

## ФОРМИРОВАНИЕ СТЕРЕОТИПИЗИРОВАННОГО ОБРАЗА ЕВРОПЫ В КАРТИНЕ МИРА МОЛОДЕЖИ ЕРЕВАНА<sup>1</sup>

**Мелконян Н. А.**

Мелконян Нвард Араиковна,  
Ереванский государственный университет,  
РА, г. Ереван, 0025, ул. Алека Манукяна, 1  
Эл. почта: nvard.melkonyan@ysu.am

В данной статье рассмотрена проблема формирования стереотипизированных образов и представлений о Европе и европейцах в картине мира молодежи г. Еревана. Картину мира автор рассматривает в качестве особого социального конструкта, характерного для конкретной социальной группы, специфических ментальных блоков или фреймов, сценариев или схем, образов и стереотипов, которые выступают фундаментом для процессов социальной и этнической идентификации и самоидентификации. В статье приведены результаты социологического исследования, в котором в качестве основного метода сбора эмпирической информации применялась фокус-групповая дискуссия с участием различных слоев ереванской молодежи. В процессе проведения фокус-групп с целью выявления эмоционального отношения и оценок Европы и Армении были применены также проективные исследовательские техники. Участникам групповых дискуссий были представлены парные противоположные содержательные и эмоционально-оценочные смысловые ассоциации, предлагалось выбрать характеристики образов Европы и Армении. Основные выводы сводятся к тому, что стереотипизированные представления молодежи Еревана о Европе в целом и о европейских странах, главным образом, основаны на экономических и промышленных характеристиках и стереотипах о благополучии, экономической стабильности, богатстве, высоких стандартах потребления, а также на либеральных и демократических ценностях — демократическое разделение, равенство, права человека, солидарность, свобода, процветание, свобода слова.

На основе анализа данных исследования было сделано следующее заключение: в картине мира молодежи Еревана образ Европы реализуется преимущественно в рамках модели политической толерантности, которая может быть описана формулой «Я–Другой–Иной», наиболее соответствуя не образу «Чужого», а определенному референтному образу «Значимого Другого», на которого проецируются представления этой группы о культурных, социальных и политических ценностях.

*Ключевые слова:* стереотип, идентичность, Европа, молодежь, толерантность, этноцентризм, картина мира.

В наши дни перестановка сил и акторов на политической карте мира, интенсивность и динамика сменяющихся друг друга событий, происходящих как на

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках гранта государственного комитета по науке Министерства образования и науки РА 15РГ-20 «Восприятие Европы в молодежной среде в контексте современных геополитических трансформаций (на материалах Краснодара и Еревана)».

глобальном, так и на локальном уровне, приводит к существенной трансформации привычных образов картины мира различных социальных групп, стран и народов, реорганизуя и преобразовывая их социальный опыт.

Социальный опыт включает набор ценностных ориентаций, установок, принятых в данном сообществе и тем самым, играет важную роль в конструировании картины мира — формирующегося в обществе в рамках исходных мировоззренческих установок целостного образа мира, имеющего исторически обусловленный характер (Философский словарь, 2017).

Картина мира — система интуитивных представлений о реальности, которую можно описать или реконструировать у любой социальной единицы — от нации или этноса до какой-либо социальной группы или отдельной личности (Руднев, 1997). Теоретические интерпретации картины мира заложены в работах Э. Гуссерля, М. Вебера, К. Юнга, М. Хайдеггера, Э. Фромма, К. Поппера. Следует также отметить труды Г. Гачева (Гачев, 1988, 2003). Образы в картине мира исследуются Н. А. Романович (Романович, 2009), А. В. Захаровым (Захаров, 1998), М. Арутюнян, О. Здравомысловой, Ш. Курильски-Ожвэн (Арутюнян, Здравомыслова, Курильски-Ожвэн, 2008).

Картину мира можно представить в виде особого социального конструкта, характерного для конкретной социальной группы, специфических ментальных блоков или фреймов, сценариев или схем, образов и стереотипов, которые выступают фундаментом для процессов социальной и этнической идентификации и самоидентификации (см.: Степин, 1983; Степин, 2008; Степин, Кузнецова, 1994).

В научном и общественном дискурсе проблематика идентичности вновь актуализировалась в конце XX — начале XXI в. Разноплановость и комплексность данного понятия обуславливает важность и необходимость его детального изучения, выявления его структуры и основополагающих характеристик в контексте междисциплинарных исследований.

Исследование проблем *идентичности* опирается на концептуальные основы, заложенные в работах Э. Эриксона (Эриксон, 1996), Г. Гоффмана (Goffman, 1959), Тэджфела (Tajfel, 1982), Б. Андерсона (2001). Современные проблемы идентичности в контексте социальной динамики и цивилизационных сдвигов, трансформации социального пространства и социального времени осмысливаются в трудах М. Кастельса, У. Бека, Э. Гидденса (Beck, Giddens, Lash, 1994; Beck, 1996), З. Баумана, А. Турена (Турен, 1998), Ю. Хабермаса (Хабермас, 1999).

Идентификация — это процесс осмысления человеком себя самого, в результате которого происходит осознание принадлежности индивида к какому-либо определенному классу (типу) или же признание своей уникальности (Гришаева, Цурикова, 2006).

Идентификация с определенными социальными общностями определяет социальную природу индивида, позволяя ему оценивать свои социальные связи и принадлежности, формируя его социальную идентичность — образ, который

группа конструирует относительно самой себя и с которым идентифицируются все члены этой группы (Assman, 2000).

Основополагающую роль в конструировании идентичности играют этнокультурные стереотипы<sup>2</sup>, которые являются структурообразующим базисом для ее формирования.

Согласно У. Липпману, стереотипы — это упорядоченные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые, во-первых, экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и, во-вторых, защищают его ценности, позиции и права (Липпман, Левинсон, Петренко, 2004).

А. П. Садохин определял этнический стереотип как «упрощенный, схематизированный, эмоционально окрашенный и чрезвычайно устойчивый образ какой-либо этнической группы или общности, легко распространяемый на всех ее представителей» (Садохин, 2014).

В процессе идентификации конструирование модели «Мы — Они» основывается на противопоставлении *образа себя* и *образа другого*, т.е. на противопоставлении автостереотипов и гетеростереотипов (Russell, 1994), которым присуща выраженная эмоциональная окрашенность: позитивная или негативная, проявляющаяся в негативных установках и предрассудках<sup>3</sup>.

Гетеростереотипы, направленные на представителей других групп, являются также механизмом культурной, страновой или региональной — надэтнической самоидентификации, формируя ценностную основу этнически ориентированного поведения, т.е. идентичность может объединять не только представителей одной этнической группы, она может быть также основана на территориальной, региональной, культурной и политической общности. Результатом процесса формирования и восприятия надэтнической идентичности могут выступать стереотипизированные образы «кавказца», «африканца», «европейца» и т.п.

В современных социологических и политико-психологических исследованиях образы стран, регионов, территорий, народов рассматриваются в качестве составляющих картины мира граждан, влияющих на формирование у них толерантной или интолерантной этнической идентичности.

В рамках данного исследования авторов интересовала проблема формирования стереотипизированных образов и представлений о Европе и европейцах в картине мира такой значимой социальной группы, как молодежь г. Еревана, выявление содержания образа Европы и его конгруэнтности образу собственной страны, потенциала влияния стереотипов о Европе и «европейском» на ценностные ориентации и установки армянской молодежи.

Были поставлены следующие задачи:

---

<sup>2</sup> Стереотип (от греч. stereos – твердый + typos – отпечаток) – это упрощенный, схематизированный образ объекта, который разделяют достаточно большое число членов социальных групп.

<sup>3</sup> Автостереотипы – представления и мнения представителей той или иной этнической группы о самой себе, гетеростереотипы – о другой этнической группе (Стефаненко, 2009).

- выявить рациональные и эмоциональные компоненты стереотипизации образа Европы в картине мира молодежи Еревана;
- установить конгруэнтность / неконгруэнтность образов Армении и Европы в картине мира молодежи;
- выявить потенциал образа Европы как Другого в формировании национальной идентичности молодежи;
- выявить основные поведенческие установки, связанные с стереотипизированным образом Европы в картине мира молодежи;
- определить систему факторов, влияющих на стереотипизацию образа Европы в политической картине мира молодежи.

Анализ картины мира, носителями которой являются представители молодежи, поможет понять процессы их социальной идентичности и самоидентификации, формирующихся на основе образов «мы» и «они», позволит описать особенности процесса стереотипизации в формировании такого многосоставного феномена, как национальная идентичность.

Учитывая особенности исследуемой проблемы, а также необходимость выявления разноплановых факторов, воздействующих на стереотипизацию образа Европы и его операциональных составляющих («ЕС», «европейцы», «европейское» и др.), необходимым представлялось применение совокупности качественных методов социологических и междисциплинарных исследований, применяемых в политических и социальных исследованиях. Использование качественных методов исследования позволило выявить глубинные факторы и причины, по которым представители исследуемой молодежной среды воспринимают Европу и отдельные структурные элементы данного понятия.

Соответственно, в качестве основного из методов сбора эмпирической информации применялась фокус-групповая дискуссия с участием различных слоев молодежи, представленных в Ереване<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Фокус-групповая дискуссия – метод социальных исследований, основанный на обсуждении проблемы и ее составляющих, как-то: причин ее возникновения, факторов, влияющих на проявления данной проблемы среди ее носителей, особенностей восприятия данной проблемы целевой группой. Основной особенностью применения методики фокус-групп является сфокусированность дискуссии на тех ключевых вопросах, которые включены в задачи исследования и носителями информации о которых являются участники фокус-групповых дискуссий. В целях решения указанных задач было проведено 6 фокус-групповых дискуссий с различными группами молодежи, в том числе студентами точных и гуманитарных направлений подготовки уровней бакалавриата и магистратуры; молодежью, имеющей и не имеющей опыта проживания, обучения и работы в Европе. В каждой группе респонденты были равнопредставлены по следующим характеристикам:

- пол;
- возраст (три интервала: 18–22, 23–28, 28–35);
- образование (высшее; среднее специальное и среднее);
- занятость.

В каждой группе было в среднем 8–12 участников.

*Результаты исследования.* Существующие среди неевропейских сообществ гетеростереотипы о Европе и европейцах имеют свою специфику в зависимости от того, отождествляет ли себя то или иное сообщество с Европой и насколько, противопоставляет себя ей или же воспринимает ее как нечто далекое и мало релевантное.

Рассматривая проявления стереотипизированных представлений о Европе у респондентов, можно заметить общую тенденцию: расположение Армении на некотором континууме, полюсами которого являются две дихотомичные принципиально отличные друг от друга культурно-цивилизационные модели «Европа» и «Восток». Эта дихотомия, по мнению опрошенных, носит ярко выраженный характер социокультурной дилеммы и проявляется в смысловых и ценностных противоположностях.

*Вопрос в том: идти нам в Европу или на Восток? Студентка медицинского училища, 22 года.*

Противопоставляя Европе обобщенный стереотипизированный образ Востока, респонденты имеют в виду, прежде всего, исламский мир — арабские страны, Иран и Турцию, что обусловлено как географической близостью, так и спецификой отношений в ходе истории.

Интересен тот факт, что полюс «Восток» участниками групповых дискуссий рассматривается больше в негативном контексте: не прогрессивный, отсталый, патриархальный, не толерантный, не демократичный и т.д.

При этом полюс «Европа», в противопоставлении «Востоку», не рассматривается респондентами ни в историческом, ни в политическом контексте, а скорее, как определенная цель, некий идеализированный ориентир, к которому нужно стремиться, к которому можно прийти путем усвоения определенных необходимых качеств, ценностей и принципов. Характерно, что подобное представление выражалось во всех фокус-группах, практически у всех участников, в независимости от желания и обоснования респондентом целесообразности достижения данной «конечной цели».

В зависимости от близости Армении к одному из отмеченных полюсов проявляется и обосновывается тот или иной стереотипизированный сценарий восприятия.

С этой точки зрения, типологизируя проявления европейской идентичности в автостереотипах молодежи Еревана, сходство Армении с Европой, представление её в качестве европейской страны (*насколько мы — Европа*), близость, родственность стереотипов «армянского» и «европейского», условно можно выделить 3 концептуально различающиеся модели восприятия с соответствующими сценариями стереотипизации:

– *Армения — это почти Европа* — в наши дни армянская общественность переживает трансформационные процессы, и постсоветское поколение

старается интериоризировать европейские ценности, в своих политических и экономических приоритетах Армения выбирает европейский вектор развития, т.е. *«стремится стать Европой»*.

– *Армения — не Европа* — по той причине, что армянское государство не следует декларированным общеевропейским ценностям, а наше общество не воспринимает нормативные традиции Европы: либерализм, толерантность, демократию и др., *«мы слишком далеки от этого, патриархальны, не свободны, не толерантны»*.

– *Армения — уникальная страна* — наша страна не может и не должна быть европейской страной, так как у нее уникальная история и культура, отличная от всех цивилизаций. Армения, по мнению сторонников этой модели, должна развиваться в качестве отдельного культурного пространства.

*Это нормально, что Армения воспринимает разное у других культур, но нужно уметь создать из этого цельный сплав и при этом не потерять себя, как вид. Я сторонник сохранения вида. Не хочу, чтобы старое забылось, было утеряно. Студент факультета востоковедения, 21 год.*

Интересно, что выбор экстремумов — мнений о полном совпадении образа Армении с каким-либо из полюсов — «Востоком» или «Европой», в дискуссиях отсутствует. Армения представляется скорее пограничной страной, которая не «Восток», потому как противостояла на протяжении всей своей истории этим странам, хотя и подвергалась определенному социокультурному воздействию в большей или меньшей степени, но ее образ не конгруэнтен и образу Европы, так как Республика Армения (РА), несмотря на определенное сходство, как государство не соответствует системе норм и ценностей европейских стран. При этом, среди выражающих мнение о подобном несоответствии есть те, кто считает, что созданная политическая ситуация в Армении не благоприятна и не целесообразна для ведения проевропейской политики и выбора европейского вектора развития.

Среди участников групповых дискуссий были и те, кто видел свою страну в самом центре описанного континуума.

*Я вижу одинаковое воздействие, т.е. насколько это «Восток», настолько же это и «Запад». Практически поровну — будь то в культуре, или в быту, или даже в строительстве города — я вижу одинаковое воздействие. Студентка — лингвист, 25 лет.*

Необходимо отметить, что во время обсуждений молодыми людьми высказывалось мнение о том, что в наши дни прослеживается заметная тенденция смещения полюса «Восток», и его замена другой противоположной «Европе» культурно-цивилизационной моделью. Новая социокультурная дилемма, по мнению опрошенных, постепенно приобретает очертания дихотомии «Россия» — «Европа». И Армения, с этой точки зрения, стоит перед подобным выбором вектора развития.

Респондентами выражалось мнение, что противопоставление Европы и России в картине мира ереванцев создает серьезные проблемы для конструирования собственной национальной идентичности и самоидентификации. С одной стороны, и в силу исторических традиций (*Российская Империя, СССР, СНГ*), и в контексте безопасности и экономического сотрудничества отмечается практически безальтернативность партнерства РА и России, однако, отказываясь от взаимоотношений и сотрудничества с Европой, по мнению респондентов, Армения теряет исключительную возможность для демократического развития страны и выхода из политического кризиса.

Как правило, в стереотипическом образе задействован комплекс стереотипов, отражающих сложный объект восприятия. Проведенное исследование позволило выделить те основные тематики, которые в основном подвергаются стереотипизации при восприятии образа Европы.

Экономические и промышленные характеристики играют очень важную роль в представлениях о Европе, ее имидже. Эта составляющая образа поддерживается не только репутацией экономически устойчивого производителя, но и значимого инвестора в экономику и донора социальных проектов других стран.

Существующий в картине мира молодых ереванцев образ Европы сегодня в первую очередь связан со стереотипами о благополучии, экономической стабильности, богатстве, высоких стандартах потребления. Собирательный образ Европы можно выразить в стереотипической формуле: «общество экономического благосостояния». Эта стереотипическая конструкция, несмотря на свою упрощенность, настолько устойчива и приоритетна, что некоторые участники фокус-групп экономически неблагополучные страны (например, Албанию) отказываются считать европейскими, несмотря на географию и их присутствие в составе ЕС и наоборот.

*Турция — европейская страна, учитывая уровень ее экономического развития. Безработный, 18 лет.*

В качестве типично-европейских стран, которые по своим характеристикам полностью соответствуют стереотипу об экономической стабильности, респонденты отметили страны Западной и Северной Европы: Германию, Швейцарию, Скандинавские страны и Великобританию.

«Европа» в социальных представлениях молодежи является также неким транслятором либеральных и демократических ценностей, к которым относятся демократия, развитие, равенство, права человека, солидарность, свобода, процветание, возможности, свобода слова.

Среди стереотипов, характеризующих образы «Европа» и «европейское», в групповых дискуссиях особо отмечались стереотипические конструкции «европейские демократические ценности», «Европа — территория, где защищаются права человека». То есть, говоря о европейских ценностях, респонденты

особенно важным считают демократию и гарантированность, и возможность реализации права на свободу мысли и слова в Европе.

*Одной из основных характеристик европейских стран является свобода слова. Без этого нельзя представить Европу. Студент филологического факультета, 22 года.*

Анализ восприятия образа Европы, как сообщества демократических стран, в картине мира молодежи показывает, что говоря о демократии, молодые люди в большей степени имеют в виду политическую стабильность, верховенство права и равноправие граждан. Здесь, по их мнению, благодаря собственным стараниям и трудолюбию, можно достичь успехов на любом поприще. Это является результатом правильно проводимой политики, так как, по мнению респондентов, в европейских странах действуют эффективные социальные лифты и созданы равные возможности для мобильности любого члена общества.

Мобильность, по мнению опрошенных, обеспечивается социальными институтами, которые, благодаря эффективному функционированию, могут считаться образцовыми. Для ереванской молодежи европейские страны, в частности Германия и Великобритания, воспринимаются как страны, где можно получить прекрасное образование и построить профессиональную карьеру.

*Европа — идеальное место для учебы и для путешествий. Аспирант, 23 года.*

*Говоря «Европа», я представляю в первую очередь Германию и Великобританию, потому как именно там находятся крупнейшие в мире университеты. Студент филологического факультета, 20 лет.*

*Медицина и здравоохранение сразу ассоциируются с Германией. Там образцовое медицинское обслуживание, и нам многому надо у них поучиться. Студентка медицинского вуза, 22 года.*

Эти представления зачастую находят свое подтверждение на примерах жизненных ситуаций друзей и знакомых респондентов, которые в течение последних лет получали образование или проходили стажировку в разных странах Европы.

В процессе проведения фокус-групп с целью выявления эмоционального отношения и оценок Европе и Армении были применены также проективные техники исследования. Участникам групповых дискуссий из приведенной исследователями таблицы, в которой были представлены парные противоположные содержательные и эмоционально-оценочные смысловые ассоциации, предлагалось выбрать характеристики образов Европы и Армении (табл. 1).

В табл. 1 даны соотношения эмоциональных смысловых оценок образов Европы и Армении. Среди представленных показателей в обоих графах преобладают положительные оценки. И если в отношении Европы в большинстве своем преобладают показатели с усредненным положительным значением (1,55), то в графе «Армения» оценки существенно ниже (в среднем — 0,77), по некоторым характеристикам встречаются даже отрицательные значения.



Таблица 1

Соотношение эмоциональных смысловых оценок образов Европы и Армении

№ п/п	Характеристика	Европа	Армения
1	Хороший — плохой	1,7	1,8
2	Приятный — неприятный	1,7	1,9
3	Сильный — слабый	1,4	1,6
4	Большой — маленький	1,6	0,7
5	Быстрый — медленный	1,8	0,7
6	Активный — пассивный	2,1	1,1
7	Свой — чужой	0,9	2,3
8	Люди добрые — люди злые	1,4	1,9
9	Люди здоровые — люди больные	2,0	0,3
10	Люди белые — люди цветные	1,5	1,9
11	Социальное самочувствие: оптимизм — пессимизм	1,6	0,5
12	Социально-экономическое положение: стабильное — нестабильное	1,7	-0,6
13	Природа: чистая — загрязненная	1,7	-0,2
14	Власть: демократическая — авторитарная	1,7	-1,0
15	Общество: свободное — несвободное	2,2	-0,3
16	Политика: для людей — для политиков	1,3	-0,5
17	Пространство: единое — фрагментированное	1,3	0,5
18	Отношение к другим: терпимое — нетерпимое	1,5	0,4
19	Общность: религиозная — светская	0,4	1,7
20	Общая средняя оценка	1,55	0,77

Согласно данным табл. 1, разница несущественная между оценками по обеим графам в верхней части изображения, где представлены эмоциональные, преимущественно социально-психологические характеристики, — значения практически совпадают (в дихотомии «Хороший — Плохой»: Армения — 1,7, Европа — 1,8, в паре «Приятный — Неприятный»: Армения — 1,7, Европа — 1,9, в дихотомии «Сильный — Слабый»: Армения — 1,4, Европа — соответственно 1,6, в паре «Люди добрые — Люди злые»: Армения — 1,4, Европа — 1,9).

Однако в нижней части графика, где оценивание происходит на основе социально-политических и социально-экономических показателей, дистанция значительно увеличивается, респонденты поставили «Европе» оценки существенно выше, чем «Армении» (см. табл. 2).

Внимания заслуживает тот факт, что это именно те 5 характеристик (табл. 2), по которым респонденты поставили в графе «Армения» отрицательные значе-

Таблица 2

Соотношение оценок образов Европы и Армении на основе социально-политических и социально-экономических показателей

Характеристика	Европа	Армения
Социально-экономическое положение: стабильное — нестабильное	1,7	-0,6
Природа: чистая — загрязненная	1,7	-0,2
Власть: демократическая — авторитарная	1,7	-1,0
Общество: свободное — несвободное	2,2	-0,3
Политика: для людей — для политиков	1,3	-0,5

ния, обосновывая тем, что в нашей стране ощутим серьезный недостаток этих базовых качеств: стабильной экономической ситуации, демократичных властных отношений, направленных на людей и существующих для людей, свободного общества и чистой экологии, которые, согласно их представлениям, свойственны развитым европейским странам.

При этом в процессе групповых дискуссий большинство опрошенных отметили, что не считают себя хорошо информированными в вопросах, касающихся Европы, знания о которой у них, вне зависимости от того, имеют ли опыт проживания в европейских странах или нет, были названы скорее фрагментарными. Представленные в шкале эмоциональные и смысловые характеристики респонденты оценивали, руководствуясь преимущественно стереотипизированными образами, составляющими элементами в картине мира. По мнению участников фокус-групп, сегодня понятие «Европа» перестало быть всего лишь названием части света, оно стало политическим термином, для них являющимся, прежде всего, своеобразным идеальным типом, — собирательным образом не совсем того, как они представляют Европу, а скорее того, какой бы они хотели видеть Армению.

Примечательно, что наивысшая положительная оценка в графе «Армения» (см. табл. 1) поставлена в дихотомии «Свой — Чужой»: Армения — 2,3, Европа — 0,9, в графе «Европа» это вторая по значению низшая оценка.

Проявленный респондентами при оценивании этой пары в некотором смысле этноцентричный подход указывает на то, что в картине мира молодежи Еревана преобладает стереотипизированный сценарий восприятия Европы в данной дилемме в образе «Другого»<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Образ «Другого» – это ориентация сознания индивида, связанная с его самоопределением в социальном и политическом пространстве, в основе чего – выделение тех лиц, групп и институтов, которые наделены похожими или различными для данного индивида характеристиками и определяют контуры идентичностей личности. Определение применимо также при обозначении самосознания групп и различий с другими группами. Проблемам исследования образа «Другого» («Чужого») посвящены работы М. Фуко (Фуко, 1997), Г. Зиммеля (Зиммель, 1994), А. Шютца (Шютц, 2003), Л. Арутюнян (Арутюнян, 2011) и др.

Однако тот факт, что в графе «Европа» практически по всем парным противоположным смысловым ассоциациям однозначно преобладают положительные баллы, указывает на то, что в картине мира молодежи Еревана образ Европы реализуется преимущественно в рамках модели политической толерантности, которая может быть описана формулой «Я-Другой-Иной» (Морозова, 2016)<sup>6</sup>, наиболее соответствуя образу не «Чужого», а определенному референтному (Давлетчина, 2005)<sup>7</sup> образу «Значимого Другого» (Кондратьев, 2011), на которого проецируются представления этой группы о культурных, социальных и политических ценностях.

### Библиографический список

1. Андерсон, Б. (2001). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. Москва.
2. Арутюнян, Л. (2011). Сто лет спустя: перспективы отрицания геноцида армян. *Вестник Ереванского государственного университета, Социология, Экономика*, 133 (5), 11–19.
3. Арутюнян, М., Здравомыслова, О., Курильски-Ожвэн, Ш. (2008). *Образ и опыт права: правовая социализация в изменяющейся России*. Москва.
4. Гачев, Г. (2003). *Ментальности народов мира*. Москва.
5. Гачев, Г. (1988). *Национальные образы мира*. Москва.
6. Гришаева, Л. И., Цурикова, Л. В. (2006). *Введение в теорию межкультурной коммуникации*. Москва.
7. Давлетчина, С. Б. (2005). *Словарь по конфликтологии*. Улан-Удэ.
8. Захаров, А. В. (1998). Народные образы власти. *Полис. Политические исследования*, (1), 23–35.
9. Зиммель, Г. (1994). Человек как враг. *Социологический журнал*, (2), 114–119.
10. Кондратьев, М. Ю. (2011). «Значимый другой»: слагаемые межличностной значимости. *Социальная психология и общество*, (2), 17–28.
11. Липпман, У., Левинсон, К. А., Петренко К. В. (ред.) (2004). *Общественное мнение*. Москва.
12. Морозова, Е. В. (2016). Образ Другого/Чужого в формировании внешнеполитической идентичности (Обзор литературы). *Историческая и социально-образовательная мысль*, 8 (6/2), 183–186. doi:17748/2075–9908–2016–8–6/2–183–186.
13. Руднев, В. П. (1997). *Словарь культуры XX века*. Москва.
14. Романович, Н. А. (2009). Образ власти: противоречия традиционной и современной моделей. *Вестник ВГУ. Сер. История. Политология. Социология*, (2), 23–31.
15. Садохин, А. П. (2014). *Введение в теорию межкультурной коммуникации*. Москва.

<sup>6</sup> Образ Другого может реализоваться в двух моделях. Первая из них, модель политической толерантности, может быть описана формулой «я-Другой-иной». Вторая, интолерантная, модель представлена формулой «Я-Другой-Чужой-Враг» (Морозова, 2016).

<sup>7</sup> Референтный — выступающий в качестве объекта, факта или события, на которое ссылаются в подтверждение некоторых идей; служащий источником этих идей, образцом для подражания (Давлетчина, 2005).

16. Степин, В. С. (1983). *Научная картина мира: Логико-гносеологический аспект*. Киев.
17. Степин, В. С. (2008). Конструктивные основания научной картины мира. В В. А. Лекторский (ред.) *Конструктивизм в теории познания* (с. 4–31). Москва.
18. Степин, В. С., Кузнецова, Л. Ф. (1994). *Научная картина мира в культуре технологической цивилизации*. Москва.
19. Стефаненко, Т. (2009). *Этнопсихология*. Москва.
20. Турен, А. (1998). *Возвращение человека действующего. Очерк социологии*. Москва.
21. Философский словарь. (2017). Режим доступа <http://www.philosophydic.ru>
22. Фуко, М. (1997). *История безумия в классическую эпоху*. Санкт-Петербург.
23. Хабермас, Ю. (1999). *В поисках национальной идентичности: Философские и политические статьи*. Донецк.
24. Эрикссон, Э. (1996). *Идентичность: юность и кризис*. Москва.
25. Шютц, А. (2003). *Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии*. Москва.
26. Assmann, J. (2000). *Das kulturelle Gedächtnis*. München.
27. Beck, U. (1996). *The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge.
28. Beck, U, Giddens, A., Lash, S. (1994). *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge.
29. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh.
30. Russell, F. F. (1994). *Nationalism, Ethnicity, and Identity: Cross National and Comparative Perspectives*. New Brunswick.
31. Tajfel, H. (1982). *Social Identity & Intergroup Relations*. Cambridge, Paris.

Статья поступила в редакцию 14.09.2017.

.....

## THE FORMATION OF STEREOTYPED IMAGE OF EUROPE WITHIN THE WORLD VIEW OF YEREVAN YOUTH

*Melkonyan N. A.*

Melkonyan Nvard Araikovna,  
Yerevan State University, RA, 0025, Yerevan, Alex Manoogyan Str., 1  
E-mail: nvard.melkonyan@ysu.am

This article analyses the issue of stereotyped images and concepts on Europe and Europeans in the perceptions Yerevan youth. World view is considered by the author as a social construct that is typical for the certain social group. It contains specific mental frames, scenarios and schemes, images and stereotypes, which are fundamental for the processes of social and ethnic identification and self-identification. The focus-group discussions with different clusters of Yerevan youth were applied as the main method of data collection. The projective technics were used during the focus groups to find out the emotional attitude and the assessment of Europe and Armenia. The focus group participants were asked to choose the image characteristics of Europe and Armenia out of the paired oppositions, containing substance, emotional and evaluative associations.

The following conclusion was made based on the analysis of research data: the understanding of Europe and its image by Yerevan youth is mainly based on economic and industrial characteristics and stereotypes about welfare, economic sustainability, wealth, high-consum-

ing standards as well as on liberal-democratic values: democracy development, equity, human rights, solidarity, freedom, prosperity and freedom of speech. Thus, within the world view of Yerevan youth the image of Europe is mostly considered in the context of political tolerance model, which can be described as “Me-Different-Other”. It is mostly relevant not to the image of the “Alien”, but to a certain referential image of the “Significant Other”, which incorporates the cultural, social and political values of Yerevan youth.

*Key words:* stereotype, identity, Europe, youth, tolerance, ethnocentrism, world view

## References

1. Anderson, B. (2001). *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokah i rasprostraneniі nacionalizma* [The Imagined Communities. Reflections About Sources and Distribution of Nationalism]. Moscow.
2. Arutyunyan, L. (2011). Sto let spustya: perspektivy otricaniya genocida armyan [Hundred Years Later: Prospects of Denial of Genocide of Armenians], *Vestnik Yerevanskogo gosudarstvennogo universiteta, Sociologiya, Ekonomika* [Bulletin of the Yerevan State University, Sociology, Economy], 133 (5), 11–19.
3. Arutyunyan, M., Zdravomyslova, O. & Kuril'ski-Ozhvehn, Sh. (2008). *Obraz i opyt prava: pravovaya socializaciya v izmenyayushcheysya Rossii* [Image and Experience of the Law: Legal Socialization in The Changing Russia]. Moscow.
4. Assmann, J. (2000). *Das kulturelle Gedächtnis*. München.
5. Beck, U, Giddens, A. & Lash, S. (1994). *Reflexive Modernization. Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Cambridge.
6. Beck, U. (1996). *The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge.
7. Davletchina, S. B. (2005). *Slovar' po konfliktologii* [The Dictionary on Conflictology]. Ulan-Ude.
8. Erikson, Eh. (1996). *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity: Youth and Crisis]. Moscow.
9. *Filosofskij slovar'* [Philosophical Dictionary]. Retrieved from <http://www.philosophydic.ru>
10. Foucault, M. (1997). *Istoriya bezumiya v klassicheskuyu ehphu* [Madness History During a Classical Era]. St. Petersburg.
11. Gachev, G. (1988). *Nacional'nye obrazy mira* [National Images of the World]. Moscow.
12. Gachev, G. (2003). *Mental'nosti narodov mira* [Mentalities of People of the World]. Moscow.
13. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh.
14. Grishaeva, L. I. & Curikova, L. V. (2006). *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoj kommunikacii* [Introduction to the Theory of Cross-Cultural Communication]. Moscow.
15. Habermas, Yu. (1999). *V poiskah nacional'noj identichnosti: Filosofskie i politicheskie stat'i* [In Search of National Identity: Philosophical and Political Articles]. Doneck.
16. Kondrat'ev, M. Yu. (2011). “Znachimyj drugoj”: slagaemye mezhlichnostnoj znachimosti [“Significant Another”: Composed the Interpersonal Importance]. *Social'naya psihologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], (2), 17–28.
17. Lippman, U. Levinson, K. A. & Petrenko, K. V. (Eds.) (2004). *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion]. Moscow.

18. Morozova, E. V. (2016). *Obraz drugogo/chuzhogo v formirovanii vneshnepoliticheskoy identichnosti (Obzor literatury)* [Image of Other/Alien in Formation of Foreign Policy Identity (Literature Review)]. *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'* [Historical and social Educational Ideas], 8 (6/2), 183–186. doi:17748/2075–9908–2016–8–6/2–183–186.
19. Romanovich, N. A. (2009). *Obraz vlasti: protivorechiya tradicionnoj i sovremennoj modelej* [Image of Power: The Contradiction of the Traditional and Modern Models]. *Vestnik VGU. Ser. Istoriya. Politologiya. Sociologiya* [Proceedings of Voronezh State University. History. Political science. Sociology], (2), 23–31.
20. Rudnev, V. P. (1997). *Slovar' kul'tury XX veka* [Dictionary of Culture of the 20th Century]. Moscow.
21. Russell, F. F. (1994). *Nationalism, Ethnicity, and Identity: Cross National and Comparative Perspectives*. New Brunswick.
22. Sadohin, A. P. (2014). *Vvedenie v teoriyu mezhkul'turnoj kommunikacii* [Introduction to the Theory of Cross-Cultural Communication]. Moscow.
23. Stefanenko, T. (2009). *Etnopsihologiya* [Ethnopsychology]. Moscow.
24. Stepin, B. C. & Kuznecova, L. F. (1994). *Nauchnaya kartina mira v kul'ture tekhnogennoj civilizacii* [Scientific Picture of the World in The Culture of a Technogenic Civilization]. Moscow.
25. Stepin, B. C. (1983). *Nauchnaya kartina mira: Logiko-gnoseologicheskij aspect* [Scientific Picture of the World: Logical and Gnoseological Aspects]. Kiev.
26. Stepin, B. C. (2008). *Konstruktivnye osnovaniya nauchnoj kartiny mira* [Constructive Bases of a Scientific Picture of the World]. In V. A. Lektorskij (Ed.) *Konstruktivizm v teorii poznaniya* [Constructivism in the Theory of Knowledge] (pp. 4–31). Moscow.
27. Shyutc, A. (2003). *Smyslovaya struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoy sociologii* [Semantic Structure of the Daily World: Sketches on Phenomenological Sociology]. Moscow.
28. Tajfel, H. (1982). *Social Identity & Intergroup Relations*. Cambridge, Paris.
29. Turen, A. (1998). *Vozvrashchenie cheloveka dejstvuyushchego. Ocherk sociologii* [Return of the Person Acting. Sociology Sketch]. Moscow.
30. Zaharov, A. V. (1998). *Narodnye obrazy vlasti* [National Images of the Power]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* [Polis. Political Studies], (1), 23–35.
31. Zimmel', G. (1994). *Chelovek kak vrag* [Person as Enemy]. *Sociologicheskij zhurnal* [Sociological Journal], (2), 114–119.