

российские студенты, относятся к религиозным организациям и указывают на необходимость ограничения их влияния на политическую и общественную жизнь (непосредственное и опосредственное участие в политике), а также на мировоззренческие проблемы. Реальное влияние католической церкви в Польше очень велико, а как указывает почти половина студентов, участвующих в исследовании, слишком велико. Функции и задачи церкви выходят за границы узко понимаемой области религии. Стаивотится заметным протест против достижения политических целей при помощи инструментализации религии [8]. Проявляющееся стремление к «разделению всего того, что относится к религии и политике» и определению новой функции церкви связывается - по мнению И. Боровик [4] - с процессами ускоренной демократизации и модернизации. Одновременно поляки чаще, чем россияне усматривают источник нравственности в религиозной этике, что можно признать за опосредованный показатель религиозности. Обращаясь к результатам других исследований [5], необходимо подчеркнуть, что Польша является единственной страной среди европейских обществ, в которой преобладает убеждение в абсолютных, непровержимых и неизменных критериях различения добра и зла. Моральный релятивизм, а именно убеждение, что критерии различения добра и зла являются непостоянными и зависимыми от ситуации, доминирует в большинстве стран нашего континента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ионин Л. Г. *Социология культуры*. - М.: Логос. 1996.
2. Лаза, В.Д., Передерий С.В. (2000). Проблемы молодежи и необходимость возрождения христианских православных ценностей в современной России // *Вестн. Пятигор. лингвист. ун-та*, № 4, с. 82-84.
3. Фурман Д. Верующие, атеисты и прочие. Новые исследования российской религиозности // *Свободная мысль*, 1997, № 1, с. 5-16.
4. Borowik I. (2000). *Odbudowywanie pamięci. Przemiany religijne w Środkowo-Wschodniej Europie po upadku komunizmu*. Kraków: Nomos.
5. Jasińska-Kania A. (2002). Przekształcenia moralności w Polsce i w Europie. W: M. Marody (red.), *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku* (ss. 398-418). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
6. Jawłowska A. (1993). Kierunki zmiany ustrojowej i konsekwencje społeczne. W: A. Rychard, M. Federowicz (red.). *Spółczesność w transformacji. Ekspertyzy i studia* (ss.168-200). Warszawa: IFiS PAN.
7. Schwartz, S.H. (1996). Value priorities and behavior: Applying a theory of integrated value systems. In: C. Seligman, J.M. Olson, M.P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario Symposium* (Vol. 8, pp. 1-24). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
8. Wnuk-Lipiński E. (1996). *Demokratyczna rekonstrukcja. Z socjologii radykalnej zmiany społecznej*. Warszawa: PWN.

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ УЧАЩИХСЯ ГОМЕЛЬСКОЙ И ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТЕЙ

А. В. Чернецкий

Российский государственный социальный университет, филиал, г. Минск, Беларусь

Исследование психологических особенностей развития этнического самосознания учащихся Гомельской и Гродненской областей проводилось при помощи методики, разработанной В. Ю. Хотинец. По В. Ю. Хотинец, этническое самосознание имеет три уровня развития: низкий, средний и высокий. Каждый уровень имеет свою специфическую структуру, зависящую от особенностей этнической общности и ее развития [1].

В результате обработки данных было выявлено, что высокий уровень этнического самосознания характерен для 6% учащихся Гомельской области и 3% Гродненской области. Средний уровень развития этнического самосознания характерен для 47% гомельских и 24% гродненских учащихся. Низкий уровень развития этнического самосознания характерен для 46% гомельских и 72% гродненских учащихся (см. рис.1).

Поскольку значения первичных эмпирических данных удовлетворяют нормальному закону распределения, то в качестве метода статистической обработки с целью установления связей между компонентами этнического самосознания использовался расчет коэффициента ранговой корреляции Пирсона. Данный метод реализовался в пакете программы STATISTICA 6.0.

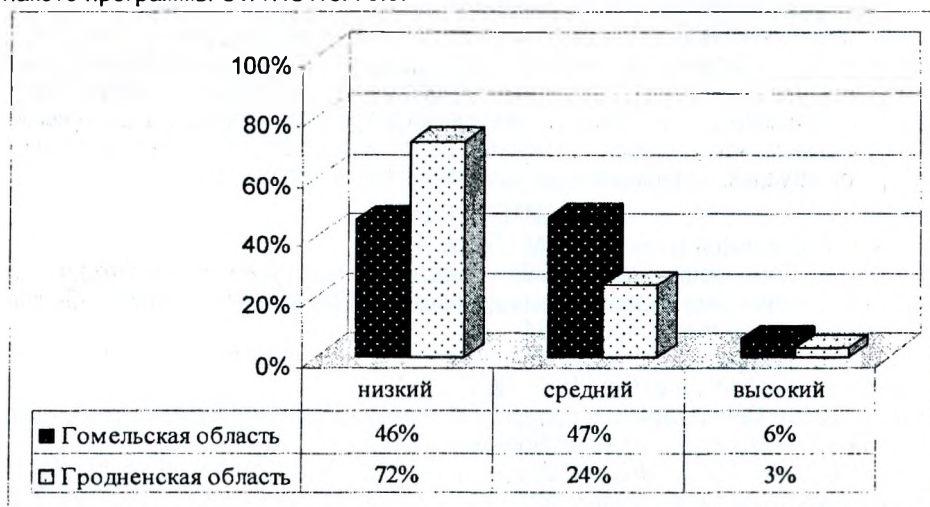


Рис.1. Уровни развития этнического самосознания гомельских и гродненских учащихся

Корреляционный анализ дал возможность выявить специфику структуры, уровней развития самосознания гомельских и гродненских учащихся. Результаты корреляционного анализа компонентов этнического самосознания учащихся Гомельской области с низким уровнем развития этнического самосознания, позволяют говорить о наличии двух статистически значимых связей отображенных в схеме на рисунке 2.

Так, была выявлена умеренная положительная корреляционная связь между «осознанием психологических особенностей своего народа» и «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» ($r = 0.46$; $p \leq 0.05$); умеренная положительная корреляционная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием тождественности со своей этнической группой» ($r = 0.38$; $p \leq 0.05$).

Положительная умеренная связь между «осознанием психологических особенностей своего народа» и «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» обозначает то, что чем выше осознание психологических особенностей своей этнической общности, тем выше осознание собственных этнопсихологических особенностей и наоборот. Связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием тождественности со своей этнической группой» говорит о том, что, чем выше «осознание тождественности со своей этнической группой», тем выше «осознание психологических особенностей своей этнической группы».

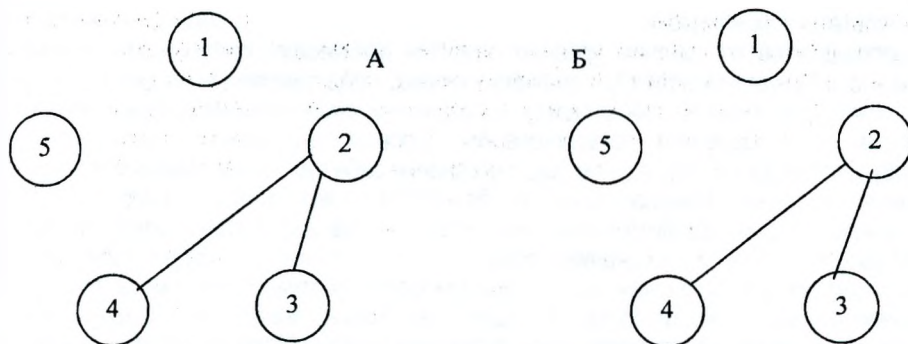


Рис.2. Схема связей компонентов этнического самосознания низкого уровня развития – гомельских (А) и гродненских (Б) учащихся. 1 – «осознание особенностей этнической культуры своего этноса», 2 – «осознание психологических особенностей своего этноса», 3 – «осознание тождественности со своим этносом», 4 – «осознание собственных этнопсихологических особенностей», 5 – «осознание себя субъектом этнической общности».

Результаты корреляционного анализа компонентов этнического самосознания учащихся Гродненской области с низким уровнем развития этнического самосознания позволяют говорить о наличии таких же статистически значимых связей, как у гомельских учащихся, отображенных на схеме (см. рис. 2). К этим связям относятся: средняя положительная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием тождественности со своей этнической общностью» ($r = 0.44$; $p \leq 0,05$); средняя положительная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» ($r = 0.59$; $p \leq 0,05$).

Таким образом, если сравнить особенности структуры низкого уровня развития этнического самосознания гомельских и гродненских респондентов, то можно увидеть сходство в начальной «точке» его формирования. Этническое самосознание формируется по двум направлениям. Первое – осознание психологических особенностей своего этноса (национального характера, способностей) и осознание собственных этнопсихологических особенностей, детерминированных этносоциальной общностью. Второе – осознание психологических особенностей своего этноса и осознание тождественности со своей этнической общностью. В данной структуре этнического самосознания главным и общим для двух групп выступает такой компонент, как «осознание психологических особенностей своей этнической группы». Впервые этот феномен заметила В.Ю. Хотинец в исследовании этнического самосознания на выборке русских студентов, когда на первом этапе его развития происходит формирование этничности не через знакомство с этнической культурой, а через психологическую сферу [1]. Причиной сдвига развития этнического самосознания в психологическую сферу может служить ориентация этнофоров на западную культуру и ценности.

У гомельских респондентов со средним уровнем развития этнического самосознания результаты корреляционного анализа его компонентов позволяют говорить о наличии новых двух статистически значимых связей, представленных на рис.3. Выявлена средняя отрицательная связь между «осознанием себя субъектом своей этнической общности» и «осознанием тождественности со своей этнической общностью» ($r = -0.49$; $p \leq 0,05$). Это говорит о том, что чем выше этнофор осознает себя субъектом этнической общности, тем ниже осознание своей тождественности со своей этнической общностью и наоборот. Вторая выявленная умеренная, отрицательная связь между «осознанием себя субъектом своей этнической общности» и «осознанием психологических особенностей своего этноса» ($r = -0.31$; $p \leq 0,05$) говорит о том, что чем больше осознание психологических особенностей своего этноса, тем меньше осознание себя субъектом своей этнической группы и наоборот.

Результаты корреляционного анализа компонентов этнического самосознания гродненских респондентов со средним уровнем развития этнического самосознания позволяют говорить о наличии статистически значимых связях, представленных на рис.3. Выявлена умеренная отрицательная связь между «осознанием себя субъектом своей этнической общности» и «осознанием психологических особенностей своего этноса» ($r = -0,36; p \leq 0,05$). Это говорит о том, что чем выше осознание себя субъектом этнической общности, тем ниже осознание психологических особенностей своего этноса и наоборот. Вторая выявленная средняя, положительная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием тождественности с ним» ($r = 0,54; p \leq 0,05$) говорит о том, что чем больше осознание психологических особенностей своего этноса, тем больше осознание тождественности со своей общностью. Третья выявленная средняя положительная связь между «осознанием психологических особенностей своей этнической общности» и «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» ($r = 0,46; p \leq 0,05$). Эта связь обозначает – чем выше осознание психологических особенностей своей этнической общности, тем выше осознание собственных этнопсихологических особенностей.

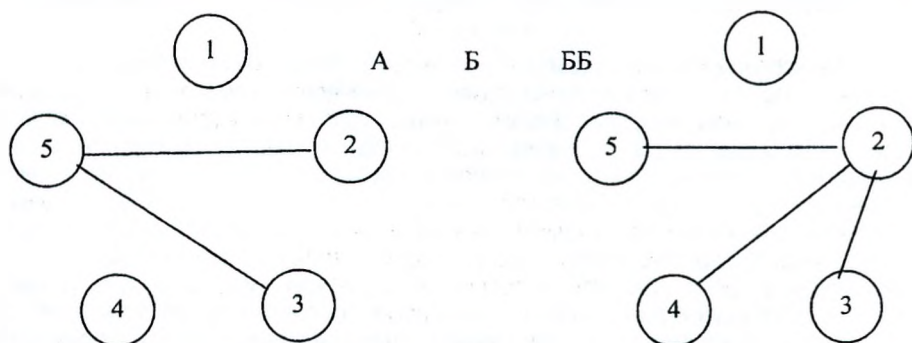


Рис.3. Схема связей компонентов этнического самосознания среднего уровня развития – гомельских (А) и гродненских (Б) учащихся

Таким образом, на втором уровне развития этнического самосознания происходят заметные изменения в структуре этнического самосознания гомельских и гродненских учащихся. У гродненских учащихся к существующим двум связям добавляется еще одна отрицательная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием себя субъектом этнической общности». У гомельских респондентов происходит появление новых двух отрицательных связей (первая – осознание себя субъектом своей этнической общности и осознание тождественности со своей этнической общностью, и вторая – осознание себя субъектом своей этнической общности и осознание психологических особенностей своего этноса) и исчезновение ранее образованных.

В результате корреляционного анализа по группе с высоким уровнем развития этнического самосознания у гомельских учащихся выявились связи с множеством компонентов этнического самосознания (см. рис. 4). Так, были выявлены связи: между «осознанием психологических особенностей своего народа» и «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» ($r = 0,51; p \leq 0,05$); между «осознанием психологических особенностей своего народа» и «осознанием особенностей этнической культуры своей общности» ($r = 0,36; p \leq 0,05$); средняя отрицательная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознания тождественности со своей этнической общностью» ($r = -0,46; p \leq 0,05$); сильная отрицательная связь между «осознанием себя субъектом своей

этнической общности» и «осознанием тождественности со своей общностью» ($r = -0.67$; $p \leq 0,05$); сильная отрицательная связь между «осознанием себя субъектом своей этнической общности» и «осознанием особенности этнической культуры своей общности» ($r = -0.68$; $p \leq 0,05$).

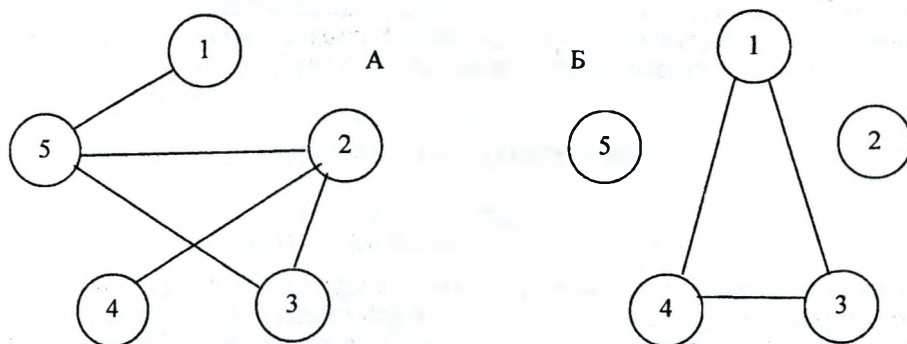


Рис.4. Схема связей компонентов этнического самосознания высокого уровня развития – гомельских (А) и гродненских (Б) учащихся

Результат корреляционного анализа по группе респондентов из Гродненской области с высоким уровнем развития этнического самосознания обнаружили следующие связи (см. рис. 4). Первая выявленная отрицательная сильная связь между «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» и «осознанием тождественности со своей этнической общностью» ($r = -0,94$; $p \leq 0,05$) показывает, что чем выше осознание собственных этнопсихологических особенностей, тем ниже осознание тождественности со своей этнической группой. Вторая сильная положительная связь обнаружена между «осознанием тождественности со своей этнической общностью» и «осознанием особенностей этнической культуры своей общности» ($r = 0,94$; $p \leq 0,05$). Эта связь показывает, что чем выше осознание этнической культуры своей общности, тем выше тождественность со своей этнической группой. Третья сильная отрицательная связь между «осознанием собственных этнопсихологических особенностей» и «осознанием особенностей этнической культуры своей общности» ($r = -0,94$; $p \leq 0,05$).

Таким образом, анализ корреляционных связей различных уровней развития этнического самосознания гомельских и гродненских белорусских учащихся показал, что на начальном уровне формирования этнического самосознания в обеих группах происходит осознание своих этнопсихологических особенностей и психологических особенностей своего этноса, а не культуры. На следующем уровне в структуре этнического самосознания происходят заметные изменения в самосознании гомельских и гродненских учащихся. У гродненских учащихся к существующим двум связям добавляется еще одна отрицательная связь между «осознанием психологических особенностей своего этноса» и «осознанием себя субъектом этнической общности». У гомельских респондентов происходит появление новых двух отрицательных связей (первая – осознание себя субъектом своей этнической общности и осознание тождественности со своей этнической общностью, и вторая – осознание себя субъектом своей этнической общности и осознанием психологических особенностей своего этноса) и исчезновение ранее образованных. Зато на завершающем уровне развития этнического самосознания у гродненских происходит перестройка связей, а у гомельских вновь

появляется множество связей между компонентами этнического самосознания, что подтверждает высказывание В. Ю. Хотинец о том, что этническое самосознание является относительно устойчивой системой, а процесс его развития является динамичным [2].

Литература

1. Хотинец В. Ю. Этническое самосознание – СПб.: Алетейля, 2000г. - 240с.
2. Хотинец В. Ю. Исследование различных форм выраженности этнического самосознания у студентов Удмуртов. // Психологический журнал, 1997.Т.18 №4 С. 36 - 42

RYNEK I MARKETING W SPORCIE

Jarosław Zalejski

Politechnika Białostocka, Białystok, Polska

Prowadzenie działalności gospodarczej na rynku oferującym coraz więcej produktów i usług wymaga od przedsiębiorców zastosowania różnorodnych działań marketingowych, które mają na celu zwiększenie zainteresowania potencjalnych klientów ich ofertą. Działania te służą wzbudzeniu wśród odbiorców zainteresowania produktami, umożliwiają wykreowanie pozytywnego wizerunku ich producentów, a przede wszystkim zwiększają znajomość marki oferowanych towarów, co ma niebagatelne znaczenie i niejednokrotnie znajduje bezpośrednie przełożenie na zwiększenie przychodów i skali działania przedsiębiorcy. W przypadku sportu działania te muszą być prowadzone w taki sposób, aby zainteresować i zmotywować różne grupy społeczne nie tylko do oglądania imprez sportowych, śledzenia informacji na temat wydarzeń sportowych ale również do czynnego uprawiania sportu.

Na rynku sportowym działania te są uzależnione między innymi od:

- liczby widzów oglądających widowiska sportowe,
- wzrastającego zainteresowania mediów transmisjami wydarzeń sportowych,
- coraz wyższej wartości obrotów i zysków generowanych na rynku sportowym,
- kreowania sportowców z wizerunkiem „gwiazdy”,
- rozwoju sponsoringu sportowego,
- globalizacji sportu,
- panującej mody na zgrabną, wysportowaną sylwetkę,
- troski społeczeństwa o zdrowie itp.

RYNEK SPORTOWY I JEGO ELEMENTY

Cechy rynku sportowego i możliwości działań marketingowych zorientowanych na sport podejmowało wielu autorów w swych opracowaniach. W sposób najbardziej kompleksowy opisał je Bernard Mullin w 1985r., który jest uznawany za ojca marketingu sportowego (patrz:tabela 1)

Tabela 1. Cechy rynku sportowego wg B. Mullina

KATEGORIE	CECHY
Rynek	<ul style="list-style-type: none">▪ organizacje sportowe jednocześnie ze sobą współpracują i rywalizują,▪ konsument na rynku sportowym zwykle uważa się za eksperta,▪ występuje wysoka fluktuacja popytu;