

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОРИЕНТИРЫ НАРОДОВ СОВРЕМЕННОЙ МОНГОЛИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)\*

На материалах конкретного социологического обследования в Монголии дается анализ традиционных и современных социокультурных ориентиров народов Монголии в разных типах поселений и возрастных группах. Показано, что наиболее значимыми остаются ориентации на хорошие отношения с друзьями, соседями и коллегами по работе, а также на сохранение этнических традиций.

*Ключевые слова:* социокультурные ценности, возрастные поколения, тип поселения, традиции, этнокультурные ценности, семейно-брачные отношения.

Социокультурные ориентиры людей играют важную роль в развитии общества, определяя поведение и деятельность индивидов, формируя особенности культуры отдельных социальных групп, народов и цивилизаций. Являясь относительно устойчивыми образованиями, детерминированными объективными условиями жизни социальных субъектов, эти ориентиры с течением времени претерпевают определенные изменения, особенно сильные – в период качественных трансформаций, к которым можно отнести современный процесс глобализации и интенсивных цивилизационных взаимодействий. Перемены в социокультурных ориентирах чаще всего происходят не синхронно с переменами в объективной социально-экономической и политической среде жизни субъектов, что вызывает противоречия и напряжения в их жизнедеятельности. Особенно значимы эти противоречия у народов, вплоть до нынешнего времени сохранивших многие элементы традиционного образа жизни. Им приходится решать сложную задачу оптимизации целей сохранения своей этнокультурной самобытности и модернизации в условиях интенсивного воздействия мировых эконо-

мических, социальных, культурных, политических процессов.

К числу таких народов принадлежат и народы современной Монголии, претерпевшей в течение последнего столетия две крупнейшие трансформации: от общинного строя к социалистическому – в прошлом веке, и от социализма к капитализму – в современных условиях. Причем исход нынешних трансформаций еще далеко не предрешен. Немаловажную роль здесь играет и геополитическое положение Монголии между Китаем, реализующим идеи социализма, и Россией, перешедшей на капиталистический путь развития, и шире – между Востоком и Западом.

По данным статистики, население Монголии в 2010 г составляло 2780,8 тыс. чел., из них 41,4 % сконцентрировано в столице – г. Улан-Баторе. В городской местности в целом проживает около 63 % жителей. Страна молодая по возрастной структуре: 27,3 % ее населения моложе 14 лет и около 30 % составляет молодежь в возрасте 15–29 лет [Mongolian Statistical Yearbook..., 2011. P. 86].

Монголия – индустриально-аграрная страна, в жизни народов которой – халхов, ойра-

---

\* Работа выполнена при финансовой поддержке проекта «Международный конкурс РГНФ – МинОКН Монголии “Монгольский мир: между Востоком и Западом”» (проект № 10-03-00865 а/Г).

тов, казахов и других – переплетаются традиционные и нетрадиционные (в той или иной мере относящиеся к современности) ценности. При этом можно предполагать, что базовые ценности – у младшего поколения (до 30 лет), сформировавшиеся в период перехода к рыночной экономике, менее традиционны, чем у поколения старшего. Радикальные рыночные реформы не могли не отразиться на сознании людей старших возрастов, но это влияние накладывается на уже имеющуюся систему ценностей, которую нужно было адаптировать к возникшим переменам.

Именно эти вопросы трансформации традиционных и формирование новых, нетрадиционных ценностей и стали предметом социологического исследования, проведенного в 2009 г. в Монголии. Массовый социологический опрос населения Монголии проведен под руководством Ю. В. Попкова, зав. сектором этносоциальных исследований Института философии и права СО РАН (со-руководитель с монгольской стороны – директор Института исследований монгольского Алтая, профессор Х. Цоохуу). Опрошено 300 чел., из которых халхи составляют 61 %, другие монголы – 25 %, казахи – 14 %.

В данной статье анализируются некоторые результаты проведенного исследования, относящиеся к проблематике социокультурных ориентиров, в аспекте сопоставления традиционных и нетрадиционных ценностей у младшего и старшего поколений, жителей городских и сельских поселений.

Система традиционных социокультурных ориентиров представлена рядом взаимосвязанных характеристик, которые описывают сохранение традиционного уклада жизни под влиянием соответствующих общественных отношений и типа личности.

Аналогичное описание можно распространить и на нетрадиционные социокультурные ценности, но здесь рассматривается не сохранение, а разная степень проникновения в сознание людей тех или иных характеристик, составляющих новое поле ценностей.

### **Социокультурные ориентеры населения в разных типах поселений**

В связи с тем, что в Улан-Баторе сосредоточена основная масса городского насе-

ления (около 40 из 63 % всего городского населения), мы выделили этот город в группу с наиболее «продвинутыми» социокультурными ценностями и рассматривали его население как референтную группу всего городского населения Монголии.

В ходе анализа мы выделили три этнические группы респондентов: халхи (как правило, живущие в Восточной и Центральной Монголии), представители ойратов (западные монголы) и казахи (как правило, живущие в Западной Монголии).

В систему традиционных социокультурных ориентиров включено 15 характеристик, которые условно разбиты на четыре подгруппы, описывающие социально-личностные, этнокультурные, семейно-брачные и пространственно-хозяйственные отношения (табл. 1).

Анализ социокультурных ориентиров направлен на выявление устойчивых и наиболее четко выраженных характеристик. Поэтому рассматривались только ответы «очень важно». Хотя при социологическом опросе были включены и другие варианты ответов: «не очень важно» и «совсем не важно». Выбор ответа «очень важно» в наибольшей степени соответствует реализации задач исследования.

Для населения Монголии самым главным в системе традиционных социокультурных ориентиров являются социально-личностные показатели или ценности: желание быть здоровым, заниматься спортом, быть хорошим специалистом, иметь хорошие отношения с соседями, быть независимым. Это свойственно и городским, и сельским жителям при небольших этнических различиях, касающихся сельских казахов (они в меньшей степени ориентированы на независимость и занятие спортом). Городские ойраты, по сравнению с сельскими, в меньшей степени ориентированы на независимость и в большей – на занятие спортом.

Второе место по значимости среди традиционных социокультурных ориентиров занимают этнокультурные характеристики. В этой группе имеют место различия в ориентациях между городскими и сельскими жителями. Сельские жители в большей степени ориентированы на традиционные этнокультурные ценности. Городская культура со своим разнообразием и присутствием массовой культуры оказывает влияние на сохранение традиционных этнокультурных

Таблица 1

Традиционные социокультурные ориентиры у народов Монголии  
в разных типах поселения, % ответов «очень важно»

Традиционные социокультурные ориентиры	Тип поселения						
	Улан-Батор			сельские населенные пункты			
	халхи	ойраты	все	халхи	ойраты	казахи	Все
<b>Социально-личностные</b>							
Заботиться о своем здоровье, тратить много времени и средств на медицину, нужные лекарства	98	100	98	93	95	94	94
Иметь хорошие отношения с соседями, друзьями, коллегами по работе	92	97	93	99	83	80	91
Заниматься физкультурой и спортом	84	87	85	72	57	43	63
Жить скромно, но ни от кого не зависть, никому не подчиняться	84	68	80	90	86	66	84
Быть хорошим, рядовым специалистом, профессионалом	72	71	71	73	81	60	73
<b>В среднем по группе</b>	<b>86</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>86</b>	<b>80</b>	<b>69</b>	<b>81</b>
<b>Этнокультурные</b>							
Соблюдать традиции, обычаи	73	81	74	97	90	69	89
Потреблять привычные продукты национальной кухни, напитки	57	65	57	88	76	60	80
Жить среди людей своего народа, рода	63	58	61	85	76	54	77
Иметь и носить традиционную национальную одежду, обувь	39	42	40	81	69	46	71
Выполнять религиозные обряды	27	10	22	55	52	51	54
<b>В среднем по группе</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>81</b>	<b>73</b>	<b>56</b>	<b>74</b>
<b>Семейно-брачные</b>							
Иметь мужа (жену)	70	81	73	91	90	54	84
Иметь много детей (3 и более)	37	48	39	61	55	37	54
Не работать, заниматься домом, своим хозяйством, воспитанием своих детей, увлечениями	12	6	11	31	17	31	27
<b>В среднем по группе</b>	<b>40</b>	<b>45</b>	<b>41</b>	<b>61</b>	<b>54</b>	<b>41</b>	<b>55</b>
<b>Пространственно-хозяйственные</b>							
Иметь свой скот, свое хозяйство	19	19	19	81	60	49	69
Жить в сельской местности	9	13	10	54	33	20	42
<b>В среднем по группе</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>68</b>	<b>46</b>	<b>34</b>	<b>56</b>

ценностей. Этнические различия выражаются в том, что сельские казахи по сравнению с монголами (халхами и ойратами) в целом в меньшей степени ориентированы на этнокультурные ценности.

Семейно-брачные ценности по важности занимают только третье место. Наблюдается преобладающая ориентация на них среди

сельского населения. Этнические различия выражаются в том, что городские ойраты по сравнению с халхами в большей степени ориентированы на супружество и многодетность, а сельские ойраты при одинаковом отношении к супруеству в меньшей степени склонны к многодетности. Следует отметить, что у сельских казахов по сравнению с

ойратами доля считающих очень важным иметь мужа (жену) и много детей меньше на 26 и 18 % соответственно. В этой группе ориентиров высока ценность супружества.

Четвертая группа ценностей, условно названная традиционной пространственно-хозяйственной и характеризующая ориентации на проживание в сельской местности и содержание скота и своего хозяйства, также большее распространение имеет среди сельского населения. Вместе с тем 9 % халхов и 13 % ойратов, живя в городе, считают очень важным жить в сельской местности. Возможно, это связано с недавним переездом в город и проблемами адаптации к городским

условиям. Они могут быть потенциальными мигрантами в сельскую местность.

В систему нетрадиционных социокультурных ориентиров включено 11 характеристик, которые условно разбиты на четыре подгруппы, описывающие социально-личностные, социокультурные и пространственно-хозяйственные отношения, миграционные намерения (табл. 2).

Среди нетрадиционных ориентиров на первом месте стоят ценности, связанные с расширением информационного поля через Интернет, телевидение, газеты, радио, а также с увеличением возможностей для повышения культурного уровня. Эти ориен-

Таблица 2

Нетрадиционные социокультурные ориентиры у народов Монголии в разных типах поселений, % ответов «очень важно»

Нетрадиционные социокультурные ориентиры	Тип поселения						
	Улан-Батор			сельские населенные пункты			
	халхи	ойраты	все	халхи	ойраты	казахи	Все
<b>Социокультурные</b>							
Иметь компьютер, доступ в Интернет, к современным средствам связи	75	87	78	79	76	63	75
Иметь доступ к телевидению, радио, газетам, смотреть фильмы и слушать музыку	66	58	63	89	69	66	80
<b>В среднем по группе</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>70</b>	<b>84</b>	<b>73</b>	<b>64</b>	<b>77</b>
<b>Пространственно-хозяйственные</b>							
Иметь благоустроенное жилье (с центральным отоплением, водоснабжением, электричеством, канализацией)	85	87	85	69	69	74	70
Жить в городских условиях	55	55	54	24	33	54	33
Иметь автомобиль	53	45	48	66	57	66	64
Быть богатым, иметь большой доход	44	42	44	63	52	49	57
<b>В среднем по группе</b>	<b>59</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>56</b>	<b>53</b>	<b>61</b>	<b>56</b>
<b>Социально-личностные</b>							
Быть руководителем, начальником, занимать видный пост	30	42	33	11	12	46	18
Быть хозяином, работодателем, иметь собственное дело (предприятие, фирму)	31	35	33	54	55	31	50
Участвовать в политической жизни	15	23	17	26	12	23	22
<b>В среднем по группе</b>	<b>25</b>	<b>33</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>33</b>	<b>30</b>
<b>Миграционные</b>							
Путешествовать, отдыхать за рубежом	31	19	29	24	26	31	26
Временно жить и работать в другой стране	25	23	25	16	19	31	20
<b>В среднем по группе</b>	<b>28</b>	<b>21</b>	<b>27</b>	<b>20</b>	<b>23</b>	<b>31</b>	<b>23</b>

тиры являются приоритетными как для городских, так и для сельских жителей, причем для последних они важны в большей степени. Видимо, это связано с условиями сельской жизни, где они доступны в меньшей степени, поэтому в них люди чувствуют особую потребность. Выделяются сельские халхи: среди них 89 % считают, что очень важно иметь доступ к телевидению, радио, газетам, смотреть фильмы и слушать музыку.

На втором месте по значимости находятся пространственно-хозяйственные ценности, причем у городского и сельского населения они существенно различаются: для горожан в большей степени важно иметь благоустроенное жилье и жить в городских условиях, а для сельчан – иметь автомобиль и быть богатым. Несмотря на это, среди сельских жителей, так же как и среди городских, самым важным в пространственно-хозяйственных ориентациях является ценность благоустроенного жилья. Сельские жители считают также очень важным жить в городских условиях. Они могут являться потенциальными мигрантами: среди халхов таковых 24 %, среди ойратов – 33, среди казахов – 54 %.

Сельские жители в большей степени, чем городские, хотят иметь автомобиль. Это связано с транспортными и хозяйственными проблемами села. Стремление к богатству, большим доходам обусловлено экономическими проблемами села и невысоким уровнем жизни. Этнические различия выражаются в том, что сельские халхи в большей степени, чем ойраты, хотели бы иметь автомобиль и большой доход, и в меньшей степени ориентированы на проживание в городских условиях.

Третье место среди нетрадиционных социокультурных ориентиров занимают социально-личностные характеристики, связанные с карьерой. Среди городских жителей больше стремление к статусу руководителя, а среди сельских – к собственному делу, хозяйству. Этнические различия выражаются в том, что в городе на руководящие должности в большей степени ориентированы ойраты, в сельской местности – казахи.

На последнем месте стоят миграционные ориентации, связанные с внешней миграцией. Они присутствуют в одинаковой мере в городе и селе при небольших этнических различиях. Их придерживаются примерно

четверть населения страны. Ориентация на путешествия и отдых за рубежом, временную жизнь и работу в другой стране (при сложном экономическом положении Монголии) свидетельствует о желании возрождения и включения в общее цивилизационное пространство.

### **Социокультурные ориентиры населения в разных возрастных группах**

Анализ социокультурных ориентиров младшего и старшего поколений и различий в ценностных ориентациях между ними показывает интенсивность восприятия и направление изменений. За младшим поколением – будущее развитие общества.

Отношение младшего и старшего поколений к традиционным социокультурным ценностям по приоритетности занимаемых мест совпадает с отношением к ним у городского и сельского населения (см. табл. 1): первое место – социально-личностные характеристики, второе – этнокультурные, третье – семейно-брачные и четвертое – пространственно-хозяйственные (табл. 3).

Сравнение отношения к традиционным социокультурным ценностям у младшего и старшего поколений показывает, что в среднем наибольшие различия наблюдаются по группе пространственно-хозяйственных характеристик. На втором и третьем местах находятся этнокультурные и ценности, связанные с семейно-брачными отношениями соответственно. Минимальные различия наблюдаются по группе ценностей, связанных с социально-личностными характеристиками.

Молодежь в меньшей степени ориентирована на проживание в сельской местности и желание иметь свой скот. У монголов это проявляется в большей степени, чем у казахов, а у халхов – в большей степени, чем у ойратов.

Старшее поколение в большей степени, чем младшее поколение, ориентировано на этнокультурные ценности. У монголов это прослеживается более четко по сравнению с казахами, а у халхов – больше, чем у ойратов.

На семейно-брачные ценности младшее поколение ориентировано в меньшей степени. Максимальные различия касаются ориентации на многодетность, особенно у хал-

хов и казахов. По поводу супружества максимальные различия наблюдаются у ойратов.

Ориентация на ценности, связанные с социально-личностными характеристиками, у младшего и старшего поколений имеет минимальные различия при более ощутимой этнической дифференциации. У халхов различия незначительные, у ойратов они выше. Это связано в основном с тем, что старшее

поколение в большей степени ориентировано на скромную, самостоятельную жизнь (без подчинения кому-либо) и на то, чтобы быть хорошим специалистом. Казахи старшего поколения, так же как и ойраты, в большей степени ориентированы на скромную самостоятельную жизнь и в меньшей степени – на занятия физкультурой и спортом.

Таблица 3

Традиционные социокультурные ориентиры у народов Монголии в разных возрастных группах, % ответов «очень важно»

Традиционные социокультурные ориентиры	Возрастные поколения							
	15–29 лет				30–78 лет			
	халхи	ойраты	казахи	все	халхи	ойраты	казахи	Все
<b>Социально-личностные</b>								
Заботиться о своем здоровье, тратить много времени и средств на медицину, нужные лекарства	95	93	88	94	95	98	100	96
Иметь хорошие отношения с соседями, друзьями, коллегами по работе	93	83	85	90	98	91	73	93
Жить скромно, но ни от кого не зависеть, никому не подчиняться	85	70	62	78	89	82	80	86
Заниматься физкультурой и спортом	81	73	65	76	75	64	20	66
Быть хорошим, рядовым специалистом, профессионалом	70	63	58	67	74	84	67	76
<b>В среднем по группе</b>	<b>85</b>	<b>77</b>	<b>72</b>	<b>81</b>	<b>86</b>	<b>84</b>	<b>68</b>	<b>84</b>
<b>Этнокультурные</b>								
Соблюдать традиции, обычаи	77	70	65	74	92	93	67	90
Жить среди людей своего народа, рода	61	57	50	58	87	70	60	80
Потреблять привычные продукты национальной кухни, напитки	56	53	42	53	89	80	73	85
Иметь и носить традиционную национальную одежду, обувь	44	47	54	47	76	64	27	68
Выполнять религиозные обряды	31	23	46	32	53	39	47	48
<b>В среднем по группе</b>	<b>54</b>	<b>50</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>80</b>	<b>69</b>	<b>55</b>	<b>74</b>
<b>Семейно-брачные</b>								
Иметь мужа (жену)	74	67	54	69	88	95	67	88
Иметь много детей (3 и более)	36	40	23	35	62	59	53	61
Не работать, заниматься домом, своим хозяйством, воспитанием своих детей, увлечениями	13	20	31	17	30	9	27	24
<b>В среднем по группе</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>55</b>	<b>49</b>	<b>57</b>
<b>Пространственно-хозяйственные</b>								
Иметь свой скот, свое хозяйство	32	20	38	31	70	55	53	64
Жить в сельской местности	14	13	15	14	51	34	27	43
<b>В среднем по группе</b>	<b>23</b>	<b>17</b>	<b>27</b>	<b>22</b>	<b>60</b>	<b>44</b>	<b>40</b>	<b>54</b>

Таблица 4

Нетрадиционные социокультурные ориентиры у народов Монголии  
в разных возрастных группах, % ответов «очень важно»

Нетрадиционные социокультурные ориентиры	Возрастные поколения							
	15–29 лет				30–78 лет			
	халхи	ойраты	казахи	все	халхи	ойраты	казахи	все
<b>Социокультурные</b>								
Иметь компьютер, доступ в Интернет, к современным средствам связи	77	83	58	75	76	75	73	76
Иметь доступ к телевидению, радио, газетам, смотреть фильмы и слушать музыку	70	57	54	65	86	66	73	79
<b>В среднем по группе</b>	<b>74</b>	<b>70</b>	<b>56</b>	<b>70</b>	<b>81</b>	<b>70</b>	<b>73</b>	<b>77</b>
<b>Пространственно-хозяйственные</b>								
Иметь благоустроенное жилье (с центральным отоплением, водоснабжением, электричеством, канализацией)	81	87	77	81	74	68	67	72
Иметь автомобиль	55	53	50	53	66	45	67	60
Быть богатым, иметь большой доход	51	50	58	52	56	45	33	51
Жить в городских условиях	45	47	54	47	33	39	47	36
<b>В среднем по группе</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>59</b>	<b>57</b>	<b>49</b>	<b>53</b>	<b>55</b>
<b>Социально-личностные</b>								
Быть хозяином, работодателем, иметь собственное дело (предприятие, фирму)	41	37	38	40	46	50	20	45
Быть руководителем, начальником, занимать видный пост	34	40	50	38	8	14	27	11
Участвовать в политической жизни	19	27	27	22	22	9	13	17
<b>В среднем по группе</b>	<b>31</b>	<b>34</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>20</b>	<b>24</b>
<b>Миграционные</b>								
Путешествовать, отдыхать за рубежом	30	30	35	31	26	20	27	24
Временно жить и работать в другой стране	28	33	35	31	11	14	33	14
<b>В среднем по группе</b>	<b>29</b>	<b>32</b>	<b>35</b>	<b>31</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>19</b>

Нетрадиционные социокультурные ориентиры младшего и старшего поколений по приоритетности занимаемых мест совпадают с их иерархией у городского и сельского населения (см. табл. 2): первое место занимают социокультурные ценности, второе – пространственно-хозяйственные, третье – социально-личностные характеристики и четвертое – миграционные ориентиры (табл. 4).

Сравнение нетрадиционных социокультурных ориентиров у младшего и старшего поколений показывает, что в среднем наибольшие различия наблюдаются по группе

социально-личностных ценностей. На втором и третьем местах находятся миграционные ориентиры и социокультурные ценности соответственно. Минимальные различия наблюдаются по группе ценностей, связанных с пространственно-хозяйственными характеристиками.

Среди социально-личностных характеристик наблюдаются следующие межпоколенческие различия: старшее поколение в большей степени ориентировано на собственное дело, младшее – на руководящий статус и участие в политической жизни. Эт-

нические различия выражаются в том, что младшее поколение казахов в большей степени ориентировано на собственное дело.

Представители младшего поколения в большей степени склонны временно жить и работать в другой стране, а также путешествовать и отдыхать за рубежом. Ориентация на социокультурные ценности, связанные с расширением информационного и культурного пространства, более характерна для старшего поколения. Это естественно, так как оно в основном представлено сельскими жителями, для большей части которых эти блага цивилизации пока недоступны.

Ориентация на пространственно-хозяйственные ценности у младшего поколения в большей степени касается потребности в благоустроенном жилье и жизни в городских условиях. Старшее поколение в большей степени ориентировано на обладание автомобилем. Это связано с преимущественным проживанием старшего поколения в сельской местности. Там автомобиль является важной ценностью как необходимое условие успешной хозяйственной деятельности, связанной с кочевым скотоводством.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Важнейшими социокультурными ориентирами, носящими социально-личностный характер, у всех народов и всех поколений современной Монголии являются традиционные нормы заботы о здоровье, сохранение хороших отношений с окружающими их людьми (соседями, друзьями, коллегами), соблюдение этнических традиций и обычаев, а также семейно-брачная ценность супружества. Достаточно значимы, хотя и несколько в меньшей степени, чем отмеченные выше, остаются ориентации на проживание среди людей своего народа и потребление традиционных продуктов питания.

Традиционная национальная одежда и обувь сохраняют свою ценность для сельских жителей. Выполнение религиозных обрядов является значимой лишь для трети молодежи и половины старшего поколения, в основном сельчан.

Значимым социокультурным ориентиром для молодежи и старшего поколения, в том числе для трети сельских жителей, стал городской образ жизни или наличие благоустроенного жилья (с центральным отоплением, канализацией, водоснабжением, электричеством) в сельской местности. Этот ориентир находит подтверждение в виде реальной и потенциальной миграции в города (в основном в столицу). Большинство городских и сельских жителей всех поколений хотели бы иметь доступ к современным средствам связи – доступ в Интернет, к компьютеру, телевидению, радио, печати. Новые рыночные ценности богатства, большого дохода, хотя и стали ориентирами для половины горожан и сельчан (молодых и старших возрастов), все же уступают по значимости ориентирам на скромную самостоятельную жизнь. Соответственно две трети молодых и три четверти пожилых людей отдадут предпочтение не занятию бизнесом, а должностям рядовых специалистов, профессионалов своего дела. Ориентации на руководящий статус и участие в политической жизни занимают последние места в иерархии ориентиров как младшего, так и старшего поколений, особенно на селе.

### Список литературы

Mongolian Statistical Yearbook 2010 (Several Data for 2010 Are Preliminary). National Statistical Office of Mongolia. Ulaanbaatar, 2011.

*Материал поступил в редколлегию 29.09.2011*

G. S. Goncharova, Yu. V. Popkov

### SOCIOCULTURAL REFERENCE POINTS OF PEOPLES OF PRESENT-DAY MONGOLIA (BASED ON A SOCIOLOGICAL STUDY)

The analysis presented in the article draws on a sociological study made in Mongolia. The study of traditional and current sociocultural reference points of peoples of Mongolia in different types of settlements and age groups show that good relations with friends, neighbors and fellow workers, as well as preservation of ethnic traditions remain the most significant orientations of Mongolian people.

*Keywords:* sociocultural values, age generations, type of settlement, tradition, cultural values, family and marital relations.