

*Кауненко И.И.,
доктор психологии, доцент,
старший научный сотрудник Центра Этнологии
Института Культурного Наследия Академии Наук Республики Молдова*

ЭТНИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЁЖИ МОЛДАВАН РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА: СОЦИО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье анализируются эмпирические данные по этнической идентичности молодёжи молдаванам на современном этапе. При изучении этнических стереотипов было выявлено, что образ собственной этнической группы близок с группами — румын и русских. Аналогичные результаты были выявлены и при изучении культурной дистанции. Ценности, как компонент этнической идентичности, были изучены как на уровне культуры, так и на индивидуальном. Выявлено превалирование ценностей направленных на группу. Но ценности, выражающие интересы индивида выросли, в сравнении с выборкой 2006 г.

Ключевые слова: этническая идентичность, этнические стереотипы, ценности культуры, культурная дистанция, аффилиация.

На современном этапе проблема изучения социальной (этнической) идентичности разных возрастных групп является постоянным предметом изучения специалистов из совершенно разных областей — политологии, антропологии, возрастной, педагогической, этнической психологии, социологии и др. Изучение этнической идентичности молодёжи на современном этапе даёт возможность понимания прогноза вектора развития межэтнических отношений, и является основой для разработки адекватных программ для оптимизации межкультурной коммуникации. Но есть ещё один важный аспект, который касается успешной социализации молодого поколения в обществе — это взгляд на позитивную этническую идентичность как ресурс интеграции в современное общество, как основа социального капитала. Поэтому изучение процесса этнического самоопределения разных возрастных групп представляется нам актуальным, и востребованным практикой.

Целью нашего исследования было изучение этнической идентичности молодёжи. Данное исследование было повторным через четыре года, первое состоялось в 2006 г. *В своём исследовании мы исходили из того, что динамично изменяющиеся социальные условия в нашей стране будут оказывать влияние на структуру этнической идентичности молодёжи.* Изучение этнической

идентичности титульного этноса представляется нам актуальным, так как даёт *возможность понимания идентификационного процесса, в связи со сменой группой социального статуса.*

В связи с этим, нами была изучена структура этнической идентичности, под которой мы понимаем: *когнитивные и аффективные компоненты.* Когнитивный компонент включает: самоидентификацию (использование этнического «ярлыка» — этнонима), выделение оснований этнической идентичности, содержание авто- и гетеростереотипов, представления об особенностях собственной группы. Элементами аффективного компонента являются чувство принадлежности к этнической общности, выраженность этноцентризма, проявляющаяся в направленности этнических установок и этнических стереотипов, значимость членства в собственной этнической группе.

Выборка молодёжи составила 200 человек. Возраст и социальный статус — 18-25 лет, студенты. Регион — университеты г. Кишинёва. Период проведения — октябрь 2009 по апрель 2010. Выборка уравновешена по полу: 102 женщины, 98 мужчин.

Методический инструментарий: для исследования *этнических стереотипов* базовой методикой в нашем исследовании был «Диагностический тест отношений» (ДТО) [5]; изучение аффилиативных тенденций проводилось с помощью методической разработки «Этническая аффилиация» [5]; показателями *валентности этнической идентичности* являлись чувства, связанные с этничностью. Для исследования *системы этнических предпочтений* мы применили «Цветовой тест отношений». [2, с.139-142]. Для исследования *субъективной культурной дистанции* была применена «Шкала культурной дистанции» (разработанная в ИЭА РАН) Для исследования ценностной сферы нами была применена методика изучения ценностей личности Шварца [3]. Для изучения *восприятия* подростками и юношами *социальной ситуации* (стабильность-нестабильность; возможности адаптации к ней; построение прогноза собственного поведения) был применён опросник «Методика изучения восприятия подростками стабильности мира» [6].

Анализ результатов эмпирического исследования начнём с этнических стереотипов. В целом, по выборке студентов, этнические стереотипы положительные (таб.1).

Табл. 1.

Средние величины коэффициентов амбивалентности (А), выраженности (S), направленности (D – диагностический коэффициент) – взрослые

Вид оценки	A	S	D
Самооценка	0,60	0,24	0,203
Оценка Идеал	0,51	0,37	0,292
Автостереотип	0,66	0,10	0,087
Гетеростереотип русских	0,69	0,09	0,076
Гетеростереотип румын	0,69	0,10	0,082

Выявлен высокий уровень амбивалентности относительно своей и других групп. Наиболее низкий уровень амбивалентности зафиксирован по Идеалу, а так же он и наиболее эмоционально насыщен.

При изучении этнических стереотипов мы сопоставили автостереотипы молдавской молодёжи с образом «Я» для выявления значимости этнической компоненты на *личностном* уровне; образ «Я» с гетеростереотипом русских, румын так же для значимости другой группы на *личностном* уровне; сопоставили авто и гетеростереотипы румын, русских для выявления близости на *групповом* уровне. Результаты сопоставления выявили, что образ Я и автостереотип различаются ($p < 0,001$), значит этническая компонента не значима на *личностном* уровне. Сопоставление образа Я с гетеростереотипом румын, русских выявило значимые различия ($p < 0,001$).

Автостереотип молодёжи молдаван близок с гетеростереотипом румын, русских. То есть, это означает, что обе данные группы близки

титульному этносу. Это является интересной особенностью, так как видно в стереотипе титульного этноса культуры обеих групп причудливо переплелись.

Результаты сопоставления направленности (D) этнических стереотипов выявили, что на групповом уровне стереотипы молодёжи молдаван близки с этнической группой румын, русских. А на личностном уровне этническая переменная не значима, что свидетельствует о норме и отсутствия феноменом гипер или гипоиdentичности в целом по группе.

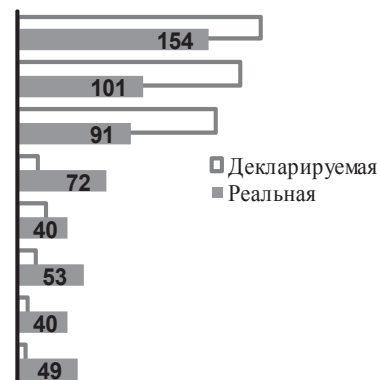
Частотный анализ этнических стереотипов выявил следующие особенности: у большинства респондентов сформирован позитивный этнический стереотип, т.е. положительный автостереотип и положительный гетеростереотип (русские) – 41%. Конфликтный стереотип по типу гиперидентичности выявлен у 11% респондентов (положительный автостереотип и отрицательный гетеростереотип (русские). Отрицательный этнический стереотип выявлен у 9% респондентов (отрицательный автостереотип и гетеростереотип (русские). Ассимиляционный тип (?) отрицательный автостереотип и положительный гетеростереотип (русские) – 12%. И последний тип этнического стереотипа – амбивалентный, когда автостереотип равен нулю – 17%.

В целом, хотя преобладают положительные этнические стереотипы у молодёжи, всё же такой разброс вариантов стереотипов требует отдельного анализа и по другим параметрам этнической идентичности. Так, с нашей точки зрения, такой разброс вариативности этнических стереотипов может свидетельствовать о серьезных трансформациях этнической идентичности титульного этноса. Так как социальный (этнический) стереотип рассматривается как образ социального объекта,

Табл. 2.

Иерархия этнических предпочтений молодёжи молдаван

Этническая группа	Реальная		Декларируемая	
	сумма выборов	ранг	сумма выборов	ранг
Молдаване	154	1	195	1
Русские	101	2	178	2
Украинцы	91	3	159	3
Евреи	72	4	17	5
Болгары	40	7,5	23	4
Поляки	53	5	14	6
Гагаузы	40	7,5	8	7
Цыгане	49	6	6	8



Коэффициент ранговой корреляции Спирмена равен 0,78.

а не просто как мнение об этом объекте, никак не обусловленное объективными характеристиками последнего и всецело зависящее от воспринимающего (стереотипизирующего) субъекта. [6, 7]. *Образ* это объективированное переживание. Это тот материал, из которого строится *групповая и общественная идеология* [7, с. 38] Поэтому особенности содержания и структурирования этнических стереотипов всегда являются одной из базовой основ для понимания групповой идеологии, этнической идентичности как на уровне группы, так и на индивидуальном.

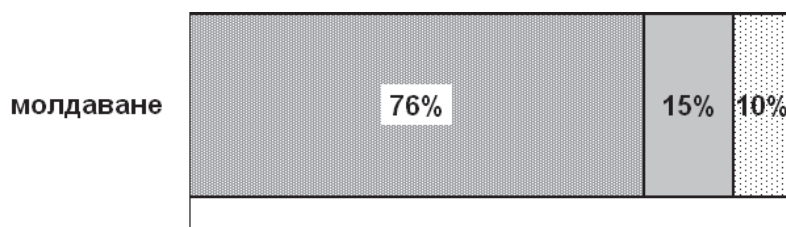
Изучение аффилиативных тенденций, т.е. стремление к групповой принадлежности, выявило значимое превалирование аффилиативных мотивов — 75%; антиаффилиативных — 10% и колеблющихся — 15%. Таким образом, *стремление к групповой принадлежности значительно выражено у молдаван молодёжи (рис.1)*.

Изучение иерархии этнических предпочтений выявило совпадение на сознательном и предсознательном уровнях, а также совпадение выборов собственной этнической группы. Ей принадлежит самый высокий ранг — первый. (рис.1)

Полное совпадение предпочтений реального и декларированного уровней выявлено по группе русских, украинцев. То есть, можно говорить об устойчивости, бесконфликтности иерархии этнических предпочтений. По остальным группам есть различия между декларируемой и реальной иерархией этнических предпочтений. Например, молодёжь молдаване болгар декларируют на чет-

вёртом месте, а реально они находятся на седьмом, доля его с гагаузами. Можно увидеть наибольшие несовпадения реальных и декларируемых предпочтений можно видеть по группе евреев, цыган, поляков, болгар, гагаузов. Реальное отношение лучше, чем декларируется, особенно у евреев. Относительно русских, украинцев можно сказать иначе — реальное отношение декларируется лучше, чем есть в реальности. Нам кажется, что здесь было бы интересно провести отдельное исследование по социальным представлениям относительно разных этнических групп Молдовы. В целом мы получаем картину иерархии этнических предпочтений титульного этноса молодёжи.

Изучение *культурной дистанции* является важным моментом понимания значимости не только близости отношений с той или иной этнической группой, но и для понимания значимости тех или иных этнических маркеров в настоящий период. Этнические маркеры не раз и навсегда застывшие категории, а подвижная система, которая отражает особенности идентификационных процессов, происходящие как внутри группы, так и вне ее. Изучение культурной близости к своей группе и другим этносам выявило, что наиболее значимыми маркерами для титульного этноса являются — *общее место жительства; обычаи, обряды, традиции; религия, общее историческое прошлое, язык*. По количеству выборов этнических маркеров, своей группе было отдано предпочтение, что в целом является нормой (таб. 3). Второй группой по культурной близости являются румыны — наибо-



■ Аффили. □ Колебл. ▨ Антиаффили.

Рис. 1. Аффилиативные тенденции

Табл. 3.

Культурная близость к этносам

Признак общности с этносом:	Этнос						
	Молдаване	Русские	Украинцы	Гагаузы	Болгары	Евреи	Румыны
- общее место жительства	42	13	12	18	12	9	14
- общее историческое прошлое	29	23	10	10	9	7	31
- язык	34	15	4	1	3	2	30
- религия	35	27	22	4	12	4	24
- обычаи, обряды, традиции	37	10	5	3	4	1	24
- внешний вид	29	18	15	8	6	7	15
- поведение, черты характера	28	14	8	2	3	5	13
- что-то другое	6	4	5	4	6	4	6
По выборке:	240	124	81	50	55	39	157

лее значимыми маркерами являются *общее место жительства; язык, религия, обычаи, обряды, традиции*. И третьей, наиболее близкой группой являются русские. Наиболее значимыми маркерами, сближающими с русскими являются *общее историческое прошлое, религия, внешний вид*. С украинцами сближает – *религия, внешний вид, общее место жительства*. С гагаузами наиболее значимыми маркерами являются *общее место жительства, общее историческое прошлое*; болгары - *общее место жительства, религия*. Наиболее далёкая культурная дистанция с евреями.

Как можно видеть, в целом по выборке, наиболее значимыми этническими маркерами для молодёжи молдаван, сближающими их с другими этническими группами являются *общее историческое прошлое, религия, общее место жительства*. Наиболее близкая культурная дистанция у титульного этноса с румынами, русскими, украинцами. Выявленные наиболее значимые этнические маркеры являются по существу категориями, консолидирующими наше поликультурное пространство.

Поэтому, есть смысл данным категориям уделить особое внимание в процессе поликультурного воспитания и формирования межэтнической толерантности.

Так же мы сравнили важность признака для своего и других этносов. Это давало нам возможность соотнести значимость этнических маркеров для своей группы и другой. В результате сравнения было выявлено, что наиболее значимым признаком, сближающим с другими группами являются *общее место жительства, общее историческое прошлое*. И, если для титульного этноса наиболее значимыми этническим маркерами является *общее место жительства*, и одинаково выражены – *религия, обычаи, обряды*, то с другими этническими группами в наибольшей

мере сближает – *религия, общее историческое прошлое*.

Следующим этапом исследования являлось изучение ценностной сферы титульного этноса на индивидуальном и групповом уровне. Для изучения ценностей молодёжи молдаван нами был применён опросник Шварца [2, 81-96].

В настоящее время, одним из самых разработанных теоретических и методических подходов изучения ценностей является теория культурных ценностных ориентаций Ш.Шварца[2, 81-96; 3]. Он разработал два подхода к изучению ценностей – индивидуальный и культурный. Мы в данной статье остановимся на *аспекте культурный*.

При анализе ценностей на уровне личностей (индивидуальных различий ценностей), единицей анализа выступает личность.

При анализе ценностей на уровне социальных культур, единицами анализа становятся социальные группы, и исследования характеризуют социальную культуру общества или группы людей, то, что является общим для всех представителей данной культуры.

Мы проанализируем результаты эмпирического исследования как в общем на уровне культуры, так и на индивидуальном уровне. Вначале мы дадим краткое описание каждого уровня анализа ценностей. Итак, опишем ценности на уровне культуры.

Культура рассматривается Ш.Шварцем как широкий комплекс смыслов, убеждений, символов, норм и ценностей, доминирующих среди людей в обществе, на которые они ориентируются в повседневном поведении.

Ш.Шварц выявил три основных оси измерения ценностей культуры и определил семь ценностных ориентаций, проявляющихся в той или иной мере во всех странах мира.

1. *Автономия – Включённость*. Ось характеризует психологическую природу границ между

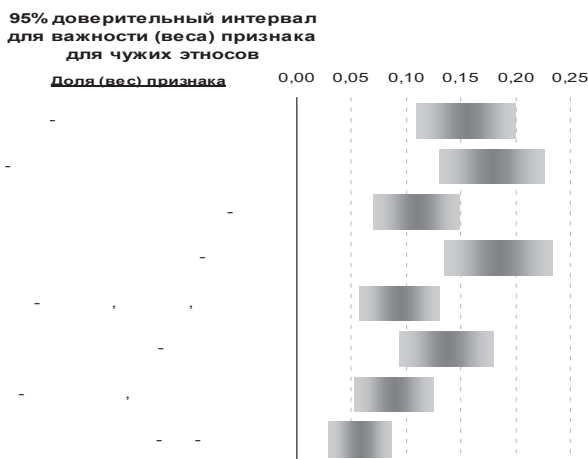


Рис. 2. Культурная близость к этносам в целом по выборке



Рис. 3. Важность признака до своего и других этносов

индивидом и группой. В какой мере люди автономны или, наоборот включены в группы.

2. *Равенство – Иерархи.* Важнейшая проблема общества – обеспечить ответственное социальное поведение, побуждать людей учитывать благополучие других и координировать с ними свои действия. Ценность «равенство» предполагает, что люди должны рассматривать других в качестве человеческих индивидов, морально равных и имеющих такие же базовые потребности. Ценность «иерархия» отражает иерархические системы предписанных ролей, которые обеспечивают ответственное поведение. Считается, что неравное распределение власти, ролей и ресурсов логично и разумно.

3. *Гармония – Овладение.* Данная ценность характеризует то, как люди регулируют свои отношения с миром природы и социальным миром. Ценность «гармония» подчёркивает необходимость быть в ладу с другими людьми и физическим окружением. «Овладение» предполагает противоположный взгляд общества на данную проблему. Поощряется активное самоутверждение, направленное на овладение природным и социальным окружением [4, 84-86]

Шварц выделил эти измерения, рассматривая три основные проблемы, с которыми сталкиваются все общества:

1. **Природа отношений между личностью и группой.** Шварц назвал полюса этого измерения **Автономией** и **Принадлежностью** (ранее – **Консерватизмом**). Шварц выделяет два вида автономии: *Интеллектуальная автономия (широта взглядов, любознательность, творчество)* и *Аффективная автономия (удовольствие, разнообразие, наслаждение)*. В культурах, основанных на ценностях **Принадлежности**, люди рассматриваются как принадлежащие коллективам. Важные ценности в таких культурах; *социальный порядок, уважение традиций, безопасность, долг, мудрость.*

2. **Обеспечение социально-ответственного поведения.** Полюса данного измерения **Равноправие - Иерархия. Равноправие** побуждает признать моральное равенство всех людей. Важные ценности: *равенство, социальная справедливость, ответственность, помощь и честность.* Альтернативный полюс – **Иерархия** основан на иерархической системе ролевых предписаний, обеспечивающих социально-ответственное поведение. Она считает неравное распределение власти, ролей и ресурсов легитимным, правильным, законным. Ценности: *социальная власть, авторитетность, подчинение и богатство.*

3. **Регулирование отношения людей к своему природному и социальному окружению.** Культур-

ное решение этой проблемы – **Гармония** – требует принимать мир таким, каким он есть, пытаться понять и оценить, а не изменить его. Важнейшие ценности в таких культурах – *мир на земле, единство с природой и защита окружающей среды.* Противоположный полюс – ценности **Мастерства.** В таких культурах поощряется активное самоутверждение, изменение природной и социальной среды. Ценности: *амбиции, успех, дерзость и компетентность.* Теория Шварца выделяет три биполярных измерения культуры, представляющие альтернативные решения каждой из трёх проблем, с которыми сталкиваются общества: **Принадлежность** против **Автономии**, **Иерархия** против **Равноправия**, **Мастерство** против **Гармонии**. [4, с.48-49]. Итак, перейдём к результатам эмпирического исследования ценностей на уровне культуры. Вначале мы выделили ценности наиболее значимые для молдаван среди молодёжи.

Табл. 4.

Наиболее предпочитаемые ценности молодёжи молдаван

	Ценности	М(ср. знач.)
1	Безопасность Семьи	6,38
2	Смысл Жизни	6,16
3	Мир Во Всём Мире	6,13
4	Уважающий Родителей и Старших	6,10
5	Здоровый	6,10
6	Чистоплотный	6,08
7	Свобода	6,07
8	Истинная Дружба	6,03
9	Вежливость	5,88
10	Самоуважение	5,88
11	Способный	5,87
12	Умный	5,83
13	Целеустремлённый	5,75

Как можно видеть, самыми значимыми ценностями являются ценности безопасности, коллективистические, такие как *уважающий родителей и старших, вежливость, чистоплотный.* Данные ценности относятся к блоку – **Включённость (Консерватизм)**. Так же, приоритетными являются ценности овладения, изменения окружающего мира, т.е.ценности индивидуалистические – *способный, свобода* (по Шварцу, это ценности **Интеллектуальной Автономии, Овладения (Мастерства)**). В целом, приоритетные ценности двух выборок студентов 2006 г. и 2009-2010 г. тождественны.

Если сравнить *отличия* в приоритетных ценностях студентов 2006 г., и настоящей выборки, то для студентов выборки 2006г, наиболее

приоритетними являються цінності — *зрелая любовь, успешность, наслаждение жизнью*. А для настоящей выборки студентов — *свобода, смысл жизни, самоуважение*.

Наименее приоритетными ценностями являются ценности, относящиеся к в своём большинстве к коллективным, т.е. направленным на группу — *авторитет, богатство, благочестивый, сдержанный, влиятельный, социальная сила* (по Шварцу они относятся к блокам **Иерархия, Включённость (Консерватизм)**).

Табл. 5.

Наименее предпочитаемы ценности
молодёжи молдаван

	Ценности	М(ср.знач.)
1	Принимающий жизнь	4,71
2	Авторитет	4,67
3	Скромный	4,62
4	Духовная Жизнь	4,59
5	Полезный	4,53
6	Богатство	4,49
7	Благочестивый	4,43
8	Чувство Принадлежности	4,32
9	Сдержанный	4,08
10	Единство С Природой	4,06
11	Влиятельный	3,84
12	Социальная Сила	3,20
13	Изменчивая Жизнь	3,02

Если сравнить выборки студентов 2006 г. и настоящую, то в целом ценности наименее значимые совпадают. *Различаются* по следующим наименее значимым ценностям — для студентов 2006 г. наименее значимы ценностями являются так же — *смелый, влиятельный, равенство, послушный*. А для настоящей выборки — *полезный, благочестивый, чувство принадлежности, сдержанный*.

Перейдём к анализу ценностей по блокам (таб. 6) Наиболее приоритетными ценностями являются ценности блоков — **Равенство (Равноправие), Овладение (Мастерство), Интеллектуальная автономия, Аффективная автономия**. Наименее значимым блоком ценностей являются ценности **Иерархии**. Если сравнить с выборкой студентов 2006 г., то практически по всем блокам есть значимый рост. Особенно по ценностям **Автономии, Равенству**. Так же произошёл рост по ценностям блока **Включённость (Консерватизм)**. Это находит своё подтверждение в значимом росте аффилиативных мотивов. Несколько снизились ценности **Гармонии**.

Табл. 6.

Блоки ценностей молодёжи молдаван

	Блоки ценностей	М (ср.знач.)
1	Включённость (Консерватизм)	4,18
2	Иерархия	3,17
3	Овладение (Мастерство)	4,28
4	Аффективная автономия	4,16
5	Интеллектуальная автономия	4,26
6	Равенство (Равноправие)	4,42
7	Гармония	4,01

Если сравнить культурные вариации по Шварцу, то необходимо отметить, что практически по всем биполярным осям полюса выражены практически одинаково. Исключение составляет биполярная ось **Иерархия — Равноправие**, где приоритет ценностей **Равноправия**. Это означает приоритет ценностей направленных на удовлетворение потребности в справедливости, устремления к большей автономности личности. Надо отметить, что ценности блока **Равноправие** так же важны и являются приоритетными для всех возрастных групп молдаван, что было установлено в наших предыдущих исследованиях.

Другие биполярные культурные вариации выявлены практически одинаково: **Включённость (Консерватизм) — Автономия; Овладение (Мастерство) — Гармония**. Такая «рыхлость» выраженности культурных ориентаций у молодёжи видимо, вызвана длительной неопределённостью социальных векторов развития общества. Ценности молодёжи, как наиболее активной социальной группы, отражают состояние ценностей культурных ориентаций общества. *Это состояние мы бы охарактеризовали как на перепутье*.

Перейдём к анализу ценностей на индивидуальном уровне [3]. Шварцем были выделены следующие мотивационные типы — **Власть, Достижение, Гедонизм, Стимуляция, Самостоятельность (Саморегуляция), Универсализм, Доброта, Традиция, Конформность, Безопасность**.

Шварц и Билски предложили ещё одно деление ценностей на две большие группы.

1. *Ценности, выражающие интересы индивида*. Им соответствуют следующие мотивационные блоки: «**Власть**», «**Достижение**», «**Гедонизм**», «**Стимулирование**», «**Саморегуляция**».

2. *Ценности, выражающие интересы группы*. К ним принадлежат такие мотивационные блоки, как «**Доброта (Благожелательность)**», «**Традиция**», «**Конформность**».

Существуют ещё два мотивационных блока — «**Универсализм**» и «**Безопасность**», которые выражают как индивидуальные, так и групповые интересы.

Так же исследователями была предложена следующая типология противоречий между ценностями:

1) Ценности *сохранения* (Безопасность, Конформность, Традиция) противоречит ценностям *изменения* (Стимулирование, Саморегуляция).

2) Ценности *самоопределения* — выхода за пределы собственного Эго (Универсализм, Благожелательность) — противоречат ценностям *самовозвышения* — акцентирования «самости» (Власть, Достижение, Гедонизм).

Как можно видеть из эмпирических данных (таб. 7) по мотивационным типам ценностей (МТ) на первых позициях значимости — **Конформность, Безопасность, Доброта (Благожелательность)**. Данные МТ ценностей выражают *интересы группы*. Но и ценности выражающие интересы индивида, хотя и несколько ниже, так же имеют высокое значение — **Самостоятельность (Саморегуляция), Гедонизм**. Другие МТ ценностей, выражающие интересы индивида, менее значимы — **Власть, Стимуляция**.

сказать, что для молодёжи титульного этноса характерны как направленность ценностей на группу (сегодня несколько превалирующая), так и на индивида. Возможно, ценности самоопределения могли бы больше превалировать, в соответствии с возрастными особенностями. Но состояние длительной социальной неопределённости нашего общества, отсутствие чётких государственных программ относительно молодёжного рынка труда, и как результат, «омолаживающаяся» с каждым годом трудовая миграция — не может не отражаться не ценностном ценностной сфере молодёжи.

Итак, изучение этнической идентичности молодёжи молдаван выявило различные психологические особенности её компонентов. В целом этнические стереотипы студентов положительны. Но частотный анализ этнических стереотипов выявил разные вариации образа своей и другой группы. Данную типологию, на основе этнического стереотипа ещё предстоит изучить глубже, в зависимости от других компонентов этнической идентичности. Интересной особенностью этнических стереотипов молодёжи молдаван, является особенность восприятия двух групп — румын и русских как близких (на уровне группы). Поэтому, глубинное изучение этнического стереотипа молдаван, на современном этапе, представляется, актуальной задачей, для понимания этноидентификационных процессов титульного этноса. Данная особенность нашла своё подтверждение и в результатах по культурной дистанции — румыны и русские являются самыми близкими группами.

Ценностная сфера молодёжи находится в несколько «рыхлом» состоянии, когда ей свойственны как направленность на группу, так и на индивида. Ценности сохранения являются несколько преобладающими, над ценностями самоопределения.

В целом наше исследование подошло к изучению типологии этнической идентичности титульного этноса и других этнических групп в сравнении с гражданской, европейской. Данные эмпирические исследования необходимы для понимания и развития того социального капитала (а этническая идентичность его составная часть), которым мы обладаем, и без умножения которого невозможно интегрироваться в европейское пространство, куда мы так стремимся.

Литература:

1. Бороноев А.О., Павленко В.Н. Этническая психология / А.О. Бороноев, В.Н. Павленко. — СПб. — 1994. — С.139-142
2. Карандашев В.Н. Концепция ценностей культуры Ш. Шварца / В.Н. Карандашев // Вопросы психологии. — 2009. — №1. — С. 81-96.

Табл. 7.

Мотивационные типы ценностей молодёжи молдаван

№	Мотивационный тип	Нормативные идеалы	
		М (ср.знач)	Ранг
1	Конформность	5,51	1
2	Традиции	4,63	8
3	Доброта (Благожелательность)	5,31	3
4	Универсализм	5,12	7
5	Самостоятельность (Саморегуляция)	5,28	4
6	Стимуляция	4,39	9
7	Гедонизм	5,24	5,5
8	Достижения	5,24	5,5
9	Власть	4,30	10
10	Безопасность	5,49	2

Так же можно отметить, что ценности мотивационных типов направленных на *сохранение* (**Конформность, Безопасность**) несколько выше, чем ценности *изменения* (**Стимуляция, Самостоятельность (Саморегуляция)**). Если сравнить с выборкой студентов молдаван 2006 г., то по всем показателям отмечен рост, особенно по ценностям МТ — **Власть, Самостоятельность (Саморегуляция), Доброта (Благожелательность), Традиции**. Вся эта динамика, роста значимости ценностей МТ как выражающая интересы индивида, так и группы, свидетельствует о динамичности протекания социальных изменений в обществе, часто в противоречивом направлении. *В целом можно*

3. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В.Н. Карандашев. — СПб, 2004. — 70 с.
4. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Культура как фактор общественного прогресса / Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко. — М., 2009. — 408 с.
5. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряжённости / Г.У. Солдатова. — М., 1998. — 389 с.
6. Стефаненко Т.Г. Социальная психология этнической идентичности / Т.Г. Стефаненко / Дисс...докт. психол.наук. — М., 1999.
7. Шихирев П.Н. Современная социальная психология / П.Н. Шихирев. — М., 1999. — 448 с.

Кауненко І.І. Етнічна ідентичність молоді Республіки Молдова: соціально-психологічний аспект. — Стаття.

Анотація. У статті аналізуються емпіричні дані по етнічній ідентичності молдаван на сучасному етапі. При вивченні етнічних стереотипів було виявлено, що образ власної етнічної групи близький з групами - румун і росіян. Аналогічні результати були виявлені і при вивченні культурної дистанції. Цінності, як компонент етнічної ідентичності, були вивчені як на рівні культури, так і на індивідуальному. Виявлено превалювання цінностей спрямованих на групу. Але цінності, які показують інтереси індивіда зросли, порівняно з вибіркою 2006.

Ключові слова: етнічна ідентичність, етнічні стереотипи, цінності культури, культурна дистанція, афіліація.

Caunenco I.I. Ethnic Identity of Young Moldovans of the Republic of Moldova: Socio-psychological aspect. — Article.

Summary. In the article some empirical data on the ethnic identity of the Moldovan youth on the present stage are analyzed. During the study of the ethnical stereotypes it was discovered that the image of ethnic in-group is close with the groups of Romanians and Russians. The study of cultural distance gave the same results. Values as the component of ethnic identity were studied on the level of culture as well as on individual one. Group values prevail. Values of individual interests also grew comparing to the 2006 sample.

Key words: ethnic identity, ethnic stereotypes, values of culture, cultural distance, affiliation