**Взаимосвязь ценностей с представлением о национальном характере**

После распада СССР продолжается процесс крушения прежних идеалов и ценностей, происходит разрушение устоявшегося советского мировоззрения, в связи с этим встал вопрос об охране национальных ценностей. В Доктрине информационной безопасности «основными направлениями обеспечения информационной безопасности РФ в сфере духовной жизни признаются: разработка специальных механизмов, направленных на недопущение противоправных информационно-психологических воздействий на массовое сознание общества».

Есть основания полагать, что постсоветское общество до сих пор находится в сенситивном к различным изменениям состоянии, и мы не можем предсказать, какими будут новые ценности постсоветского поколения, однако мы можем выявить ряд наметившихся тенденций на основе имеющихся экспериментальных исследований.

Ставилась цель – выявить, ценности какого национального характера (западного или русского) транслирует реклама в сознании молодежи по их субъективным представлениям. Была выдвинута гипотеза – в сознании старшеклассников реклама актуализирует больше взаимосвязей с западными ценностями, чем с русскими. Объектом исследования выступили учащиеся 11 классов гимназий г. Екатеринбурга (180 человек). С помощью модифицированного варианта теста Рокича выявлялась иерархия ценностей для обобщ.нного национального характера русского человека и национального характера западного человека. Учащимся давались инструкции: проранжируйте ценности по степени значимости. Через несколько дней (с целью минимизации влияния на результат предыдущих ответов) те же учащиеся просматривали 20 случайно отобранных рекламных телероликов. После чего ранжировали, какие из представленных ценностей транслирует, на их взгляд, реклама.

Выявлено, что в сознании старшеклассников ценности запада и нашей страны диаметрально противоположны.

Обнаружены сильные и умеренные корреляционные связи между ценностями, которые респонденты сочли присущими западному национальному характеру и ценностями которые транслирует реклама.

Выяснилось, что в сознании старшеклассников реклама транслирует, на их взгляд, западные ценности: «высокие запросы и требования к жизни», «жажду материальной обеспеченности» в ущерб гуманистическим и общечеловеческим: «воспитанности», «чуткости», «терпимости», «исполнительности».

Такие ценности как «терпимость к взглядам и мнениям других», «умение прощать другим их ошибки» оказались на низких рангах как для образа западного человека, так и для рекламы.

Ценность «счастье других» респонденты отнесли в ряд тех, которые реклама транслирует как не значимые. Возможно, что причиной становится процесс актуализации ценности индивидуализма; в рекламе он транслируется под рекламным девизом «Ты – лучший и пусть тебя подождет весь мир». «Честность» и «жизненная мудрость» определены респондентами как незначимые ценности. Возможно, реклама играет свою роль в изменении и мировоззренческих установок молодежи, транслируя значимость ценности «развлечения» и вынося ее на первые ранги, формируя установку на получение от жизни удовольствий, что иллюстрируется рекламным слоганом: «Бери от жизни все!». Направленность ценностей рекламы на западный индивидуализм актуализируют в сознании молодежи «мифологему американской мечты». Пример такой рекламы STIMOROL, в которой перед нами предстают атрибуты «отличной американской жизни». Традиции, нормы и комплексы (слоган «А ты избавился от комплексов?») транслируются как нечто мешающее реализации потребительского инстинкта.

Выявлен факт, что в сознании респондентов реклама транслирует не значимость ценности «любви». Возможно, это обусловлено двойным рефреймингом представлений о любви в рекламе. С одной стороны – презентация товара через актуализацию сексуальных потребностей («Сделай на Тюнс больше», «Нескафе», реклама пылесоса магазина Эльдорадо «Сосу за копейки»). С другой стороны – любовь связывается в рекламе с неким ее материальным подкреплением, а не духовной близостью.

Таким образом, молодежь находится в состоянии кризисного выбора, поскольку постсоветское пространство предлагает огромное количество мифов, транслирующих вполне определенные модели поведения, основанные на конкретных ценностях. И, если в советское время выбор мог быть в значительной мере предопределен хотя бы тем, что самих противоречащих друг другу моделей было гораздо меньше, то сейчас выбор затруднен многообразием. Результаты выявили проблему «продвижения» через рекламу, определенных ценностных установок, моделей поведения, предлагаемых как образец для подражания, что, скорее всего, обусловлено тем, что в России после распада Союза российское общество лишилось старых идеалов, а к новым еще не пришло. Поиски продолжаются и, как в любом кризисном периоде, мы выбираем, примеряем на себя разные модели, а, как мы знаем, влияние образцов именно в такие периоды велико.

Мы согласны с И.С. Бусыгиной, которая считает, что «организованная подмена ценностей, архетипов русских людей вполне достаточны для того, чтобы сформировать новую психологию постсоветского человека. Однако архетипические черты русских, для которых важнее коллективизм, чем индивидуализм; верование, чем рефлексия; правила морали, чем закон; страдания, чем радость; переживание грусти, чем счастья – до сих пор присутствуют в глубинах национальной психологии». Это оставляет нам надежду.

**Многомерность национальной организации личности**

В настоящее время отмечается многообразие подходов к теоретическому рассмотрению и эмпирическому исследованию временной организации личности, что свидетельствует о сложности, многомерности самого предмета рассмотрения и многоаспектности его проявлений, что предполагает всестороннее его изучение и использование разнообразного методического инструментария. Также интенсивно разрабатывается личностно-психологический аспект изучения проблемы времени, связанный с тем, как переживает и осмысливает человек свой индивидуальный жизненный путь.

Целью нашего исследования стало изучение временной организации личности, как многомерной психической реальности. Рассмотрение различных аспектов временной организации личности – причинных и целевых отношений, особенностей временной перспективы, временных установок и роли смысловой составляющей в организации времени жизни.

Нами были выбраны методы направленные на изучение указанных аспектов временной организации личности: Каузометрия А.А.Кроника и Е.И.Головахи, в компьютерном варианте «Life Line»; Опросник временной перспективы Ф.Зимбардо в адаптации А.Сырцовой; Тест «Смысложизненные ориентации» Д.А.Леонтьева; Шкала временных установок Ж.Нюттена и У.Ленса.

В исследовании приняли участие 100 студентов Курского государственного медицинского университета, 2-3 курсов, в возрасте 17-20 лет.

Проводился факторный анализ с вращением Varimax normalized с методом извлечения Principal axis factoring. Решение о числе факторов принималось на основании критерия «каменной осыпи» Кеттела. Значимая нагрузка по переменной рассматривалась не мене 0,4. Было выделено четыре фактора, в которых объединились различные характеристики жизненного пути личности.

Первые три фактора отражают роль причинно-следственных и целевых компонентов, а четвертый фактор отражают сложную систему взаимосвязей как причинно-целевых, так смысловых и установочных компонентов во временной организации личности.

Рассмотрим каждый фактор отдельно.

Первый выделенный фактор, который мы обозначили как фактор связей в организации времени личности, характеризует роль и специфику различных связей, а также стратегичности и насыщенности, в организации временной реальности личности. Наличие данного фактора говорит нам о важности связей между событиями жизни, актуальных, потенциальных и т.д., в организации временной реальности личности.

Второй фактор мы назвали фактором возраста, так как именно в нем отражены характеристики переживания субъективного возраста в совокупности с характеристиками связей, он включает в себя характеристики переживания субъективного возраста в совокупности с насыщенностью и различными характеристиками связи событий, как реализованных, так и потенциальных.

Третий фактор мы охарактеризовали как фактор показателей жизненного пути личности, отражающий такие характеристики как: целеустремленность, конфликтность, рациональность и уверенность, в отношении к различным временным ориентациям.

Четвертый фактор мы условно обозначили как фактор смысловых характеристик временной реальности личности, данный фактор характеризует сложную систему взаимосвязей времени личности, подчеркивая роль смысловой реальности в организации временной реальности, а также эмоциональных компонентов и установочных отношений ко времени. Этот фактор является наиболее показательным в отношении идеи о многомерной организации временной реальности личности, так как в структуре данного фактора отразилась многогранность феноменологии временной организации личности.

**Особенности русских разных поколений**

В последние годы во всем мире наблюдается рост этнических процессов: с одной стороны – это всемирная глобализация, с другой – стремление народов подчеркнуть свою самобытность, культуру, идентичность, что нередко ведет к межэтнической напряженности. Особую актуальность эти процессы приобретают в многонациональных государствах, таких как наша страна, где последнее время происходят значительные изменения в ценностных ориентациях и жизненных приоритетах современной молодежи, их рассогласование со старшим поколением. Это вызывает необходимость изучать психологическую сторону происходящих этнических процессов.

Большинство отечественных и зарубежных исследователей, занимаясь изучением данной проблемы, анализируют в основном такие явления этнопсихологической жизни, как этническая идентификация, этническая толерантность, этнические стереотипы, независимо друг от друга, в то время как они тесно связаны друг с другом и пересекаются. Поэтому появилась необходимость в обобщающем понятии, каким и стало понятие актуального этнопсихологического статуса личности (Шлягина Е.И., Ениколопов С.Н.). Оно включает в себя: выраженность и знак этнической идентичности, уровень этнической толерантности, характер авто- и гетеростереотипов, а также особенности мотивационно-смысловой сферы и ее трансформации.

База методик для диагностики актуального этнопсихологического статуса личности включает в себя вербальные опросные тесты и модификации проективных методик, что позволяет нам анализировать как осознаваемые, так и неосознанные компоненты и, следовательно, говорить об их гармоничном единстве или его отсутствии.

1. Типы этнической идентичности (Г.В. Солдатова, С.В. Рыжова).

2. Экспресс-опросник «Индекс толерантности» (Солдатова, Кравцова, Хухлаев, Шайгерова).

3. Диагностический тест отношений (Г.В. Солдатова)

4. Неоконченное предложение «Русские – это….».

5. Методика «Кто я?».

6. Рисуночный тест «Я-другой».

7. Методика изучения ценностных ориентаций, разработанная М.Рокичем.

8. Каузометрическая методика Кроника.

В нашем исследовании была выдвинута следующая гипотеза: молодые люди отличаются менее гармоничным этнопсихологическим статусом (на сознательном и неосознаваемом уровне), чем люди старшего поколения.

Общая выборка составила 70 человек. Анализ проводился в рамках двух возрастных групп: 1) от 20 до 30 лет (21 человек: женщин – 17, мужчин – 4) и 2) от 30 до 50 лет (49 человек: женщин – 26, мужчин – 23)

Полученные результаты позволяют сказать, что изменения происходят практически во всех компонентах этнопсихологического статуса личности.

На уровне этнической идентичности в первой возрастной группе в вербальных опросных методиках декларируется позитивная идентичность, а на неосознаваемом уровне наблюдается ее отсутствие. То есть мы можем говорить о мнимой этнической идентичности у молодых людей, так как неосознаваемые смысловые установки формируют истинную мотивацию.

Автостереотип имеет положительную эмоциональную окраску и сохранен содержательно, но не воспринимается относящимся к себе: «русские хорошие, но это не я». Таким образом, первая возрастная группа имеет отрицательный автостереотип, нет идентификации со своей этнической группой, но имеет место этническая толерантность к русским, положительное эмоциональное отношение.

Мотивационно-смысловая сфера характеризуется нарушением принятия групповых ценностей. Они частично заимствуются из другой, западной культуры и приобретают внешне ориентированный, материальный характер. В иерархии ценностей молодежи присутствуют внутренние ценности, такие как любовь и счастливая семейная жизнь, причем они занимают первые места. Но наряду с ними появляются и такие ценности, как материально обеспеченность и активная, деятельная жизнь. А в системе инструментальных ценностей, отвечающих за достижение поставленных целей, на первые места выходят образованность, самоконтроль, рационализм (во второй возрастной группе последние приписываются «типичному американцу»). Также в группе молодых людей обращает на себя внимание факт отвержения таких исконно русских черт как терпимость и чуткость. Ценность счастья других (благосостояние других людей, всего народа и человечества в целом), творчество, искусство, природа, красота оказались на полюсе отвергаемых ценностей.

В актуальном этнопсихологическом статусе второй возрастной группы также наблюдаются трансформации. На уровне этнической идентичности она проявляется в эмоциональном компоненте: одновременно и гордость и стыд за свой народ. Автостереотип в целом сохраняет позитивную эмоциональную окраску и содержание, хотя есть изменения на уровне терминальных ценностей, приписываемых «типичному русскому»: терминальные ценности у «типично русских» и «типичных американцев» оказываются похожими. Гетеростереотип (американца) характеризуется неопределенным отношением и негативной окраской, что может свидетельствовать о неосознаваемой интолерантности наших испытуемых старшей возрастной группы к американцам.

На уровне мотивационно-смысловой сферы происходят изменения в ценностях. Так, наряду с семейной жизнью и любовью высокие места в иерархии занимают материальное благополучие и интересная работа, при этом оказались похожи иерархии, составленные для «типичного русского» и «типичного американца». Однако у «американцев» отсутствуют: счастливая семейная жизнь и любовь. Отрицаются, как и в первой группе, счастье других, творчество и красота природы и искусства. В иерархиях качеств, важных «для себя» ведущие места и у женщин, и у мужчин занимают ответственность, честность, образованность. У женщин также присутствует терпимость. Эти качества совпадают с теми, которые приписываются «типичному русскому» в той же методике. Но не являются значимыми в своей жизни такие ценности-средства как чуткость и жизнерадостность.

В нашем исследовании, таким образом, было показано, что происходят изменения актуального этнопсихологического статуса в обеих возрастных группах. Однако их характер и особенности протекания различаются. Старшее поколение проявляется более цельное и гармоничное сочетание этнопсихологических феноменов, и остаются верны своей этнической принадлежности. Молодые же люди отрываются от своей этнической группы, теряют корни, ценности и идентичность. Но так как выборка небольшая мы можем говорить только об имеющих место тенденциях.

**Заключение**

В целом результаты проведенного исследования дают нам основания говорить, что временную реальность личности можно рассматривать как сложную систему, включающую в себя причинно-следственные характеристики психологического времени, показатели субъективного возраста, свойства временной перспективы и временных установок, а также смысловые отношения. Использование метода «Life Line» показало, что можно обоснованно говорить о принципиальной значимости каузальных и целевых отношений в структуре субъективного времени и жизненного пути личности в совокупности со смысловыми и установочными характеристиками временной организации личности.

**Литература**

1. Абульханова К.А. Российская проблема свободы, одиночества и смирения // Психологической журнал. 2009.
2. Вус М.А. Государственная тайна и ее защита в Российской Федерации.
3. Государственное управление и государственный контроль и надзор Управление ФСБ по Санкт-Петербургу и Ленинградской области. СПб.: 2007.
4. Бусыгина И.С. Психологические особенности русского национального характера (динамика, мифы, реалии). Екатеринбург, 2004. Вестник ГУ
5. Обухов В.Л. Основы человековедения: человек как микрокосм. СПб.: 2008.
6. Франкл В. Экзистенциальный вакуум: Вызов психиатрии // Человек в поисках смысла. – М., 2007.
7. Абульханова К.А., Березина Т.Н. Время личности и время жизни. СПб., 2007.
8. Головаха Е.И., Кроник А.А. Психологическое время личности. Киев, 2004.
9. Кроник А.А., Ахмеров Р.А. Каузометрия: методы самопознания и психотерапии в психологии жизненного пути. М., 2008.
10. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М., 2003.
11. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего. М., 2004.
12. Сырцова А. Возрастная динамика временной перспективы личности. Автореф. Дисс. … канд. психологических наук. – М., 2008.