

РОЗДІЛ V. ПЕДАГОГІКА ТА ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*Бедулина Г.Ф., к.соц.н., доцент,
доцент кафедри економічної соціології
УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Бернович М.С., магістрант,
член СНИЛ «Экономика и социум»,
УО «Белорусский государственный экономический университет»*

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ СЕЛЬСКИХ ОБУЧАЮЩИХСЯ В
РАМКАХ УЧЕНИЧЕСКИХ БИЗНЕС-КОМПАНИЙ**

**SOCIOLOGICAL ASPECTS OF THE FORMATION OF ENTREPRENEURIAL
COMPETENCIES OF RURAL STUDENTS IN THE FRAMEWORK OF STUDENT
BUSINESS COMPANIES**

Аннотация: в статье проанализирована роль ученических бизнес компаний в деятельности сельских учреждений образования. На основе социологического исследования выявлены факторы и механизмы воздействия ученических бизнес-компаний на формирование предпринимательских компетенций обучающихся.

Ключевые слова: рыночная экономика, система образования, обучающиеся, предпринимательские компетенции, ученические бизнес-компании.

Abstract: the article analyzes the role of student business companies in the activities of rural educational institutions. On the basis of sociological research, the factors and mechanisms of influence of student business companies on the formation of entrepreneurial competencies of students are revealed.

Key words: market economy, education system, students, entrepreneurial competencies, the student business of the company.

Постановка проблемы. Развитие предпринимательской деятельности и, особенно, молодежного предпринимательства является одним из приоритетных направлений социальной политики Республики Беларусь. Исследования свидетельствуют, что в сельскохозяйственных организациях закрепляется только около 30 % молодых специалистов, отработавших два года после государственного распределения выпускников учреждений образования. Это свидетельствует о необходимости принятия дополнительных мер не только по решению социально-экономических проблем развития села, но и по усилению профессиональной ориентации в сельских школах [1, с. 19].

Анализ последних исследований и публикаций. Анализируя опыт и научные исследования, имеющие отношение к формированию экономической и предпринимательской культуры обучающихся, необходимо отметить, что существует достаточное количество научных исследований по данной проблеме. Значительный вклад в ее научное обоснование и разработку практических рекомендаций внесли отечественные ученые. Л.И.Шумская исследует проблемы обучения предпринимательству современных

обучающихся. Работы Л.Н. Давыденко посвящены вопросам формирования культуры личности учащихся в процессе экономического образования и воспитания. М.А. Краснова занимается изучением особенностей функционирования ученических бизнес-компаний. Научные публикации Г.Ф. Бедулиной посвящены формированию предпринимательских компетенций учащейся молодежи в условиях социального партнерства [2, с. 117].

Однако, несмотря на то, что данная проблема широко исследуется целой плеядой зарубежных и белорусских ученых, имеющиеся исследования чаще всего освещают общие вопросы экономической культуры. Практически отсутствуют научные исследования в области разработки организационно-управленческих механизмов, создания условий и среды по формированию предпринимательской культуры обучающихся [2, с.117].

Существование тесной связи между общим экономическим развитием общества и индивидуальной экономической зрелостью человека является неоспоримой истиной. В связи с этим воспитание бережливого, рачительного хозяина, который осознанно и рационально относится к потреблению материальных благ, является актуальной задачей, стоящей перед современными педагогами. Грамотно организованный педагогический процесс позволит решить дидактические задачи, стоящие перед педагогом при формировании у обучающихся основ экономических знаний.

Многочисленные аспекты проблемы формирования предпринимательских компетенций учащейся молодежи требуют всестороннего изучения, планирования организационно-педагогических этапов ее решения.

Изложение основного материала. Сегодня в Республике Беларусь в учреждениях общего среднего образования активно внедряется практико-ориентированный подход по обучению учащихся основам предпринимательства через вовлечение их в деятельность ученических бизнес-компаний, создающихся как структурные подразделения учреждений образования. В школах республики функционирует более 270 ученических бизнес-компаний [1, с. 5].

Ученическая бизнес-компания (далее по тексту УБК) создается на базе учреждения общего среднего образования согласно Положения об УБК, которое, разработано и предложено как базовое для учреждений образования в соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О Государственной программе «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016 – 2020 годы» от 23 февраля 2016 г. № 149. В первой главе «Общие положения», определено, что: ученическая бизнес-компания – это объединение по интересам организуемое в учреждении общего среднего образования, учреждении дополнительного образования детей и молодежи (далее – учреждения образования) с целью развития предприимчивости, формирования практических навыков предпринимательской деятельности и других необходимых для успешной самореализации личностных качеств, способностей и компетенций обучающихся. Деятельность УБК не является предпринимательской [4, с. 44].

С целью изучения уровня предпринимательских компетенций учащейся молодежи и анализа роли ученических бизнес-компаний в этом процессе в марте 2019 г. студентами кафедры экономической социологии Белорусского государственного экономического университета проведено социологическое исследование «Роль ученических бизнес-компаний в формировании предпринимательских компетенций учащихся сельских школ Минской области». Заказчиком явилось УО «Минский областной институт развития образования». Исследование проводилось по разведывательному плану, требования к

репрезентативности выборки не соблюдалось. В ходе исследования был проведен анкетный опрос учеников, обучающихся 8-11 классов сельских учреждений общего среднего образования Минской области (далее по тексту ГУО), членов ученических бизнес-компаний: ГУО «Учебно-педагогический комплекс Ляденский детский сад-средняя школа» Червенского района, ГУО «Петковичский учебно-педагогический комплекс ясли-сад – средняя школа» Дзержинского района, ГУО «Житьковская средняя школа Борисовского района», ГУО «Смолевичская районная гимназия», ГУО «Средняя общеобразовательная школа № 4» Дзержинского района, ГУО «Радошковичская школа-интернат для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей» Молодечненского района, ГУО «Староюрковичский учебно-педагогический комплекс детский сад-средняя школа Любанского района», ГУО «Мядельский учебно-педагогический комплекс детский сад – средняя школа» Мядельского района. Было опрошено 280 респондентов. Среди них 60% (168 человек) – юноши и 40% (112 человек) – девушки. Возраст респондентов (13-17 лет), средний возраст – 15 лет.

Для выявления у старшеклассников необходимости в знаниях о предпринимательской деятельности был задан соответствующий вопрос (табл. 1).

Таблица 1

Необходимость в знаниях о предпринимательской деятельности у старшеклассников
(в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы учащихся	%
Как Вы считаете, современному старшекласснику необходимо знать основы предпринимательской деятельности?	Да	80,0
	Скорее да	15,0
	Затрудняюсь ответить	5,0
	Скорее нет	0,0
	Нет	0,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Опрос показал, что затронутая тематика отражает актуальные потребности современных сельских школьников в знаниях о предпринимательстве на это указало 80 % опрошенных. Тем не менее 15% респондентов выразили неуверенность и отметили, что скорее нуждаются в овладении основами предпринимательства, а 5% затруднились ответить на вопрос. Следует отметить, что никто из участников опроса не стал отрицать важность данного курса в образовательной программе.

Для выяснения того, как учащиеся понимают термин «предпринимательство» респондентам было предложено для выбора несколько определений (табл. 2).

Результаты ответов показали, что определение предпринимательства как работы с целью поиска новых путей решения проблем, стоящих перед людьми, организациями, страной в целом – выбрало 45% опрошенных. На второй позиции с не большим отрывом 35% респондентов, которые высказали мнение том, что предпринимательство – это деятельность, направленная на получение прибыли. 15% участников опроса определили это понятие как способ стимуляции трудовой деятельности граждан. И только 5 % согласились с тем, что предпринимательство связано с эффективным управлением производства и использованием новых технологий. Можно сделать вывод о том, что в основном сельские старшеклассники понимают этот термин как нечто инновационное и прогрессивное, а также возможность получения от этой деятельности прибыли.

Таблица 2

Выбор определения термина предпринимательства (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы учащихся	%
Определение предпринимательства, которые наиболее точно раскрывают его содержание:	Предпринимательство – это деятельность, направленная на получение прибыли	35,0
	Предпринимательство – это работа с целью поиска новых путей решения проблем, стоящих перед людьми, организациями, страной в целом	45,0
	Предпринимательство – способ стимуляции трудовой деятельности граждан	15,0
	Предпринимательство – эффективное управление производством с использованием новых технологий сбыта	5,0
	Другое	0,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Для выявления желания сельских старшеклассников в будущем открыть собственное дело респондентам было предложено выбрать соответствующие ответы (табл. 3).

Таблица 3

Желание открыть собственное дело (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Возникло ли у Вас желание после окончания школы открыть собственное дело, заняться частным бизнесом?	Да	75,0
	Нет	15,0
	Затрудняюсь ответить	10,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Подавляющее большинство, 75% участников опроса, высказалось утвердительно за желание после окончания школы открыть собственное дело. Только для 15% респондентов собственный бизнес в будущем не входит в жизненные планы; а 10% опрошенных затруднилось с ответом. Результаты ответов позволяют сделать вывод о том, что большинство сельских школьников заинтересованы в развитии своего бизнеса в будущем, однако еще необходима просветительская работа по формированию положительного образа предпринимателя, в работу ученических бизнес-компаний необходимо больше включать практико-ориентированные занятия, построенные на позитивном примере ведения бизнеса в регионах.

Для того, чтобы выявить интересующие сферы предпринимательской деятельности в сельских регионах был предложен перечень видов предпринимательства (табл. 4).

Среди ответов респондентов первую позицию занимает желание заняться ремонтом автомобилей 25%. У 15% сельских ребят есть интерес к развитию бизнеса в сфере общественного питания; 15 % соответственно выделили сферу промышленности и 15 % торговлю; 10% ответили, что хотели бы открыть бизнес в сфере спорта; 5% в будущем связывают себя с гостиничным бизнесом. Только 5% не определились с выбором. Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы: большинство сельских учащихся хотят заниматься предпринимательством и владеют информацией о его формах.

Интерес к предпринимательским сферам в сельской местности (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Предпринимательская деятельность в какой сфере Вам наиболее интересна?	Агро-, эко- усадьбы	0,0
	Бытовое обслуживание (химчистки, ремонт обуви, одежды и т.п.)	0,0
	Гостиничный бизнес	5,0
	Здравоохранение	0,0
	Косметические услуги, маникюр и т.п.	0,0
	Образовательные услуги, репетиторство	0,0
	Общественное питание (кафе, рестораны и т.д.)	15,0
	Операции с недвижимым имуществом	0,0
	Охота, рыболовство, рыбоводство	0,0
	Парикмахерские услуги	10,0
	Промышленность, производство товаров, продуктов и т.д.	15,0
	Ремонт автомобилей	25,0
	Связь, телекоммуникация	0,0
	Сельское хозяйство	0,0
	Торговля	15,0
	Транспорт (перевозки пассажиров, грузов и т.д.)	0,0
Услуги в сфере культуры	0,0	
	Физическая культура и спорт (спортивные клубы, тренировки и т.п.)	10,0
	Финансовая деятельность (финансы, кредит, страхование)	0,0
	Другое	5,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Разумное и рациональное ведение дела невозможно без определенных качеств необходимых предпринимателю и незаменимых в бизнесе. Респондентам было предложено выбрать эти качества из предложенного списка (табл. 5).

Таблица 5

Важные качества предпринимателя (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Как Вы думаете, что самое важное для предпринимателя?	Самостоятельность	20,0
	Предприимчивость	20,0
	Инновации	10,0
	Коммуникабельность и сотрудничество	20,0
	Планирование и прогнозирование	25,0
	Другое	5,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Как можно увидеть по таблице респонденты смогли определить как важные следующие качества: 25% отметили планирование и прогнозирование; 20 % выделили предприимчивость и такое же количество учащихся выбрали самостоятельность. И только 10 % респондентов высказались за инновации, а 5 % выбрали иные качества. Можно утверждать, что в сознании сельских обучающихся сформировано представление о предпринимательской деятельности, на это указывает такой благоприятный факт: у респондентов одним из главных для предпринимателя являются знания основ планирования

и прогнозирования, умение налаживать контакты с людьми и сотрудничать, что необходимо для ведения успешного бизнеса.

Важно, что все старшеклассники сельских учреждений, участники опроса, являются членами ученических бизнес-компаний (табл. 6).

Таблица 6

Участие в бизнес-компаниях (в % от числа опрошенных)

Вопросы анкеты	Ответы	%
Вы участвуете в деятельности ученической бизнес-компания?	Да	100,0
	Нет	0,0
	Другое	0,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Для выявления значимых людей и условий, которые повлияли на решение вступить в ученическую бизнес-компанию, респондентам было предложено ответить на соответствующий вопрос (табл. 7).

Таблица 7

Кто повлиял на Ваше решение вступить в бизнес-компанию (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Кто повлиял на Ваше решение вступить в ученическую бизнес-компанию?	Принял(а) самостоятельно решение	40,0
	Родители	10,0
	Классный руководитель	25,0
	Друзья	15,0
	Другое	5,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Результаты ответов распределились в следующей последовательности: 40% респондентов приняли самостоятельно решение вступить в ученическую бизнес-компанию; у 25 % на это решение повлиял классный руководитель; у 15% опрошенных – друзья; и только у 10% респондентов на этот процесс оказали влияние родители. Следует отметить, что цифры показывают, что учащиеся реально для себя видят преимущества ученической бизнес-компания, что в сельской школе данное структурное подразделение показывает свою эффективность и имеет авторитет у старшеклассников.

Участникам опроса было предложено выбрать те навыки, которые помогло сформировать участие в ученической бизнес-компаниях (табл. 8).

Таблица 8

Навыки, которые формирует ученическая бизнес-компания (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Какие навыки помогло Вам сформировать участие в ученической бизнес-компаниях?	Ценить важность финансовых ресурсов и их ответственного использования	20,0
	Познавать принципы финансовой этики	5,0
	Определять важность баланса между жизненными реалиями и профессиональным выбором	10,0
	Умение планировать	35,0
	Работать в команде	10,0
	Лидерские качества	0,0
	Экономическая грамотность	5,0
	Другое	15,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

35 % членов ученических бизнес-компаний, отмечают, что в наибольшей степени развили навыки планирования, а 20 % указали на навыки умения ценить важность финансовых ресурсов и их ответственного использования. И это естественно, так как известно, что на первых этапах становления своего бизнеса необходимы знания по составлению подробного бизнес-плана, а для этого нужно учитывать макро и микроэкономические факторы, состояние рынка в выбранной нише. Только 10 % респондентов отмечают, что участие в ученических бизнес-компаниях развивает навыки командной деятельности, принятия решений. Вместе с тем следует отметить, что сельские старшеклассники не указали на лидерские навыки. Это можно интерпретировать так: ученические бизнес-компании не в полной мере взаимодействуют с рынком, что снижает эффективность обучения. Необходимо включать в работу данной структуры вопросы фермерского и сельского хозяйства как направления бизнеса, проводить занятия по «Культуре сельского предпринимателя», делать обзоры «Лучшие практики сельского региона».

Респондентам было предложено ответить на вопрос: «Повлияло ли участие в ученической бизнес-компании на решение в будущем открыть собственное дело, заняться частным бизнесом?» (табл. 9).

Таблица 9

Влияние ученической бизнес-компании на открытие в будущем собственного дела (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Повлияло ли участие в ученической бизнес-компании на решение в будущем открыть собственное дело, заняться частным бизнесом?	Да	40,0
	Скорее да, чем нет	30,0
	Нет	15,0
	Скорее нет, чем да	15,0
	Затрудняюсь ответить	0,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Участники опроса отмечают, что участие в ученической бизнес-компании повлияло на принятие решения в будущем открыть собственное дело (40 % утвердительно ответили на данный вопрос, 30% указали, что скорее да, чем нет). Это свидетельствует о том, что сельская молодежь понимает значимость предпринимательства как социального и экономического явления, что очень важно, поскольку именно молодые люди в большей степени склонны к инновационной деятельности, созданию своего дела и имеют большой запас энергии и времени на долгосрочное развитие своего бизнеса. Можно сделать вывод о том, что ученическая бизнес-компания по сути является стартовой площадкой для выпускников сельских школ, старшеклассники адекватно оценивают свои силы и желают заниматься предпринимательской деятельностью в будущем.

Для того, чтобы определить роль ученических бизнес-компаний в профессиональном самоопределении, респондентам было предложено ответить на вопрос: «На Ваш взгляд, участие в ученической бизнес-компании поможет ли Вам определиться с выбором будущей профессии?» (табл. 10).

Влияние бизнес-компании на выбор будущей профессии (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
На Ваш взгляд, участие в ученической бизнес-компании по может ли Вам определиться с выбором будущей профессии?	Да	45,0
	Скорее да, чем нет	30,0
	Скорее нет, чем да	0,0
	Нет	15,0
	Затрудняюсь ответить	5,0
	Другое	5,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Ответы распределились таким образом: респонденты положительно ответили на вопрос (45% – «да», 30 % – «скорее да»). Можно предположить, что полученные навыки, знания и представления помогают учащимся получить информацию о востребованных профессиях, делать самостоятельный выбор. Например, те ученики, которые имеют склонность к предпринимательской деятельности, получают первичный практический опыт и необходимые умения для принятия решения стать предпринимателем. Ученическая бизнес-компания для сельской молодежи является не только игрой, но и реальной платформой, которая помогает сформировать представления о профессиональной пригодности, реально оценить свои способности и возможности, соотнести их с миром профессий, моделировать собственное экономическое поведение.

Среди важных задач стояло определение того, чувствуют ли участники ученической бизнес-компании преимущество в знаниях и жизненных навыках по сравнению со сверстниками, не имеющими данного опыта (табл. 11).

Преимущества участия в школьной бизнес-компании (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Дают ли Вам навыки, полученные в ходе участия в ученической бизнес-компании, преимущество по сравнению с теми школьниками, которые не участвовали в них?	Да	35,0
	Скорее да	25,0
	Затрудняюсь ответить	20,0
	Скорее нет	5,0
	Нет	15,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Выявлено, что 60 % респондентов считают, что имеют преимущество перед теми, кто такого опыта не имеет. Предполагается, что молодые люди видят участие в ученической бизнес-компании как деятельности, которая приносит им преимущества за счет развития способностей и умений быть предприимчивым, самостоятельным, креативным, работать в коллективе, нести ответственность за свои действия и получать представление о предпринимательской деятельности на практике, получать знания о своих способностях и склонностях для профессиональной ориентации т.д. Все это говорит в пользу ученических бизнес-компаний как одного из компонентов формирования новых компетенций сельских школьников в условиях рыночной экономики.

Участникам опроса было предложено оценить в целом деятельность ученической бизнес-компанией (табл. 12).

Оценка учащимися деятельности ученической бизнес компании (в % от числа опрошенных)

Вопрос анкеты	Ответы	%
Как Вы в целом оцениваете деятельность ученических бизнес-компаний?	Положительно	85,0
	Нейтрально	15,0
	Отрицательно	0,0

Примечание – Источник: собственная разработка.

Данные ответов показывают, что 85 % опрошенных положительно оценивает деятельность ученических бизнес-компаний, что свидетельствует о том, что данное структурное подразделение для сельских школьников становится все более престижным, интересным, понятным и узнаваемым, которое приносит дополнительное образование.

Выводы. Результаты исследования, направленного на выявление роли ученических бизнес-компаний в формировании предпринимательских компетенций учащихся сельских учреждений общего среднего образования, показали следующее:

1) участие в деятельности ученических бизнес-компаний позволяет учащимся находить для себя интересные и полезные стороны деловой жизни, сформировать интерес и желание в дальнейшем создать свое собственное дело;

2) члены ученических бизнес-компаний получают навыки, позволяющие адекватно и точно оценивать альтернативу труда «на организацию» и труда «на себя»; формируют правильные представления о том, что обладание предпринимательскими компетенциями позволяет приобрести те полезные свойства и качества, которые им понадобятся для жизнедеятельности;

3) ученическая бизнес-компания способствуют развитию предприимчивости, социально-культурных и экономических компетенций учащихся. Однако, необходимым является включение в программы занятий по формированию лидерских навыков, дать возможность на практике развивать навыки администрирования, делегирования полномочий и других важных обязанностей предпринимателя;

4) ученическая бизнес-компания дает ряд преимуществ и выгодных сторон для социализации сельской молодежи это: возможность научиться ориентироваться в современном мире предпринимательской деятельности; определиться с правильным выбором будущей профессии; возможность в будущем стать компетентным работником или предпринимателем с соответствующими качествами и способностями; получить навыки налаживать общение, реализовывать свои интеллектуальные и творческие способности; умение реализовывать свои желания и инициативы на собственное благо и обществу.

В целом анализ роли ученических бизнес-компаний в формировании предпринимательских компетенций сельских обучающихся показал, что выпускники учреждений общего среднего образования интересуются предпринимательской деятельностью, считают обучение в данной сфере полезным как для своего дела, так и для профессиональной карьеры в будущем.

Список использованных источников

1. Бедулина Г.Ф. Формирование предпринимательских компетенций и навыков деловой активности обучающихся как основы профессионального выбора. Минск: РИВШ, 2017. 258 с.

2. Бедулина Г.Ф. Инновационная деятельность педагогов по формированию предпринимательской культуры обучающихся. *Подільський науковий вісник. Науки: економіка, педагогіка*. 2018. № 4. С.117-123.

3. Студенческое бизнес-тьюторство для развития предприимчивости и обучения школьников основам предпринимательства. Минск: РИВШ, 2018. 137 с.

Naumov D.I., doktor nauk socjologicznych, docent,

Kierownik Katedry Socjologii Ekonomicznej,

Białoruski Państwowy Uniwersytet Ekonomiczny;

Savitski K.V., student II roku,

programy magisterskiej „Socjologia sfery publicznej i gospodarczej”

Narodowy Uniwersytet Badawczy „Wyższa szkoła ekonomii”

PROBLEM FORMOWANIA I TRANSLACJI TRAUMY KULTUROWEJ: ASPEKT METODOLOGICZNY

THE PROBLEM OF FORMATION AND TRANSLATION OF CULTURAL TRAUMA: METHODOLOGICAL ASPECT

Abstrakt. W artykule zostały przeanalizowane problemy związane z tworzeniem i translacją traumy kulturowej w ramach określonej społeczności, rozpatrzone możliwości epistemologiczne teorii pamięci kulturowej w zakresie identyfikacji i badania tego zjawiska w określonym kontekście historycznym.

Słowa kluczowe: trauma kulturowa, pamięć kulturowa, historia najnowsza.

Abstract. The article analyzes the problems of the formation and translation of cultural trauma in the framework of a particular community, examines the epistemological possibilities of the theory of cultural memory to identify and study this phenomenon in a specific historical context.

Key words: cultural trauma, cultural memory, recent history.

Określenie problemu. Dla większości krajów świata epoka nowego czasu stała jednym z najbardziej kontrowersyjnych i problematycznych etapów rozwoju historycznego. Wielu polityków i wydarzenia historyczne z tego okresu do tej pory wywołują sprzeczne oceny jak ze strony specjalistów w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych (historyków, politologów, socjologów itd.), zarówno i ze strony publiczności. Dotyczy to szczególnie krajów Europy Środkowej i Wschodniej, które różnią się znacznie pod względem dziedzictwa historycznego, etnicznej i religijnej struktury społeczeństwa. Ludność tego regionu w ubiegłym stuleciu wielokrotnie okazywało się w sytuacji radykalnej transformacji instytucjonalnych i społeczno-kulturowych ram życia publicznego.

Wojny światowe, rewolucje polityczne, kryzysy gospodarcze i społeczne w wielu krajach europejskich są nadal postrzegane jako czynniki prowokujące powstawanie traum kulturowych. Przy tym one są nie tylko powodują zaciekle dyskusje w środowisku eksperckim na temat ich przyczyn, a także późniejszego wpływu na polityczne, społeczno-ekonomiczne i społeczno-kulturowych procesów w regionie Europy Środkowej i Wschodniej, stanowią symboliczną