряд авторов [4, 5, 7] видит в необходимости внедрения национальных средств и методов воспитания, при соответствующей модернизации и адаптации их к процессу образования. Данная идея подкрепляется результатами научно-методических работ в области физического воспитания и спортивной науки [6, 9, 11, 12 и др.].

В этом аспекте в сокровищнице культурного наследия армянского народа накоплено огромное разнообразие подвижных и спортивных игр. Большой вклад в сборе, описании и анализе национальных подвижных игр внесли труды В. Бдояна [2, т. 1–3] и К. П. Атояна [1, ч. 1]. Анализ трудов вышеуказанных авторов показал, что подвижные игры, как часть национальной культуры, отражают материальные и духовные ценности как армянского народа, так и созвучны с общечеловеческими ценностями. Национальным играм различных народов свойственна гуманистическая сущность, которая отражена в их правилах, во взаимоотношениях участников, оценке результата, форме публичного представления, обрядах и традициях.

Отметим также, что большинство из них имеет широкий возрастной диапазон применения и с их помощью можно успешно решить:

- образовательные задачи (формирование и закрепление двигательных умений и навыков);
- воспитательные задачи (воспитание физических и морально-волевых качеств);
- оздоровительные задачи (укрепление здоровья человека и обеспечение нормального развития организма человека).

Вместе с тем, проблема оценки современной значимости и использования национальных подвижных игр пока остаётся вне поля зрения управленцев и специалистов области образования. Одной из причин недостаточного внимания к вопросам внедрения данных элементов национальной культуры в систе-

му физического воспитания является разрозненность подходов и отсутствие обобщённого опыта различных областей знания, т. е. междисциплинарного подхода (педагогике, социологии, психологии, культурологии и т. п.). Очевиден тот факт, что при внедрении национальных подвижных игр в образовательные программы молодёжи предусматривается адаптация к современным требованиям сюжета, правил и инвентаря, а также участников (студентов).

Для выбора и обоснованного применения тех или иных национальных подвижных игр в учебном процессе необходимо определить функциональную роль и формирующую значимость каждой игры в отдельности. Теоретический анализ выявил различные классификации игр по их определённым отличительным признакам. Так, например, В. Бдоян [2, т. 1] выделил шесть больших групп национальных игр:

- в первую группу включены игры, где все двигательные действия выполняются по круговой системе;
- во вторую группу вошли игры, где включены различные эстафеты, прыжки, преодоление препятствий;
- в третью группу включены игры с палками и др. предметами;
- в четвёртой группе – игры с мячом;
- в пятой группе – смешанные игры;
- в шестой группе – игры с военно-прикладным уклоном.

Рассмотрение данной классификации позволило охарактеризовать каждую группу в контексте основной функциональной направленности игр, а именно: первая – коммуникативная; вторая – эмоционально-волевая; третья – познавательная; четвёртая – координационная; пятая – общеразвивающая; шестая – патриотическая. Естественно, что эти группы игр имеют многие другие функциональные значения, среди которых особое место отводится развитию этнокультурной идентичности.

Кроме того, при внедрении национальных подвижных игр в систему физической подготовки и формирования двигательных умений и навыков немаловажное значение имеют: ясное понимание содержания сюжета, определение направленности физического воздействия, усвоение правил игры, а также определение места их применения в системе дошкольного, школьного и вузовского физического воспитания. Научно-методические исследования С. Погосян, К. Векиляна и Г. Гукасян [11, с. 45] в этом аспекте показали, что эффективность методики обучения национальным подвижным играм тесно связана с реализацией общих

дидактических принципов. При этом для чёткого планирования и успешной организации педагогического процесса, прежде всего, необходимо:

- осуществить отбор игр, обеспечивающих решение текущих образовательных задач соответствующей возрастной группы;
- адаптировать сюжет и правила игр к современным условиям и требованиям;
- подготовить краткое образное описание сюжета, цели и задач игр;
- подготовить соответствующий инвентарь;
- показать и предварительно обучить технике отдельных игровых приёмов и двигательных действий.

В целом национальные подвижные игры по своему сюжету и содержанию нацелены на:

- гармоничное развитие личности;
- развитие психологических и физических качеств;
- усвоение двигательных умений и навыков;
- формирование и совершенствование индивидуальных и командных технико-тактических двигательных действий;
- формирование навыков ориентирования и принятия быстрых решений в усложнённых условиях.

В заключение можно отметить, что проблема использования национальных подвижных игр в системе вузовского образования Республики Армения как в теоретическом, так и в методическом аспекте остаётся недостаточно разработанной. Национальные игры, в частности, подвижные игры, ценны как в педагогическом, так и в психологическом аспектах с точки зрения формирования национальной идентичности личности. Вместе с тем, анализ показал, что национальные подвижные игры могут служить эффективным средством физического воспитания. Причём их использование в системе вузовского образования может способствовать, в частности: оптимизации процесса физического образования юношей и девушек вузовского возраста; гуманизации современной системы физического воспитания на основе национальных культурных особенностей; внедрению социально значимых ценностей и сохранению национальных традиций. Необходимость вовлечённости подрастающего поколения в национальные подвижные игры обусловлена их влиянием на этническое самосознание личности, её самооценку, когнитивную, эмоциональную и коммуникативную сферы.

### Библиографический список

1. Атоян К. П. Древние истоки физической культуры и спорта в Армении. Ч. 1. – Ереван, 1985.
2. Бдоян В. Армянские национальные игры. Т. 1, 2, 3. – Ереван : Луйс, 1983.
3. Богуславская З. М., Смирнов Е. О. Развивающие игры для детей дошкольного возраста. – М., Сборник научных работ РАО, 1991 г. – С. 10–18.
4. Голощанов Б. Р. История физической культуры и спорта : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений. – М. : Издат. центр «Академия», 2001. – 312 с.
5. Дусавицкий А. К. Развитие личности в учебной деятельности. – М. : Дом педагогики, 1996. – 208 с.
6. Ерощенко Ю. А. Подвижные игры в системе физического воспитания. URL: [http://nsportal.ru/sites/default/files/2\\_012/2/rol\\_podvizhnyh\\_igr.doc](http://nsportal.ru/sites/default/files/2_012/2/rol_podvizhnyh_igr.doc).
7. Короев В. Т. Исследование эффективности применения национальных видов спорта, игр и упражнений для рационализации системы физического воспитания школьников Осетии : автореф. дис. канд. пед. наук. – JL, 1975. – 25 с.
8. Кочетов А. И. Теория формирования личности. В 2 ч. – Мн. : НИО, 1997, 1998. – ч. 1. – 200 с.; ч. 2. – 228 с.
9. Лаврентьев В. В. Значение игры в работе с детьми. Детские подвижные игры // Начальная школа. – 1999. – № 5. – С. 84–87.
10. Литвинова И. Н. Детские народные подвижные игры. – М. : Владос, 1995. – 89 с.
11. Матвеев Л. П. Теория и методика физической культуры : учеб. пособие. – М. : Фис, 1991. – С. 73.
12. Погосян С., Векилян К., Гукасян Г. Национальные подвижные игры в процессе физического воспитания школьников // В ж-ле «Манкажар-жугтюн». – Ереван, 2010/5, – С. 45.
13. Самоловов Н. А. Использование народных подвижных игр в физическом воспитании учащихся начальных классов в национальной школе северного региона : автореф. дис. – М. : 2003. – 23 с.
14. Физическая культура студента : учеб. / под ред. В. И. Ильинича. – М. : Гардарики, 2001. – 448 с.

**План международных конференций, проводимых вузами  
России, Азербайджана, Армении, Болгарии, Белоруссии,  
Ирана, Казахстана, Польши, Узбекистана, Украины и Чехии  
на базе НИЦ «Социосфера» в 2014 году**

20–21 октября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция  
**«Трансформация духовно-нравственных процессов в современном обществе»** (К-10.20.14)

25–26 октября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция  
**«Социально-экономическое, социально-политическое и социокультурное развитие регионов»** (К-10.25.14)

28–29 октября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция  
**«Социализация и воспитание подростков и молодежи в институтах общего и профессионального образования: теория и практика, содержание и технологии»** (К-10.28.14)

1–2 ноября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция  
**«Религия – наука – общество: проблемы и перспективы взаимодействия»** (К-11.01.14)

3–4 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция  
**«Профессионализм учителя в информационном обществе: проблемы формирования и совершенствования»** (К-11.03.14)

5–6 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция  
**«Актуальные вопросы социальных исследований и социальной работы»** (К-11.05.14)

10–11 ноября 2014 г.

III международная научно-практическая конференция  
**«Дошкольное образование в стране и мире: исторический опыт, состояние и перспективы»** (К-11.10.14)

15–16 ноября 2014 г.

II международная научно-практическая конференция  
**«Проблемы развития личности»** (К-11.15.14)

20–21 ноября 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция  
**«Подготовка конкурентоспособного специалиста как цель современного образования»** (К-11.20.14)

25–26 ноября 2014 г.

III международная научно-практическая конференция  
**«История, языки и культуры славянских народов: от истоков к грядущему»** (К-11.25.14)

1–2 декабря 2014 г.

IV международная научно-практическая конференция  
**«Практика коммуникативного поведения в социально-гуманитарных исследованиях»** (К-12.01.14)

3–4 декабря 2014 г.

Международная научно-практическая конференция  
**«Проблемы и перспективы развития экономики и управления»** (К-12.03.14)

5–6 декабря 2014 г.

III международная научно-практическая конференция  
**«Актуальные вопросы теории и практики лингвострановедческой лексикографии»** (К-12.05.14)

7–8 декабря 2014 г.

Международная научно-практическая конференция  
**«Безопасность человека и общества»** (К-12.07.14)

**Plan of the international conferences organized by Universities  
of Russia, Armenia, Azerbaijan, Belarus, Bulgaria,  
Iran, Kazakhstan, Poland, Uzbekistan, Ukraine  
and Czech Republic on the basis  
of the SPC «Sociosphere» in 2014**

October 20–21, 2014.

II international scientific conference

**«Transformation of spiritual and moral processes in modern society» (K-10.20.14)**

October 25–26, 2014.

IV international scientific conference

**«Socio-economic, sociopolitical and sociocultural development of regions» (K-10.25.14)**

October 28–29, 2014.

II international scientific conference

**«Socialization and education of teenagers and youth in institutes of the general and professional education: theory and practice, contents and technologies» (K-10.28.14)**

November 1–2, 2014.

IV international scientific conference

**«Religion – science – society: problems and prospects of interaction» (K-11.01.14)**

November 3–4, 2014.

II international scientific conference

**«Professionalism of a teacher in the information society: formation and problems of improvement» (K-11.03.14)**

November 5–6, 2014.

II international scientific conference

**«Current issues of social researches and social work» (K-11.05.14)**

November 10–11, 2014.

III international scientific conference

**«Preschool education in a country and the world: historical experience, state and prospects» (K-11.10.14)**

November 15–16, 2014.

II international scientific conference

**«Problems of development of a personality» (K-11.15.14)**

November 20–21, 2014.

IV international scientific conference

**«Preparing a competitive specialist as a purpose of modern education» (K-11.20.14)**

November 25–26, 2014.

III international scientific conference

**«History, languages and cultures of the Slavic peoples: from origins to the future» (K-11.25.14)**

December 1–2, 2014.

IV international scientific conference

**«Practice of communicative behavior in social and humanitarian researches» (K-12.01.14)**

December 3–4, 2014.

II international scientific conference

**«Problems and prospects of development of economy and management» (K-12.03.14)**

December 5–6, 2014.

III international scientific conference

**«Current issues of the theory and practice of lingvo cross-cultural lexicography» (K-12.05.14)**

December 7–8, 2014.

International scientific conference

**«Safety of a person and society» (K-12.07.14)**

## ИНФОРМАЦИЯ О ЖУРНАЛАХ «СОЦИОСФЕРА» И «PARADIGMATA POZNÁNÍ»

Научно-методический и теоретический журнал «Социосфера» (ISSN 2078-7081) публикует научные статьи и методические разработки занятий и дополнительных мероприятий по социально-гуманитарным дисциплинам для профессиональной и общеобразовательной школы. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Принимаются материалы по философии, социологии, истории, культурологии, искусствоведению, филологии, психологии, педагогике, праву, экономике и другим социально-гуманитарным направлениям.

Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на русском и английском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещаются на сайте НИЦ «Социосфера», а также на сайтах Электронной научной библиотеки и Directory of open access journals.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Наука.
- В помощь преподавателю.
- В помощь учителю.
- В помощь соискателю.

Периодичность выпуска – 6 раз в год (февраль, апрель, июнь, август, октябрь, декабрь).

**Главный редактор** – **Б. А. Дорошин**, кандидат исторических наук, доцент.

### *Редакционная коллегия*

**Дорошина Илона Геннадьевна**, кандидат психологических наук, доцент (ответственный за выпуск); **Антипов Михаил Александрович**, кандидат философских наук, доцент; **Белолипецкий Владимир Викторович**, кандидат исторических наук, доцент; **Ефимова Диана Валерьевна**, кандидат психологических наук, доцент; **Кушаев Умиджон Рахимович**, кандидат философских наук; **Саратовцева Надежда Валентиновна**, кандидат педагогических наук, доцент.

### *Международный редакционный совет*

**Арабаджийски Николай**, PhD., профессор (экономика – София, Болгария), **Берберян Ася Суреновна**, доктор психологических наук, профессор (Ереван, Армения), **Большакова Алла Юрьевна**, доктор филологических наук, (Москва, Россия), **Волков Сергей Николаевич**, доктор философских наук, профессор (Пенза, Россия), **Голандам Араш Карим**, доцент (филология – Решт, Иран), **Гончаров Вадим Николаевич**, доктор философских наук, доцент (Ставрополь, Россия), **Гринин Леонид Ефимович**, доктор философских наук, академик РАЕН (Волгоград, Россия), **Исламов Захиджан Махмудович**, доктор филологических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), **Кашпарова Ева**, PhD. (социология – Прага, Чехия), **Кондрашин Виктор Викторович**, доктор исторических наук, профессор (Пенза, Россия), **Минияров Валерий Максимович**, доктор педагогических наук, профессор (Самара, Россия), **Мохначева Марина Петровна**, доктор исторических наук, профессор (Москва, Россия), **Насимов Мурат Орленбаевич**, кандидат политических наук, (г. Кызылорда, Казахстан), **Сапик Мирослав**, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), **Сердобинцева Елена Николаевна**, доктор филологических наук, профессор (Пенза, Россия), **Танцошова Джудита**, PhD. профессор (экономика – Братислава, Словакия), **Христова Наталия Цветанова**, PhD., профессор (история – София, Болгария), **Хрусталькова Наталья Александровна**, доктор педагогических наук, профессор (Пенза, Россия), **Цибак Любош**, PhD., MBA (экономика – Братислава, Словакия).

Чешский научный журнал **Paradigmata poznání** (Парадигмы познания) (ISSN 2336-2642) публикует научные статьи, теоретические обзоры и результаты эмпирических исследований, отзывы на книги, статьи, диссертации, рецензии, отчеты о научных мероприятиях по социально-гуманитарным, техническим и естественно-научным дисциплинам. Тематика журнала охватывает широкий спектр проблем. Статьи рассматриваются редакционной коллегией и могут быть отклонены. Статьи проверяются на отсутствие плагиата.

Журнал приглашает к сотрудничеству российских и зарубежных авторов и принимает для опубликования материалы на чешском, английском и русском языках. Полнотекстовые версии всех номеров журнала размещают на сайте НИЦ «Социосфера»

<http://sociosphera.com>, а также на сайте Электронной научной библиотеки по адресу <http://elibrary.ru>, что обеспечит нашим авторам возможность повысить свой индекс цитирования.

Содержание журнала включает следующие разделы:

- Теория и анализ.
- Эмпирические и прикладные исследования.
- Обзоры, рецензии и отзывы.
- Научная жизнь.

Периодичность выпуска – 4 номера в год (февраль, май, август, ноябрь).

**Главный редактор** – **Дорошина Илона Геннадьевна**, кандидат психологических наук, доцент, заместитель главного редактора – **Кушаев Умиджон Рахимович**, кандидат философских наук.

#### *Международная редакционная коллегия*

**Абдуллаев Равшан Вахидович**, доктор экономических наук, профессор (Ташкент, Узбекистан), **Бойцов Виктор**, DrSc., профессор (информационные системы – Рига, Латвия), **Бушина Филип**, PhD., MBA (экономика – Колин, Чехия), **Вернигора Александр Николаевич**, кандидат биологических наук, доцент (Пенза, Россия), **Девярых Сергей Юрьевич**, кандидат психологических наук, доцент (Витебск, Беларусь), **Замаровский Петер**, RNDr. (естественные науки – Прага, Чехия), **Ивановска Божена**, PhD. (социология – Варшава, Польша), **Кашпарова Ева**, PhD. (социология – Прага, Чехия), **Крейчова Ленка**, PhD. (психология – Прага, Чехия), **Кобец Петр Николаевич**, доктор юридических наук, профессор (Москва, Россия), **Коротаев Андрей Витальевич**, доктор исторических наук, профессор (Москва, Россия), **Кэмп Марианне**, PhD., доцент, (история – Вайоминг, США), **Лидяк Ян**, PhD., профессор (международные отношения – Колин, Чехия), **Митюков Николай Витальевич**, доктор технических наук, профессор (Ижевск, Россия), **Сапик Мирослав**, PhD., доцент (философия – Колин, Чехия), **Сигмунд Томаш**, PhD. (философия – Прага, Чехия), **Сзуппе Мария**, PhD. (история – Иври-сюр-Сен, Франция), **Танцошова Джудита**, PhD., профессор (экономика – Братислава, Словакия), **Хаджкова Ванда**, DrPaed., доцент (педагогика – Прага, Чехия), **Хайруллина Нурсафа Гафуровна**, доктор социологических наук, профессор (Тюмень, Россия).

## **Требования к оформлению материалов, отправляемых в журналы «Социосфера» и «Paradigmata poznání»**

Материалы представляются в электронном виде на e-mail [sociosphere@yandex.ru](mailto:sociosphere@yandex.ru). Каждая статья должна иметь УДК (см. [www.vak-journal.ru/spravochnikudc/](http://www.vak-journal.ru/spravochnikudc/); [www.jscc.ru/informat/grnti/index.shtml](http://www.jscc.ru/informat/grnti/index.shtml)). Формат страницы А4 (210×297 мм). Поля: верхнее, нижнее и правое – 2 см, левое – 3 см; интервал полуторный; отступ – 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman, стиль – Обычный. Название печатается прописными буквами, шрифт жирный, выравнивание по центру. На второй строчке печатаются инициалы и фамилия автора(ов), выравнивание по центру. На третьей строчке – полное название организации, город, страна, выравнивание по центру. В статьях методического характера следует указать дисциплину и специальность учащихся, для которых эти материалы разработаны. После пропущенной строки печатается название на английском языке. На следующей строке фамилия авторов на английском. Далее название организации, город и страна на английском языке. После пропущенной строки следует аннотация (3–4 предложения) и ключевые слова на английском языке. После пропущенной строки печатается текст статьи. Графики, рисунки, таблицы вставляются, как внедренный объект должны входить в общий объем тезисов. Номера библиографических ссылок в тексте даются в квадратных скобках, а их список – в конце текста со сплошной нумерацией. Ссылки расставляются вручную. Объем представляемого к публикации материала (сообщения, статьи) может составлять 4–25 страниц. Заявка располагается после текста статьи и не учитывается при подсчете объема публикации.

Имя файла, отправляемого по e-mail,  
для журнала «Социосфера»

соответствует фамилии и инициалам первого автора, например: **Петров ИВ** или **German P**. Оплаченная квитанция присылается в отсканированном виде и должна называться, соответственно **Петров ИВ квитанция** или **German P receipt**.

для журнала «Paradigmata poznání»

файл со статьей – **PP-Петров ИВ** или **PP-German P**, квитанция – **PP-Петров ИВ квитанция** или **PP-German P receipt**.

Материалы должны быть подготовлены в текстовом редакторе Microsoft Word, тщательно выверены и отредактированы.

Стоимость публикации в журналах составляет **200** рублей за 1 страницу («Социосфера») или **250** рублей за 1 страницу

(«Paradigmata poznání»). Выпущенная в свет статья предусматривает выдачу одного авторского экземпляра. Дополнительные экземпляры (в случае соавторства) могут быть выкуплены в необходимом количестве из расчета 200 руб. («Социосфера») или 250 рублей («Paradigmata poznání») за один экземпляр.

### **INFORMATION ABOUT THE JOURNALS «SOCIOSPHERE» AND «PARADIGMATA POZNÁNÍ»**

Methodological and theoretical journal «Sociosphere» (ISSN 2078-7081) publishes scientific articles and methodological books for lessons and complementary activities at social-humanitarian disciplines for professional and comprehensive schools. Themes of journal cover a wide range of problems. Materials about philosophy, sociology, history, culturology, study of art, philology, psychology, pedagogy, law, economics and other social-humanitarian areas are accepted.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosphera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru> and also on the website of Directory of open access journals at <http://www.doaj.org>.

The content of journal has following parts:

- Science.
- In the help to a higher school teacher.
- In the help to a teacher.
- In the help to a competitor.

Periodicity of journal – 6 issues in a year (February, April, June, August, October, December).

**Editor-in-Chief – Boris Doroshin**, Candidate of Historical Sciences, assistant professor.

#### *Editorial board*

**Ilna G. Doroshina**, Candidate of Psychological Sciences, assistant professor (responsible for release), **Michail A. Antipov**, Candidate of Philosophical Sciences, assistant professor, **Vladimar V. Belolipeckiy**, Candidate of Historical Sciences, assistant professor, **Diana V. Efimova**, Candidate of Psychological Sciences, assistant

professor, **Umidjon R. Kushaev**, Candidate of Philosophical Sciences, **Nadezhda V. Saratovceva**, Candidate of Pedagogical Sciences, assistant professor.

*International editorial council*

**Nikolay Arabadzhiiski, Ph.D**, professor (Economics – Sofia, Bulgaria); **Alla Yu. Bolshakova**, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia); **Asya S. Berberyan**, Doctor of Psychological Sciences, professor (Erevan, Armenia); **Sergey N. Volkov**, Doctor of Philosophy, professor (Penza, Russia); **Arash K. Golandam**, assistant professor (Philology – Rasht, Iran); **Vadim N. Goncharov**, Doctor of Philosophy, assistant professor (Stavropol, Russia); **Leonid E. Grinin**, Doctor of Philosophy, academician of RANS (Volgograd, Russia); **Zahidzhan M. Islamov**, Doctor of Philological Sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan); **Eva Kashparova**, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic); **Natalia Ts. Khristova**, Ph.D, professor (History – Sofifi a, Bulgaria); **Viktor V. Kondrashin**, Doctor of Historical Sciences, professor (Penza, Russia); **Valeriy M. Miniyarov**, Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Samara, Russia); **Marina P. Mokhnacheva**, Doctor of Historical Sciences, professor (Moscow, Russia); **Murat O. Nasimov**, Candidate of Political Sciences (Kyzylorda, Kazakhstan); **Miroslav Sapik**, Ph.D, assistant professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic); **Elena N. Serdobintseva**, Doctor of Philological Sciences, professor (Moscow, Russia); **Judita Tancoshova**, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia); **Natalia A. Hrustalkova**, Doctor of Pedagogical Sciences, professor (Penza, Russia); **Lubosh Cibak**, Ph.D, MBA (Economics – Bratislava, Slovakia).

Science journal «**Paradigmata poznání**» (ISSN 2336-2642) publishes research papers, theoretical surveys and results of empirical studies, reviews for books, articles, dissertations, reviews, reports about scientific events at social-humanitarian, technical and natural-scientific disciplines. Themes of journal cover a wide range of problems. Articles are considered by the editorial board and may be rejected. Articles are checked for plagiarism.

The journal invites to cooperation Russian and foreign authors and accepts materials in Russian and English languages for publication. Full-text versions of all issues of journal will be placed on the website of Scientific Publishing Center «Sociosphere» <http://sociosphera.com> and on the website of Electronic research library at <http://elibrary.ru>, it will give our authors the opportunity to raise their index of quotation.

The index of quotation is accepted in scientific world measure of paper «significance» of some scientist. The size of index is defined by the quantity of links on this paper (or surname) in other sources. In world practice the index of quotation is not only advisable, but it's the necessary criteria to evaluate the professional level of professors and teaching personnel.

The content of journal has following parts:

- Theory and analyses.
- Empirical and applied studies.
- Surveys, reviews and comments.
- Science life.

Periodicity of journal – 4 issues in a year (February, May, August, November).

**Editor-in-Chief – Ilona G. Doroshina**, candidate of psychological sciences, assistant professor. **Deputy Editor-in-Chief – Umidjon R. Kushaev**, Ph.D. (philosophy).

#### *International editorial board*

**Ravshan V. Abdullayev**, doctor of economic sciences, professor (Tashkent, Uzbekistan), **Victor Boicov**, DrSc., professor (Information Systems – Riga, Latvia), **Phillip Bushina**, Ph.D., MBA (Economics – Colin, Czech Republic), **Aleksandr N. Vernigora**, candidate of biological sciences, assistant professor (Penza, Russia), **Sergey Yu. Devyatych**, candidate of psychological sciences, assistant professor (Vitebsk, Belarus), **Bozhena Ivanovska**, Ph.D. (Sociology – Warsaw, Poland), **Vanda Hajkova**, DrPaed., associate professor (Education – Prague, Czech Republic), **Eva Kashparova**, Ph.D. (Sociology – Prague, Czech Republic), **Nursafa G. Khayrulina**, doctor of sociological sciences, professor (Tyumen, Russia), **Lenka Krejcova**, Ph.D. (Psychology – Prague, Czech Republic), **Petr N. Kobets**, doctor of law, professor (Moscow, Russia), **Andrey V. Korotayev**, doctor of history, professor (Moscow, Russia), **Marianne Kamp**, Ph.D, associate professor (History – Wyoming, USA), **Jan Lidyak**, Ph.D. professor (Political science – Colin, Czech Republic), **Nikolay V. Mityukov**, doctor of technical sciences, professor (Izhevsk, Russia), **Miroslav Sapik**, Ph.D. associate professor (Philosophy – Kolin, Czech Republic), **Tomash Sigmund**, Ph.D. (Philosophy – Prague, Czech Republic), **Mariya Szuppe**, Ph.D. (History – Ivry-sur-Seine, France), **Judita Tancoshova**, Ph.D, professor (Economics – Bratislava, Slovakia), **Peter Zamarovsky**, RNDr. (Nature Sciences – Prague, Czech Republic).

## **Guidelines for publications sent to the journals «Sociosphere» and «Paradigmata poznání»**

Articles are to be sent in electronic format to e-mail: [sociosphere@yandex.ru](mailto:sociosphere@yandex.ru) or [sociosfera@seznam.cz](mailto:sociosfera@seznam.cz). Each article should have a UDC. Page format: A4 (210×297 mm). Margins: top, bottom, right – 2 cm, left – 3 cm. The text should be typed in 14 point font Times New Roman, 1.5 spaced, indented line – 1.25, Normal style. The title is typed in bold capital letters; central alignment. The second line comprises the initials and the family name of the author(s); central alignment. The third line comprises the name of the organization, city, country; central alignment. The methodical articles should indicate discipline and specialization of students for which these materials are developed. After a blank line the name of the article in English is printed. On the next line the name of the authors in English is printed. Next line name of the work place, city and country in English. After one line space comes the abstract in English (3–4 sentences) and a list of keywords in English. The text itself is typed after one line space. Graphs, figures, charts are included in the body of the article and count in its total volume. References should be given in square brackets. Bibliography comes after the text as a numbered list, in alphabetical order, one item per number. References should be inserted manually. Footnotes are not acceptable. The size of the article is 4–25 pages. The registration form is placed after the text of the article and is not included in its total volume.

The name of the file

*for the journal «Sociosphere»* – family name and initials of the first author, for example: **German P**. The payment confirmation should be scanned and e-mailed, it should be entitled, for example **German P receipt**.

*for the journal «Paradigmata poznání»* – the file with an article – **PP-German P**, the payment confirmation – **PP-German P receipt**.

Materials should be prepared in Microsoft Word, thoroughly proof-read and edited.

The publication fee is 4.5 € per page («Sociosphere») or 5.5 € per page («Paradigmata poznání»). Participants will receive one copy of the journal per article. In case of co-authorship, additional copies can be bought for 4.5 € per copy («Sociosphere») or 5.5 € per copy («Paradigmata poznání»).

**Образец оформления статьи для журналов  
«Социосфера» и «Paradigmata poznání»**

**Sample of articles for journals «Sociosphere»  
and «Paradigmata poznání»**

**Культура г. Семиреченска в XIX Веке**

**И. И. Иванов, кандидат исторических наук, доцент,**

**В. В. Петров, аспирант**

**Семиреченский институт экономики и права, г. Семиреченск,**

**N-ский край, Россия**

**Culture in Semirechensk in the XIX century**

**I. I. Ivanov, candidate of historical sciences, assistant professor,**

**V. V. Petrov, postgraduate student**

**Semirechensk Institute of Economics and Law, Semirechensk,**

**N-sk region, Russia**

**Summary.** This article observes the periodicals of Semirechensk as written historical sources for its socio-economical history. Complex of publications in these periodicals are systematized depending on the latitude coverage and depth of analysis is described in these problems.

**Keywords:** local history; socio-economic history; periodicals.

Некоторые аспекты социально-экономического развития г. Семиреченска в XVIII–XIX вв. получили достаточно широкое освещение в местных периодических изданиях. В связи с этим представляется актуальным произвести обобщение и систематизацию всех сохранившихся в них публикаций по данной проблематике. Неко-

торую часть из них включил в источниковую базу своего исследования Г. В. Нефедов [2, с. 7–8]. ...

### Библиографический список

1. Богданов К. Ф. Из архивной старины. Материалы для истории местного края // Семиреченские ведомости. – 1911. – № 95.
2. Нефедов Г. В. Город-крепость Семиреченск. – М. : Издательство «Наука», 1979.
3. Рубанов А. Л. Очерки по истории Семиреченского края // История г. Семиреченска. URL: <http://semirechensk-history.ru/ocherki> (дата обращения: 20.04.2011).
4. Семенихин Р. С. Семиреченск // Города России. Словарь-справочник. В 3-х т. / гл. ред. Т. П. Петров – СПб. : Новая энциклопедия, 1991. – Т. 3. – С. 67–68.
5. Johnson P. Local history in the Russian Empire, the post-reform period. – New York : H-Studies, 2001. – 230 p.

### Сведения об авторе

Фамилия

Имя

Отчество

Ученая степень, специальность

Ученое звание

Место работы

Должность

Домашний адрес

Домашний или сотовый телефон

E-mail

Научные интересы

Согласен с публикацией статьи на сайте до выхода журнала из печати? **Да/нет** (оставить нужное)

## ИЗДАТЕЛЬСКИЕ УСЛУГИ НИЦ «СОЦИОСФЕРА» – VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFĚRA-CZ»

Научно-издательский центр «Социосфера» приглашает к сотрудничеству всех желающих подготовить и издать книги и брошюры любого вида:

- ✓ учебные пособия,
- ✓ авторефераты,
- ✓ диссертации,
- ✓ монографии,
- ✓ книги стихов и прозы и др.

Книги могут быть изданы в Чехии.

(в выходных данных издания будет значиться –  
**Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»**  
или в России

(в выходных данных издания будет значиться –  
**Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»**)

Мы осуществляем следующие виды работ.

- редактирование и корректура текста (исправление орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок) – 50 рублей за 1 страницу \*;
- изготовление оригинал-макета – 30 рублей за 1 страницу;
- дизайн обложки – 500 рублей;
- печать тиража в типографии – по договоренности;
- данные виды работ могут быть осуществлены как отдельно, так и комплексно.

Полный пакет услуг «Премиум» включает:

- редактирование и корректуру текста,
- изготовление оригинал-макета,
- дизайн обложки,
- печать мягкой цветной обложки,
- печать тиража в типографии,
- присвоение ISBN,
- обязательная отсылка 5 экземпляров в ведущие библиотеки Чехии или 16 экземпляров в Российскую книжную палату,
- отсылка книг автору по почте.

Тираж	Цена в рублях за количество страниц				
	50 стр.	100 стр.	150 стр.	200 стр.	250 стр.
50 экз.	7900	12000	15800	19800	24000
100 экз.	10800	15700	20300	25200	30000
150 экз.	14000	20300	25800	32300	38200
200 экз.	17200	25000	31600	39500	46400

\* Формат страницы А4 (210×297 мм). Поля: левое – 3 см; остальные – 2 см; интервал 1,5; отступ 1,25; размер (кегель) – 14; тип – Times New Roman.

Тираж включает экземпляры, подлежащие обязательной отсылке в ведущие библиотеки Чехии (5 штук) или в Российскую книжную палату (16 штук).

Другие варианты будут рассмотрены в индивидуальном порядке.

**PUBLISHING SERVICES**  
**OF THE SCIENCE PUBLISHING CENTRE «SOCIOSPHERE» –**  
**VĚDECKO VYDAVATELSKÉ CENTRUM «SOCIOSFÉRA-CZ»**

The science publishing centre «Sociosphere» offers co-operation to everybody in preparing and publishing books and brochures of any kind:

- ✓ training manuals,
- ✓ autoabstracts,
- ✓ dissertations,
- ✓ monographs,
- ✓ books of poetry and prose, etc.

Books may be published in the Czech Republic.  
 (in the output of the publication will be registered)

**Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»**

or in Russia

(in the output of the publication will be registered)

**Пенза: Научно-издательский центр «Социосфера»**

We carry out the following activities.

- editing and proofreading of the Russian text (correct spelling, punctuation and stylistic errors) – 1,1 € per 1 page\*;
- making an artwork – 0,7 € per 1 page;
- cover design – 11,1 €;
- print circulation in typography is by arrangement;
- these types of work can be carried out individually or in a complex.

«Premium» package includes:

- editing and proofreading of the text,
- production of an artwork,
- cover design,
- printing coloured flexicover,
- printing copies in printing office,
- ISBN assignment,
- delivery of required copies to the Russian Central Institute of Bibliography or leading libraries of Czech Republic,
- sending books to the author in Russia by the post.

Quantity	Price in € for the number of pages				
	50 pages	100 pages	150 pages	200 pages	250 pages
<b>50 copies</b>	176	267	351	440	533
<b>100 copies</b>	240	349	451	560	667
<b>150 copies</b>	311	451	573	718	849
<b>200 copies</b>	382	556	702	878	1031

\* Page size A4 (210 x 297 mm). Margins: left-3 cm, the others – 2 cm; 1.5 spacing; indentation 1.25; size (font size)-14; type-Times New Roman.

Circulation includes copies, which are obligatory delivered to the leading libraries of the Czech Republic (5 items) or to Russian Central Institute of Bibliography (16 items).

Other options will be considered on an individual basis.

Science Publishing Center «Sociosphere-CZ»  
Russian-Armenian (Slavic) State University  
Kuban State University  
Kuban State Technological University  
Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation

**Ethnocultural identity as a strategic resource of consciousness  
of society in the conditions of globalization**

Materials of the II international scientific conference  
on September 28–29, 2014

Editor – V. V. Myakota  
Corrector – J. V. Kuznetsova  
The original layout – G. A. Kulakova  
Cover design – Yu. N. Bannikova

Signed in print 14.10.2014. 60×84/16 format.  
Writing white paper. Publisher's sheets 4,37.  
100 copies.

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», s.r.o.:  
U dálnice 815/6, 155 00, Praha 5 – Stodůlky, Česká republika.  
Tel. +420608343967,  
web site: <http://sociosfera.com>,  
e-mail: [sociosfera@seznam.cz](mailto:sociosfera@seznam.cz)