

## Специфика этнокультурных ценностей чеченских и ингушских студентов

*Павлова О. С.*

В настоящее время происходит модернизация культурных ценностей народов. Традиционные ценности, характерные для чеченской и ингушской культуры, претерпевают существенные изменения, вызывая разрыв между декларируемыми и реальными ценностными ориентациями. Для изучения этнокультурных ценностей были использованы следующие методики: ранжирование системы ценностей (Ш.Шварц, У.Билски), «Показатели индивидуализма – коллективизма» (Г.Триандис, разработка Л.Г.Почебут), тест «Кто Я?» (М.Куна, Т.Макпартлэнда), неоконченные предложения и этнопсихологический опросник (авторский вариант), «Культурно-ценностный дифференциал» (Г.У.Солдатова).

Изучение этнокультурных ценностей вайнахов проводилось в вузах Чечни, Ингушетии, Москвы и Санкт-Петербурга. В исследовании приняли участие 149 ингушских и 165 чеченских студентов в возрасте от 18 до 25 лет. Значимость обычаев и традиций как фундамента этнокультурных ценностей подтверждалась целым рядом вопросов анкеты. Приоритетным для 43 % ингушской выборки и 50 % чеченской выборки оказались традиции, связанные с взаимоуважением, и в частности, уважением старших, а также тесные родственные отношения и отношения между членами семьи, гостеприимство, свадебный обычай, национальные танцы, кровная месть.

Исследование групповых ценностных ориентаций в структуре автостереотипов чеченцев и ингушей с помощью методической разработки «Культурно-ценностный дифференциал» показало, что для чеченцев среди групповых ценностей наиболее значимы взаимовыручка, верность традициям, миролюбие и сердечность, среди индивидуальных ценностей – са-

мостоятельность, склонность к риску и своеволие. Для ингушей оказались наиболее значимыми групповые ценности: верность традициям и миролюбие, и индивидуальные ценности: самостоятельность и соперничество.

Ранжирование системы ценностей выявило среди наиболее значимых типичные ценности коллективистической культуры: традиционализм, альтруизм, конформизм при высокой значимости самодостаточности. Наименее значимой оказалась в обеих выборках ценность гедонизма.

Изучение ценностей индивидуализма-коллективизма показало, что респонденты распадаются на две большие группы: одна, более склонная к коллективизму, состоит из лиц, постоянно проживающих в Москве и Санкт-Петербурге, причем чеченцы, как мужчины, так и женщины, ближе по своим предпочтениям друг к другу, чем ингуши разного пола. Чеченцы и ингуши, живущие в своих родных местах, больше склонны к индивидуализму. Ингушкам, проживающим в Москве и Санкт-Петербурге, свойственен наивысший уровень коллективизма, а чеченцам, проживающим в Чечне, - наивысший уровень индивидуализма. Таким образом, структура этнокультурных ценностей молодых представителей чеченского и ингушского этносов неоднородна и требует дальнейшего изучения.

## **Этнокультурные стереотипы в процессе подбора персонала**

*Патоша О. И., Черкасова Л. Л.*

Исследование этнокультурных стереотипов в процессе подбора персонала в организациях имеет большое практическое значение, поскольку эффективность функционирования организации напрямую зависит от компетентности работающих в ней сотрудников. В связи с этим остро стоит вопрос о точности подбора персонала. Несмотря на то, что данный процесс является формализованной процедурой, в нём могут проявляться эффекты восприятия человека человеком, которые способны исказить действительность и таким образом приводить к ошибкам в принятии решения о приёме сотрудника на работу.

Сегодня, в условиях глобализации во всём мире происходит трудовая миграция, рынок труда составляют люди различным национальностей, а в России как многонациональной стране это представлено наиболее отчётливо. Это отражается и на процесс подбора персонала, где специалист взаимодействует с людьми различных национальностей. В процессе такого взаимодействия возникают этнокультурные стереотипы, которые оказывают влияние на сам процесс подбора персонала.

Целью нашего исследования было выявить особенности проявления этнокультурных стереотипов в процессе подбора персонала на должность, связанную с работой с клиентами.