



УДК 316.6

## АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ЛИЧНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗНЫХ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ГРУПП

**Бочарова Елена Евгеньевна** —

кандидат психологических наук, доцент  
кафедры социальной психологии образования и развития,  
Саратовский государственный университет  
E-mail: bocharova-e@mail.ru



Представлены результаты теоретического и эмпирического исследования аксиологической направленности у представителей российской и французской молодежи. Исследование выполнено на пропорционально подобранной выборке представителей российской и французской молодежи ( $n = 60$ , женского и мужского пола; 18–20 лет). Применение психодиагностического инструментария — «Типы этнической идентичности» (Г. У. Солдатовой, С. В. Рыжовой), «Аксиологическая направленность личности» (А. В. Капцова, Л. В. Карпушиной), анкетирования, методов сравнительного и корреляционного анализов позволило выявить специфику паттернов субъективно значимых ценностных предпочтений личности респондентов. Показано, что у представителей российской молодежи выявлен социально-креативный локус, проявляющийся преимущественно в сферах общественных и профессиональных интересов; у представителей французской молодежи — социально-прагматический локус, проявляющийся в сферах семейных отношений и профессиональных интересов. Очевидно, что самореализация именно в этих сферах социальной жизнедеятельности является наиболее значимой для личности изучаемых групп. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в разработке образовательных программ академической мобильности студентов, а также программ молодежной политики.

**Ключевые слова:** личность, аксиологическая направленность, этнические установки, ценностные предпочтения, паттерны субъективно значимых ценностей.

Возросший интерес исследователей к изучению аксиологической сферы личности (как представителя той или иной группы) связан, прежде всего, с необходимостью понимания тенденций развития конкретных социальных, социально-демографических, этнических групп, так как именно ценностные ориентации отражают приоритеты их социального развития, имплицитные представления о желаемых результатах социальных изменений, их устремления.

Нельзя не отметить факт наличия гетерогенности ценностной системы любого общества, формирующейся под влиянием культурно-исторических традиций и комплекса социально-экономических факторов. Признавая синтагматический характер ценностной системы любого общества, тех или иных социокультурных сообществ, Г. Триандис разделяет «эмические» и «этические» общественные ценности, уточняя при этом, что первые носят конкретный социокультурный характер,

вторые представляют собой универсальные «метаценности», присущие любому типу и стадии общественного устройства [1]. Таким образом, основанием аксиологической направленности личности могут выступать как универсальные общественные ценности, так и специфические особенности ценностной иерархии, присущие тем или иным конкретным типам общества.

Важным обстоятельством является и то, что конфигурация ценностей может быть отличительным признаком культуры. Тенденция «измерения» культур, выявление «культурных профилей» через исследование «ядерных» образований культуры, коими являются ценностные феномены (ценности, социальные представления, идентичность, социальные установки и т.д.), зафиксирована в многочисленных эмпирических исследованиях российских и зарубежных исследователей. Так, к примеру, С. Шварц развивает парадигму «культурных измерений» путем группирования ценностных оснований поведения, объединяя их в блоки, отражающие цели и типы мотивации, что позволило ему в дальнейшем специфицировать и выделить группы ценностей для различных культурных ареалов и выявить типичные для них ценности [2].

Обладая рядом характеристик, присущих системе (интегативностью, целостностью, структурностью, многомерностью и множественностью, иерархичностью, динамичностью и противоречивостью), ценностная сфера отражает как главные, существенные изменения взаимосвязи личности с миром, так и смену текущих жизненных ситуаций. Подтверждением тому являются данные ряда сравнительных исследований характеристик содержания и структуры, специфики взаимосвязей и соподчинения в системе ценностей, ее смысловой наполненности в разных условиях социализации личности. В ряде работ показано, что различная социальная среда способна сформировать существенные различия в ценностной системе личности [2–6]. Однако эти различия не исчерпываются только теми, основанием которых являются социальные воздействия. Прежде всего, речь идет о ценностно-смысловом самоопреде-



лении личности, базирующемся на субъективно, точнее, субъектно принятых ценностях, важность которых определяется степенью их вовлеченности в наиболее значимые для личности жизненные контексты. Невозможно представить себе ориентацию личности на ту или иную ценность как некое изолированное образование, не учитывающее ее приоритетность, субъективную важность относительно других ценностей, т.е. не включенное в систему. В целом отметим, что структурная организация ценностей, их конфигурация задает определенную направленность личности. Доминирующие ценности определяют ведущую (аксиологическую) направленность личности или, иначе говоря, систему ценностных координат ее самоорганизации, саморегуляции, самореализации и в целом – жизненной позиции. Однако аксиологическая направленность проявляется не только в выраженности иерархии ценностей, но и различной степени их взаимозависимости и взаимодействия. Можно отметить, что двойственность источников развития ценностной системы, разноплановость выполняемых ими функций, многообразие ценностных конфигураций определяют и наличие множества классификационных моделей ценностных образований (Б. С. Алишева, С. С. Бубновой, М. Рокич, Ш. Шварца, А. Маслоу, В. Франкла, Э. Фромма, М. С. Яницкого и др.), различающихся критериальным основанием.

Подводя итог сказанному, можно полагать, что аксиологическая направленность личности является сложным социально-психологическим феноменом, связывающий индивидуальный и коллективный опыт, сохраняющий в себе «эффект интернализации» как принцип самоорганизации личности.

Отражая социальные потребности личности в саморазвитии и самовыражении, ценностные предпочтения формируются в социально конкретных, исторически обусловленных формах жизнедеятельности, характерных для образа жизни общества и социальных групп, причастность к которым подтверждается личностью посредством ее идентификации. В этой связи выявление кросскультурных особенностей аксиологической направленности личности, на наш взгляд, предполагает обращение к феномену идентичности, в частности, этнической «как одного из видов социокультурного самоопределения» [7, с. 32], этнодифференцирующим основанием которого выступает культура той или иной общности. При этом важной характеристикой подобного «социокультурного самоопределения» является валентность идентичности (степень позитивности–негативности). В ряде работ показано, что ядерным образованием системы субъективных отношений этноса является «чувство-мы», задающее этносу

идентичность, тождественность себе как базовую ценность. В этом случае актуализируются повышенное внимание к этнической идентификации, потребность в консолидации этнической общности, попытки выработки интегрирующего национального идеала, сохранение и обособление своей национальной мифологии, культуры, истории от других. Между тем нельзя не отметить и тот факт, что в зависимости от социального контекста, социальной ситуации этническая идентичность может проявляться в разной степени выраженности. Подтверждением тому являются данные многочисленных исследований, свидетельствующие о подвижности, ситуативности проявления значения этнической идентификации [6, 7]. Во-первых, человек идентифицирует себя не только в категориях этнического, и в этом случае этничность может занимать периферийные позиции в идентификационной иерархии личности и ее группы; во-вторых, как правило, при условии существования стабильных этнических отношений или в моноэтнической среде этническое сознание групп и индивида не актуализировано; в-третьих, еще одной закономерностью является тот факт, что чувство этничности обычно выше у недоминирующих общностей.

Таким образом, специфика структурной организации этнической идентичности, проявляющаяся в соотношении выраженности ее оценочных компонентов и их межфункциональных связей, выступает одним из механизмов реализации аксиологической направленности личности представителей разных социокультурных групп.

Эмпирическую базу исследования составляют данные серии исследований, выполненных на пропорционально подобранной студенческой выборке представителей российской и французской молодежи (г. Саратов и регион Иль-де-Франс;  $n = 60$ , женского и мужского пола; 18–20 лет).

Эмпирическое исследование выполнено с применением комплекса психодиагностического инструментария: для выявления характеристик идентификационной матрицы отношений к собственной группе и представителям иных этнических, культурных групп использована методика Г. У. Солдатовой и С. В. Рыжовой «Типы этнической идентичности», для изучения аксиологической направленности – опросник «Аксиологическая направленность личности» А. В. Капцова и Л. В. Карпушиной, уточняющая беседа. В качестве математико-статистических методов применялись сравнительный анализ данных ( $t$ -критерий Стьюдента), корреляционный анализ по Пирсону (программный пакет SPSS и приложение Microsoft Excel for Microsoft Office XP).

Сравнительный анализ структурной организации идентификационной матрицы отношений



к собственной группе и представителям иных этнических, культурных групп позволил выявить существенные различия в исследуемых выборках. Прежде всего отметим доминирующую выраженность позитивной этнической идентичности (среднее значение 14,74) и этноиндифферентности (8,56) в выборке российской молодежи. Кроме того, этнонигилизм (1,93) в данной выборке отличается наименьшей представленностью на достоверно значимом уровне. В выборке французов отмечается наибольшая выраженность позитивной этнической идентичности (10,18), национального фанатизма (9,68) и этноиндифферентности (9,03), в меньшей степени представлен этнонигилизм (3,14) на статистически достоверном уровне. Данный факт свидетельствует о проявлении толерантности представителей российской и французской молодежи по отношению к собственной и другим этническим группам, готовности к межэтническим контактам. Однако это вовсе не предполагает эмоциональной однозначности этих отношений.

Данные межгруппового сравнительного анализа структурной организации идентификационной матрицы отношений к собственной группе и представителям иных этнических, культурных групп позволяют констатировать наибольшую выраженность установочных паттернов – позитивное принятие своей этноидентичности в сочетании с установками на этническую индифферентность и этнофанатизм в выборке французов. Эти данные можно интерпретировать как проявление национального чувства гордости, гипертрофированного стремления к позитивной этнической идентичности. В выборке россиян на фоне ярко выраженного проявления толерантности по отношению к собственной и другим этническим группам отмечается высокая представленность этнической индифферентности в сочетании с этнонигилизмом, имеющим низкую выраженность.

В целом отметим, что позитивное представление о своей этнической группе, о своей культуре, причастность к этнической общности являются весьма значимыми и ценными для представителей молодежи исследуемых групп. Между тем сравнительный анализ выраженности ценностных предпочтений у представителей исследуемых групп позволил выявить их доминирующие предпочтения, ценностную насыщенность сфер социальных практик, имеющие существенные различия на достоверно значимом уровне.

В отличие от французской молодежи, для которой ценность «*собственный престиж*» наиболее значима, у представителей российской молодежи предпочитаемой является ценность «*креативность*» ( $p < 0,01$ ). Обнаружены достоверные различия относительно выраженности таких жизненных сфер, как: семейная, предпо-

чтение которой выявлено в выборке российской молодежи ( $t_{st} = 3,84; p < 0,01$ ), и общественной активности, значимость которой весьма существенна в выборке французов ( $t_{st} = 3,55; p < 0,01$ ).

В целом наиболее предпочитаемой для представителей российской молодежи является реализация ценности «*креативность*» в сфере *семейных отношений*, в то время как для представителей французской молодежи – «*собственный престиж*» в сфере *общественных интересов*.

Выявлены существенные различия паттернов «ценность–сфера» в исследуемых выборках. В выборке россиян стремления к саморазвитию, самосовершенствованию реализуются в сфере семейной жизни, с которой связано и стремление к достижению семейного благополучия. Иначе говоря, семья, ее благополучие являются приоритетными для представителей российской молодежи. Кроме того, обнаружены значимые различия в проявлении креативности в сферах: образования ( $t_{st} = 4,84$  при  $p < 0,001$ ), общественной активности ( $t_{st} = 3,46$  при  $p < 0,01$ ), увлечений ( $t_{st} = 4,3$  при  $p < 0,01$ ) в пользу россиян. Это значит, что для данной категории испытуемых характерно стремление к проявлению инициативы, к реализации своих творческих возможностей в сфере образования, увлечений и общественной жизни.

Представители французской молодежи, напротив, равнодушны к возможности проявления креативности практически во всех жизненных сферах, что подтверждается низкой выраженностью показателей на достоверно значимом уровне. Однако в отличие от российских студентов, французская молодежь более ориентирована на завоевание признания практически во всех сферах жизнедеятельности (образования, семьи, профессиональной, общественной активности, физической активности) в соответствии с принятыми социальными нормами, предписаниями. Весьма существенны для данной категории респондентов возможность расширения социальных контактов в сфере общественной активности ( $t_{st} = 3,45; p < 0,01$ ) и материальное благополучие семьи ( $t_{st} = 2,54; p < 0,05$ ). Очевидно, что для представителей французской молодежи имеет большое значение, прежде всего, признание своей значимости социальным окружением практически во всех сферах жизнедеятельности в сочетании с возможностью расширения круга общения в сфере общественных интересов.

Анализ структуры корреляционных взаимосвязей между параметрами этноидентификационной матрицы и ценностей позволил выявить наиболее значимые паттерны субъективных предпочтений и сфер их реализации, что в целом определяет аксиологическую направленность личности исследуемых групп (рис. 1, 2).



Рис. 1. Структурограмма корреляционных взаимосвязей между параметрами этноидентичности, ценностей и сфер их реализации в выборке российской молодежи

Структурограмма корреляционных взаимосвязей параметров этноидентичности, ценностей и сфер их реализации в выборке российской молодежи (см. рис. 1) отражает то, что локус аксиологической направленности проявляется преимущественно в сферах профессиональной деятельности, общественных интересов и семейных отношений.

Можно полагать, что достижение успеха в сфере профессиональной деятельности, возможность творческой самореализации в сферах профессиональных и общественных интересов приводит к переживанию собственной значимости и уверенности в себе, что, вероятно, актуализирует гиперпозитивное (этноцентричное) проявление этнической идентичности, которое, на наш взгляд, можно интерпретировать как проявление национального чувства гордости. Можно отметить, что в ряде работ отечественных исследователей неоднократно указывалось, что русской культуре свойственны особенный этноцентризм и мессианство, которые являются весьма «рельефной» характеристикой российской ментальности. В выборке представителей российских студентов наблюдается

*социально-креативный локус* аксиологической направленности. Подтверждением тому являются выявленные взаимосвязи между индексом этнофанатизма и креативностью в сфере общественных интересов ( $r = 0,561$  при  $p < 0,001$ ) и сфере профессиональной деятельности ( $r = 0,461$  при  $p < 0,001$ ); достижением в сфере профессиональной деятельности ( $r = 0,367$  при  $p < 0,05$ ) и сфере семейных отношений ( $r = 0,355$  при  $p < 0,05$ ). Кроме того, есть взаимосвязь гиперпозитивного проявления этнической идентичности ( $r = 0,356$  при  $p < 0,05$ ) и саморазвития в сферах профессиональной деятельности ( $r = 0,408$  при  $p < 0,01$ ), семейных отношений ( $r = 0,358$  при  $p < 0,05$ ).

Иная картина наблюдается в выборке представителей французской молодежи (см. рис. 2). Данные, представленные на структурограмме корреляционных взаимосвязей между параметрами этноидентичности, ценностей и сфер их реализации в выборке французской молодежи, свидетельствуют об их тесной взаимосвязи, интеграции и отражают, на наш взгляд, преимущественно *социально-прагматический локус* аксиологической направленности.



Рис. 2. Структурограмма корреляционных взаимосвязей между параметрами этноидентичности, ценностей и сфер их реализации в выборке французской молодежи



Прежде всего обращает на себя внимание наличие взаимосвязи позитивной этноидентичности и этноиндифферентности ( $r = 0,443$  при  $p < 0,01$ ). Данный факт можно интерпретировать как проявление позитивного принятия своей идентичности на фоне проявления терпимости по отношению к другим этническим группам. Известно и то, что иностранцами во Франции, этнический состав которой представлен 52 национальностями, считают всех тех, кто не живет в стране [8].

Содержательной наполненностью аксиологической направленности респондентов выступают стремление к достижению желаемого результата, успеха в сфере профессиональных интересов, благополучия в сфере семейных отношений; одобрение и признание своих достижений, своей значимости социальным окружением практически во всех сферах жизнедеятельности в сочетании со стремлением к самосовершенствованию на фоне принятия своей этнической идентичности и проявления терпимости к представителям иных этногрупп. Отметим, что диапазон реализации своих ценностных предпочтений несколько шире, нежели в выборке российской молодежи, прежде всего, это сферы общественных интересов, образования, профессиональной деятельности, семейных отношений. Подтверждением тому являются выявленные взаимосвязи между: позитивной этнической идентичностью и саморазвитием в сфере образования ( $r = 0,430$  при  $p < 0,01$ ), достижениями в сфере профессиональной деятельности ( $r = 0,437$  при  $p < 0,01$ ) и в сфере семейных отношений ( $r = 0,545$  при  $p < 0,001$ ); престижем в сферах общественных интересов, образования, семейных отношений, профессиональных интересов ( $r_{\text{ср.}} = 0,335$  при  $p < 0,05$ ).

Резюмируя вышесказанное, отметим, что дифференциация аксиологической направленности личности разных социокультурных групп определяется спецификой структурной организации этнической идентичности, проявляющейся в соотношении выраженности ее оценочных компонентов и их межфункциональных связей. В выборке представителей российских студентов наблюдается социально-креативный локус аксиологической направленности на фоне проявления гиперпозитивной этнической идентичности с усилением тенденции к этноцентризму; у представителей французской молодежи – социально-прагматический локус аксиологической направленности на фоне позитивного принятия своей идентичности и терпимости по отношению к другим этническим группам.

Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в разработке образова-

тельных программ академической мобильности студентов, а также программ молодежной политики.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Структура и предикторы субъективного благополучия личности: этнопсихологический анализ» (грант № 14-06-00250).*

#### Список литературы

1. Триандис Г. К. Культура и социальное поведение. М., 2007. 384 с.
2. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries // *Advances in experimental social psychology*. 1992. Vol. 25. P. 1–65.
3. Бочарова Е. Е. Взаимосвязь субъективного благополучия и социальной активности личности: кросскультурный аспект // *Социальная психология и общество*. 2012. № 4. С. 53–63.
4. Капцов А. В., Карпушина Л. В. Аксиологическая направленность личности. Самара. 2005. 220 с.
5. Татарко А. Н., Козлова М. А. Сравнительный анализ структуры ценностей и характеристик этнической идентичности в традиционных и современных культурах // *Психол. журн*. 2006. Т. 27, № 4. С. 53–63.
6. Шамянов Р. М. Характеристики ценностных ориентаций молодежи в соотношении с представлениями о России и ценностях россиян // *Социология образования*. 2009. № 4. С. 39–49.
7. Хотинцев В. Ю. Формирование этнического самосознания студентов в процессе обучения в вузе // *Вопр. психологии*. 1998, № 3. С. 31–43.
8. Французская образовательная система. URL: [http://194.87.11.202/study/13/13\\_28.html](http://194.87.11.202/study/13/13_28.html) (дата обращения: 16.01.2014).

#### Axiological Orientation of Personality' Representatives Different Socio-Cultural Groups

**E. E. Bocharova**

Saratov State University;  
83, Astrakhanskaya, Saratov, 410012, Russia  
E-mail: bocharova-e@mail.ru

The article presents theoretical and empirical study of axiological orientation of representatives of the Russian and French youth. The study was carried out on a proportionally selected sample of representatives of the Russian and French youth ( $n = 60$ , male and female; 18–20 years old). The use of psycho-diagnostic tools («Types of ethnic identity» by G. U. Soldatova, S. V. Ryzhova, «Personal axiological orientation» by A. V. Kaptsov, L. V. Karpushina, surveys, methods of comparative and correlation analysis) allowed to reveal specifics of the patterns of personal subjectively significant value preferences of the respondents. The article shows that representatives of the Russian youth have social-creative locus of preferences, which mainly manifests in the spheres of social and professional interests; representatives of the French youth



have social-pragmatic locus, which manifests in the sphere of family relations and professional interests. It is obvious that self-actualization is more important for personality of the groups under study in the spheres of social life mentioned above. The applied aspect of the problem under study can be implemented in counseling development of educational programs of academic mobility of students and development of youth policy programs.

**Key words:** personality, axiological orientation, ethnic orientations, axiological preferences, patterns of subjectively significant values.

## References

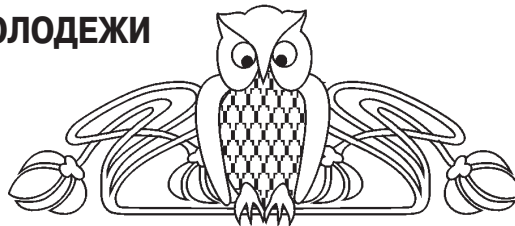
1. Triandis G. K. *Kul'tura i sotsial'noe povedenie* (Culture and social behavior). Moscow, 2007. 384 p.
2. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 1992, vol. 25, pp. 1–65.
3. Bocharova E. E. Vzaimosvyaz' sub'ektivnogo blagopoluchiya i sotsial'noy aktivnosti lichnosti: krosskul'turnyy aspekt (Relationship subjective well-being and social activity of person: cross-cultural aspect). *Sotsialnaya psichologiya i obshchestvo* (Social Psychology and Society), 2012, no. 4, pp. 53–63.
4. Kaptsov A. V., Karpushina L. V. *Aksiologicheskaya napravlenost' lichnosti* (Axiological Orientation of Personality). Samara. 2005. 220 p.
5. Tatarko A. N., Kozlova M. A. Sravnitel'nyy analiz struktury tsennostey i kharakteristik etnicheskoy identichnosti v traditsionnykh i sovremennykh kul'turakh (A comparative analysis of the structure of the values and characteristics of ethnic identity in traditional and modern cultures). *Psikhologicheskii zhurn.* (Psychological Journal), 2006, vol. 27, no. 4, pp. 53–63.
6. Shamionov R. M. Kharakteristiki tsennostnykh orientatsiy molodezhi v sootnesenii s predstavleniyami o Rossii i tsennostyakh rossiyan (Characteristics of youth value orientations in relation to the perception of Russia and Russians). *Sotsiologiya obrazovaniya* (Sociology of Education), 2009, no. 4, pp. 39–49.
7. Khotinets V. Yu. Formirovanie etnicheskogo samosoznaniya studentov v protsesse obucheniya v vuze (Formation of the ethnic consciousness of students in teaching in high school). *Voprosy Psichologii* (Voprosy Psychology), 1998, no. 3, pp. 31–43.
8. *Frantsuzskaya obrazovatel'naya sistema* (The French educational system). Available at: [http://194.87.11.202/study/13/13\\_28.html](http://194.87.11.202/study/13/13_28.html) (accessed: 16 January 2014).

УДК 316.752+316.64:159.922.1

## ЦЕННОСТНАЯ СИСТЕМА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Вержибок Галина Владиславовна –

кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии управления,  
Минский государственный лингвистический университет  
E-mail: galina\_minsk@mail.ru



В статье исследованы трансформация социальных представлений, несовпадение общественных и индивидуальных изменений, которые актуализируют вопрос ценностно-смыслового отношения к себе и миру в контексте целостности и активности личности. Подчеркивается, что эпоха модернити характеризуется пересмотром устоявшихся социальных норм, переоценкой ценностей. Раскрываются ценностные приоритеты студенческой молодежи, уточняется их характер и содержательное наполнение, определена половозрастная динамика, обозначены ценностные типы. Представлена авторская методика по выявлению системы ценностных предпочтений («Структура ценностных ориентиров»). В динамично меняющейся социальной реальности важно, какой ценностный фундамент сформирован у молодого поколения, от этого во многом зависит будущее состояние общества.

**Ключевые слова:** ценности, ценностные приоритеты, ценностная система, тип ценностей, гендерные различия, модернизация.

В условиях модернизации общественных структур, расширения интеграционного процесса и миграционных потоков, унификации духовной и материальной культуры, девальвации системы традиционных и навязывания западных ценностей, правовой и нормативной неопределен-

ности отмечается трансформация социальных представлений, происходит утрата стабильности связей и отношений, снижается устойчивость самой социальной системы. Зафиксированы гендерная диспропорция и депопуляция населения, дисбаланс на трудовом и брачном рынках, снижение репродуктивной функции и уровня рождаемости. Наблюдается ослабление родственных, супружеских и родительских связей, нарушение преемственности поколений, возрастание числа разводов и проблемных семей. Нация и семья уже не являются «гаванями преемственности», идея создания кредитов для будущего заменена на использование их сегодня, «культура кредитных карт вытеснила культуру сберегательных счетов» [1, с. 311].

В результате модернизации происходит конвергенция ценностей, выступающая главной движущей силой социальных изменений. Явными становятся противоречия между декларируемыми и реальными ценностями, между личными и ценностями различных социальных групп, между