

## Влияние ценностной направленности молодежи на формирование представлений о стране

Наталья Г. Воскресенская<sup>a, @</sup>

<sup>a</sup> Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Россия, г. Нижний Новгород

@ navoskr@mail.ru

Поступила в редакцию 21.04.2020. Принята к печати 12.05.2020.

**Аннотация:** Представлены результаты изучения влияния коллективистских и индивидуалистских ценностей молодежи на их представления о стране. Было выдвинуто предположение, что соотношение коллективистской и индивидуалистской направленности подвержено колебаниям под воздействием социально-экономических факторов и влияет на особенности представлений молодежи о России. Выборку составили студенты в возрасте 21–22 лет, обучающиеся в Нижнем Новгороде. Из них 120 студентов (79 девушек и 41 юноша) проходили обучение в 2010 г. и 100 студентов (62 девушки и 38 юношей) – в 2019 г. В качестве методов исследования использовались опросник ценностей Ш. Шварца и метод свободных ассоциаций. В ходе исследования выявлено, что ухудшение экономического положения большей части российского общества и рост внешнеполитической напряженности отразился на ценностях молодежи. Студенты в исследовании 2019 г. имели более выраженный сдвиг в сторону коллективистских ценностей, чем их сверстники в 2010 г. Неуверенность в себе, в собственных силах приводит к снижению потребностей в социальном признании и повышению значимости референтных групп. Для студентов с выраженной коллективистской направленностью характерна ориентация на героическое прошлое России и объединяющие народ традиции при пессимистических и плохо сформированных взглядах на будущее. Отличительная особенность студентов с индивидуалистской ориентацией – большой оптимизм восприятия будущего России при скептическом отношении к традициям, обусловленным историческим прошлым. Исследование помогло уточнить роль ценностной направленности в формировании представлений молодежи о своей стране.

**Ключевые слова:** ценности, коллективистские ценности, индивидуалистские ценности, кризис социального оптимизма, мотивационные типы ценностей, социальные представления, метод свободных ассоциаций, опросник Шварца

**Для цитирования:** Воскресенская Н. Г. Влияние ценностной направленности молодежи на формирование представлений о стране // Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. Т. 22. № 2. С. 409–417. DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-2-409-417>

### Введение

Внешние и внутренние вызовы, с которыми сталкивается наша страна, требуют глубокого психологического осмысления ментальной основы реагирования ее граждан на происходящие события. Важную роль здесь играют ценности. Они задают направление действиям и помыслам людей, влияют на формирование целостной, многоуровневой системы представлений человека о мире, других людях, о себе и своей деятельности, на процессы самоидентификации личности [1–3]. Социальные представления играют важную роль в отражении и рефлексировании реальности, их принято рассматривать как своеобразную визитную карточку групп, отмечая различия высказываний, реакций и оценок социально значимых объектов в зависимости от групповой принадлежности. Принцип их действия можно сравнить с призмой, через которую личность воспринимает социальную действительность, включая новые объекты в систему существующих представлений и социальных конвенций. В результате человек интерпретирует факты окружающей действительности определенным образом

с учетом специфики психологических механизмов восприятия информации об окружающей действительности [4–6].

Регулирующая функция ценностей в процессах формирования представлений о выстраивании взаимодействия индивида и государства хорошо раскрывается в исследованиях, где важная роль отводится понятиям *индивидуализм / коллективизм* – психологическим конструктам, характеризующим социальную культуру с точки зрения выявления тенденций членов определенного культурного сообщества давать приоритет личным или внутригрупповым интересам, ценить независимость, эмоциональную обособленность, личные достижения и соревнования или, напротив, испытывать потребность в других людях, отводить важную роль в своей жизни эмоциональной близости, групповым достижениям и кооперации [7–10]. В исследовании политических ценностей молодежи Кемеровской области, проведенном С. А. Пфетцером, А. А. Зелениным и М. С. Яницким [11], были выделены три основных типа ценностных систем: адаптация (связана с потребностью в выживании и безопасности), социализация (обусловлена зависимостью

от социального одобрения) и индивидуализация (отражает направленность на независимость и саморазвитие). При этом отмечено влияние коллективистской / индивидуалистской направленности молодежи на их политическую активность, которая рассматривалась через индикаторы самооценки социальной активности, заинтересованности общественно-политической жизни местного, регионального и государственного уровней, электорального поведения, а также готовности к прямому участию в различных формах политического воздействия на власть. Было выявлено, что политическая активность в большей степени характерна для ориентирующихся на ценности индивидуализации, тогда как молодежь с ценностными структурами социализации и промежуточным (смешанным) типом, наоборот, чаще демонстрирует политическую пассивность.

В кросскультурных исследованиях неоднократно отмечались различия в соотношении индивидуалистских и коллективистских ориентаций в ценностном сознании представителей разных культур [12]. Для индивидуалистской культуры, характерной для западных стран, традиционные представления о человеке как автономном субъекте, где среди ведущих ценностей выделяются самодостаточность, свобода в поступках, независимость в суждениях, власть над окружением. У личности коллективистской культуры, чаще наблюдаемой в странах Востока, играют более значимую роль ценности, направленные на поддержание социальной идентичности в рамках различных групп и сообществ. Здесь на передний план выступают такие ценности, как чувство долга, поддержание традиций, гармоничные взаимоотношения.

Российское общество принято рассматривать лежащим на стыке двух культур – Запада и Востока, при этом соотношение между индивидуалистскими и коллективистскими ценностями не является стабильным и зависит от многих факторов [13–17]. Так, заметный сдвиг в сторону индивидуалистских ценностей в российском обществе произошел в 1990-е гг., сопровождаясь мощным кризисом идентичности. Россияне, учась рассчитывать на свои силы, ощущали себя автономными по отношению к обществу и социальным институтам, воспринимая их как враждебную для себя среду. Резкое обнищание населения породило недоверие к реформаторам и, как следствие, вызвало острое неприятие их ценностей. Насильственное «обучение демократии» по западному образцу вызвало обратный эффект и привело к новому сдвигу в ценностном самосознании: население в своем огромном большинстве стало склоняться к идеям авторитаризма.

Проявления индивидуализма / коллективизма в ценностном сознании общества во многом зависят от социально-демографических характеристик россиян. М. А. Грищенко отмечает, что преобладание индивидуалистских ценностей в большей степени характерно для обеспеченного и среднего

класса, а коллективистские ценности играют роль «символических» или «парадных», т. е. актуальных в контексте проявления патриотизма, но не обязательных для активизации гражданских ценностей. В то же время для бедных слоев населения коллективистская ориентация служит оправданием для обращения к государственной защите, к опеке со стороны государства [18]. Ю. Р. Хайруллина и М. М. Соловьев, исследуя ценности современной российской молодежи, отмечают роль религии в упрочении коллективистских ценностей [19], а Т. П. Емельянова и Т. В. Белых, сравнивая студентов религиозных и светских вузов в ситуации защиты от глобальных рисков себя и своих близких, пишут, что для первых фактором готовности к активным действиям является выбор единомышленников, укрепление веры в традиционные ценности и мудрость государственных лидеров, тогда как студентов светских вузов отличает определенный фатализм, который можно выразить следующим образом: «не следует тревожиться по поводу того, на что невозможно повлиять, лучше сосредоточиться на своей жизни и благе своих близких» [20, с. 47].

Ю. В. Латов и Н. В. Латова отмечают, что российское студенчество в целом «вестернизированнее» основной массы сограждан, хотя и не исключают, что данное соотношение может быть сдвинуто в сторону коллективистских ценностей, когда студенты вольются в трудовые коллективы [21]. Тенденция преваширования индивидуалистских ценностей над коллективистскими у российской молодежи отмечается и во втором десятилетии XXI в. Согласно статистическим исследованиям 2017 г., ориентация на индивидуализм у современной молодежи проявляется в более выраженном запросе на личностный рост и достижения, в то время как старшее поколение больше ценит стабильность<sup>1</sup>.

Индивидуалистическую направленность студенчества можно связать с возрастными особенностями. В 18–20 лет осознанная нравственная позиция находится на стадии формирования, при этом наиболее ярко проявляют себя такие ценностные качества, как целеустремленность, решительность, настойчивость, самостоятельность, инициатива, умение владеть собой [22]. Несомненна связь ценностных ориентаций студенчества с будущей профессиональной деятельностью. Вместе с тем, согласно культурно-исторической психологии, усвоение ценностей индивидом происходит в процессе интериоризации социальных ценностей, вырабатываемых общественным сознанием [23], а значит, на ценности молодежи не могут не оказывать влияние события, происходящие в стране.

В последние годы на фоне роста напряженности в международных отношениях и усилении воздействия СМИ, направленных на укрепление патриотизма, наблюдается ухудшение экономического положения россиян. П. М. Козырева и А. И. Смирнов отмечают кризис социального оптимизма населения современной России, который

<sup>1</sup> Молодежь и политика: Актуальные вызовы. Опрос ВЦИОМ. 2017. Режим доступа: [https://www.wciom.ru/fileadmin/file/reports\\_conferences/2017/2017-05-22\\_cennosti.pdf](https://www.wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2017/2017-05-22_cennosti.pdf) (дата обращения: 29.07.2019).

проявляется в накоплении усталости, снижении уровня своих притязаний, требований и ожиданий, в росте убежденности относительно неспособности самостоятельно осуществлять свои жизненные планы, в ослаблении ориентации на собственные, индивидуальные усилия и в уменьшении склонности россиян связывать реализацию своих жизненных целей и планов с переменами в экономической сфере [24]. Все это не может не отразиться на студенческой молодежи, чьи ценностные структуры довольно пластичны и находятся на стадии формирования.

Молодежь всегда отличалась более выраженными реакциями на радикальные и эволюционные изменения, происходящие в стране и мире [25]. Размытость представлений о жизненных идеалах, слабая привязка к традициям, недостаточная сформированность ценностных ориентиров создают риски доминирования негативных или кризисных моделей идентичности. Данные риски наиболее сильны в условиях развития массово-коммуникативных технологий, позволяющих молодежи все активнее позиционировать себя в публичном пространстве, в том числе в политическом и гражданском качествах. Изучение воздействия коллективистских и индивидуалистских ценностей на специфику представлений молодежи о себе как членах российского общества поможет уточнить роль ценностной направленности в формировании представлений о своей стране и своем месте в ней в ситуации обострения внешних и внутренних вызовов для страны.

### Программа исследования

Опираясь на исследования влияния общественных трансформаций на ценностное сознание россиян, можно предположить, что коллективистские или индивидуалистские ценности будут во многом определять особенности представлений молодежи о России в ситуации внешних и внутренних вызовов, стоящих перед обществом, влияя на отбор, классификацию и интерпретацию информации о деятельности политических институтов, формируя отношение к прошлому, настоящему и будущему России и ощущение собственной сопричастности к ней.

*Цель работы* – изучение влияния коллективистских и индивидуалистских ценностей молодежи на их представления о стране.

#### *Задачи:*

- 1) изучить специфику ценностей студентов с точки зрения коллективистской и индивидуалистской направленности в ситуации ухудшения экономического положения россиян;
- 2) проанализировать особенности представлений молодежи о некоторых аспектах, связанных с национальной государственной идентичностью;
- 3) проанализировать влияние коллективистских и индивидуалистских ценностей на представления молодежи о России в ситуации внешних и внутренних вызовов, стоящих перед ней.

*Гипотеза.* В ситуации кризиса социального оптимизма актуализируется потребность в безопасности, а групповое единство воспринимается как важное условие для защищенности. В такой ситуации ожидаемо усиление значимости коллективистской направленности в ценностных структурах молодежи по сравнению с их сверстниками девять лет назад. Можно предположить, что коллективистские и индивидуалистские ценности отражают разные способы восприятия действительности, что влияет на особенности ассоциативных рядов, связанных с разными аспектами представлений молодежи о стране.

*Выборка:* 120 студентов (79 девушек и 41 юноша), обучавшихся в Нижегородском государственном университете им Н. И. Лобачевского в 2010 г., и 100 студентов (62 девушки и 38 юношей) этого же вуза, обучавшихся в 2019 г. Все исследуемые в момент проведения опроса были в возрасте 21–22 лет. У студентов 2019 г. также были исследованы представления о некоторых аспектах, связанных с идентификацией себя как гражданина России, с использованием ассоциативной методики. В результате было получено 5181 ассоциация. Данные обрабатывались с помощью статистической программы SPSS и электронных таблиц Excel.

*Методика исследования.* Для исследования коллективистских и индивидуалистских ценностей использовался русифицированный опросник Ш. Шварца, состоящий из 30 требующих ранжирования утверждений, позволяющий изучить ценности личности на уровне убеждений [26]. Ш. Шварц объединил отдельные ценности в десять мотивационно отличающихся типов, которые поддаются группировке с точки зрения приоритета личных или внутригрупповых интересов. Из них нами были выделены ценности индивидуалистской направленности (мотивационные типы: саморегуляция, стимулирование, гедонизм, достижение, власть) и ценности коллективистской направленности (мотивационные типы: безопасность, конформизм, традиции, доброта, универсализм). Следует отметить, что в нашем исследовании для реализации поставленных задач в мотивационный блок *универсализм* мы включили лишь такие ценности, ориентированные на групповые интересы, как «Мир во всем мире» и «Социальная справедливость». Остальные ценности, объединенные Ш. Шварцем в эту группу, не имеют выраженной ценностной направленности, являющейся предметом нашего исследования.

Для изучения представлений студентов о некоторых аспектах, связанных с идентификацией себя как гражданина России, использовалась ассоциативная методика. Студентам предлагалось шесть понятий, к которым нужно было подобрать по десять ассоциаций: политическая власть, национальная угроза, традиции, прошлое России, настоящее России, будущее России. Результаты опроса были подвергнуты контент-анализу по методике П. Вержеса [27]. При анализе ассоциаций учитывалась частота появления понятия в ответах респондентов (чем выше, тем устойчивей представление

об объекте в исследуемой выборке, и, наоборот, чем ниже – тем сильнее показатель оригинальности) и эмоциональная нагруженность ассоциаций. Так, все имена, названия политических институтов, должностей, наименований предметов и спорные с точки зрения эмоциональной нагруженности слова относились к нейтральным. Слова-ассоциации, где четко прослеживалось отношение говорящего к происходящему, обозначались плюсом (мощь, величие, светлое будущее и т.д.) или минусом (разруха, несправедливость, обнищание и т.д.). Также попадали в позитивные (праздник, инновации, современность, патриотизм и т.д.) или негативные (коррупция, преступность, тирания, гонка вооружений и т.д.) ассоциации, связанные с социально одобряемыми или неприглядными явлениями общественной жизни.

**Результаты исследования и обсуждение**

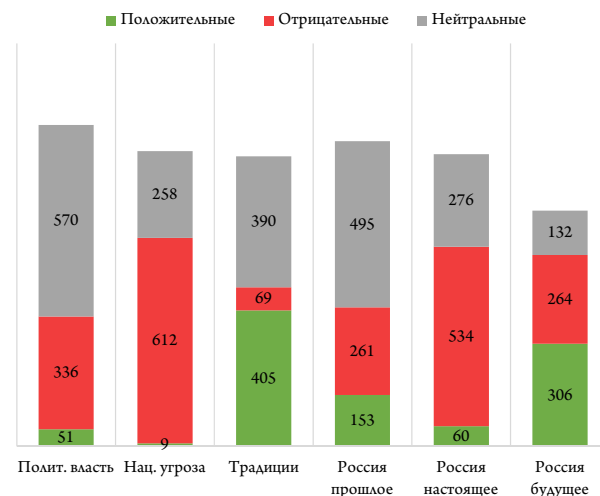
Сравнение ценностных профилей студентов 2010 г. и 2019 г. выявило значимое усиление у современной молодежи ценностей коллективистской направленности ( $p > 0,001$  по U-критерию Манна-Уитни), что мы связываем с возросшей напряженностью в обществе, внешними и внутренними вызовами, стоящими перед гражданами страны, в том числе перед молодежью (рис. 1). У студентов 2019 г. значительно возросла значимость ценности *Социальный порядок*, по сравнению с выборкой 2010 г., сместившись с 27 места на 4. *Самодисциплина* (с 30 места на 1,  $p < 0,001$ ), *Вежливость* (с 28 на 4,  $p < 0,01$ ), *Равенство* (с 29 на 2,  $p < 0,001$ ), *Уважение других* (с 25 на 6) – ценности, направленные в первую очередь на поддержание стабильности в пределах малых групп, у молодежи 2019 г. вышли вперед, обеспечивая перевес коллективистских ценностей над индивидуалистскими. При этом у девушек коллективистская ориентация, представленная такими мотивационными типами, как *Универсализм*, *Доброта* и *Традиции*, в целом оказалась выражена сильнее, чем у юношей ( $p = 0,038$ ).



**Рис. 1. Сравнение значимости ценностей, направленных на групповые интересы, у студентов 2010 г. и 2019 г.**  
**Fig. 1. Significance of group values in students in 2010 vs. 2019**

В процессе исследования с помощью ассоциативной методики представлений студентов о стране было выявлено, что политическую власть студенты воспринимают неотрывно от деятельности президента и правительства, важную роль отводя законодательной деятельности. Нейтральные и негативные ассоциации к данному понятию значительно превышали число положительных ( $p < 0,000$ ) (рис. 2). К негативным аспектам политической власти России студенты относили бюрократию, коррупцию, кризис, обман. Позитивные оценки были более бедны и абстрактны (сила, мощь, справедливость). Следует отметить, что *политическая власть* лидирует по количеству стереотипных ответов, набрав наименьшее число оригинальных ответов. 15,75 % из 957 были оригинальными, не повторяясь у других студентов, что может говорить о более осмысленном отношении к данному понятию, чем к другим, используемым в исследовании.

Национальная угроза ожидаемо выделилась по количеству эмоционально-негативных ассоциаций (рис. 2). Из 879 ассоциаций 69,6 % имели ярко выраженный отрицательный характер. Война, терроризм, гонка вооружений и прочие бедствия пугали студентов, а среди источников этих угроз достаточно часто звучали США, Евросоюз и НАТО. Вообще персонификация угроз в виде обозначения врага извне, угрожающего благополучию российского общества, хотя бы раз звучит в ответах 53 % студентов (Америка, ЕС, Сирия, Китай, Трамп и т.д.), при этом студенты, в чьем ценностном профиле большую значимость играли коллективистские ценности, в большей степени были подвержены к конкретизации источников угроз, называя страны, организации, политических лидеров ( $p < 0,01$ ). В целом же анализ ассоциаций выявил высокую степень озабоченности проблемами национальной безопасности девушек по сравнению с юношами ( $p < 0,01$ ). Ассоциации девушек лидируют по количеству представлений с ярко выраженной негативной окраской и содержательно связываются с войной, разрухой, голодом.



**Рис. 2. Распределение слов-ассоциаций по эмоциональной нагруженности**  
**Fig. 2. Distribution of word associations by emotional load**



Ассоциации к настоящему России заняли второе место по общему количеству эмоциональных слов (68,2 %). Среди негативных ассоциаций чаще всего звучат такие слова, как коррупция, бедность, высокие цены, среди позитивных ассоциаций выделяются стабильность, стремление к независимости, развитие. В числе значимых для сегодняшней России ассоциаций заметно лидируют В. В. Путин, коррупция, бедность, они занимают первые места в рангах ответов. Остальные ассоциации носят достаточно разноплановый характер, в своей совокупности занимая второе место по оригинальности ответов (17,74 % оригинальности) и статистически значимо не выделяясь в зависимости от пола опрашиваемого (табл. 1).

*Традиции* лидируют по количеству позитивных ассоциаций (рис. 2). Студенты ассоциируют их с семьей, праздниками (масленица, пасха, День Победы, Новый Год и др.), гостеприимством, народными гуляниями, национальными блюдами (блины, борщ, пельмени и др.). Вместе с тем встречались и отрицательные ассоциации (11,46 %) – пьянство, взяточничество, лень, косность и т.д. Такой негативизм в большей степени характерен для мужской выборки ( $p < 0,01$ ) и для тех, в чьем ценностном профиле лидирующее место занимает *Власть* – мотивационный тип индивидуалистской направленности. Ответы девушек отличались большей стереотипностью, а *Традиции* чаще ассоциировались с семьей, праздниками, кулинарией, гостеприимством ( $p < 0,05$ ).

С будущим России студенты связывают как свои чаяния (развитие, надежда, свобода и т.д.), так и опасения (война, кризис, смута и т.д.). Много ответов, свидетельствующих о неопределенности (неизвестность, смутно представляю, не мои проблемы и т.д.), занимают самые первые ранговые позиции в ответах. Представления, связанные с будущим страны, получили наименьшее количество ассоциаций – 702, наибольший процент оригинальности (18,2 %) и большее количество эмоционально нагруженных ассоциаций – 81,2 % (табл. 1), что объясняется тем, что представления о будущем России недостаточно осмысленны и эмоции преобладают над разумом. Особенно такая эмоциональность отличает девушек ( $p < 0,05$ ).

При восприятии прошлого России обнаруживается тенденция к большему единодушию в ответах у юношей, чем у девушек (15,93 % оригинальных ответов против 14,63 %). Прошлое России описывается студентами в большинстве своем через исторических политических лидеров (Петр I, Ленин, Сталин и т.д.) либо через исторически значимые события (революции, войны, перестройку). Девушки чаще акцентируют внимание на народных бедствиях (смерть, голод, разруха и т.д.). При этом именно девушки более высоко оценивают такие ценности, как зрелая любовь и дружба, входящие в коллективистский мотивационный блок *Доброта*, который коррелирует с отрицательными ассоциациями, связанными с прошлым страны ( $p < 0,05$ ).

Таким образом, за последнее время произошло усиление значимости коллективистской направленности в ценностных структурах молодежи, которая отразилась в большом количестве эмоционально-нагруженных ассоциаций, особенно связанных с угрозами национальной безопасности и проблемами современной России. При этом ассоциации о будущем страны скудны, разноплановы и не столь содержательны, как ассоциации по другим представлениям, что свидетельствует о растерянности и неуверенности молодежи в завтрашнем дне.

В ходе исследования обозначилось воздействие на представления студентов их ориентаций на коллективистские или индивидуалистские ценности (табл. 2). Студенты-индивидуалисты не столь эмоциональны в оценках будущего России ( $p > 0,05$  по Пирсону). В их ассоциациях меньше неопределенности, они рассчитывают на инновации, изменения в политике и экономике, на новые коммуникативные технологии и прочие изменения, которые повлияют на их жизнь в будущем. Восприятие коллективистами будущего не столь осознанно, отмечено также меньшее количество ассоциаций по данному понятию ( $p > 0,05$ ). Отмечена склонность коллективистов воспринимать прошлое России в более негативном ключе, чем индивидуалистов, рассматривая данное понятие преимущественно через призму несчастий, опасностей и угроз ( $p > 0,05$ ). Так, студенты-коллективисты, ориентированные на мотивационный тип *Доброта*, в основе которого – благополучие близких людей, акцентируют внимание

Табл. 1. Анализ оригинальности и эмоциональности ассоциаций (распределение в % по видам ассоциаций)

Tab. 1. Originality and emotionality of associations (distribution in % by types of associations)

Понятие	Число ассоциаций	Оригинальные	Эмоциональные	Уровень оригинальности		Уровень эмоциональности	
				девушки	юноши	девушки	юноши
Политическая власть	957	15,75	40,44	13,42	17,96	11,13	13,90
Национальная угроза	879	16,22	70,65*	15,18	17,22	21,25	19,96
Традиции	864	15,65*	54,86**	13,62	17,59	16,02	14,80
Россия, прошлое	909	16,51	45,54**	18,48	14,63	14,17	12,33
Россия, сейчас	870	17,74	68,28	19,65	15,93	20,07	18,39
Россия, будущее	702	18,12	81,20*	19,65	16,67	17,37	20,63

Прим.: \* –  $p < 0,05$ ; \*\* –  $p < 0,01$  по U-критерию Манна-Уитни, рассчитанному при сопоставлении мужской и женской выборки.

на том, как всевозможные крупные потрясения отражаются в жизни простого народа ( $p < 0,05$ ). Студенты с выраженным мотивационным типом *Конформность*, в основе которого лежит сдерживание и предотвращение действий, противоречащим социальным ожиданиям, склонны при восприятии прошлого называть ключевые события, связанные с крахом сложившихся ранее порядков (перевороты, мятежи, революции, перестройка). При этом среди ассоциаций в данной группе реже встречаются положительно окрашенные слова, чем у других студентов ( $p < 0,05$ ).

Особенно выражены различия индивидуалистов и коллективистов к *Традициям*, которые можно рассматривать как один из внутренних регуляторов групповой сплоченности. У индивидуалистов чаще прослеживаются отрицательные ассоциации ( $p > 0,05$ ), а у коллективистов – положительные ( $p > 0,05$ ). Особенно склонны к отрицательному восприятию традиций (акцентируя внимание на пьянстве, лени, замкнутости и прочих этнических стереотипах) те индивидуалисты, у которых в ценностных профилях ведущую роль играют такие мотивационные типы, как *Власть* ( $p > 0,05$ ) и *Самореализация* ( $p > 0,05$ ). Для этих студентов важную роль в их жизни играет карьера, социальный статус и возможности личностного роста. Данные цели могут конфликтовать с интересами других людей, что вызывает у индивидуалистов стремление оправдать себя, более негативно оценивая личностные качества членов своих сообществ. Напротив, студенты-коллективисты, для которых особую значимость играет безопасность (семьи, близких людей, нации), придают значение внутренним культурным спайкам, обеспечивающим групповое единение ( $p > 0,05$ ). Праздники и традиционные домашние блюда на уровне семьи, как и общекультурные символы, не только объединяют, но и формируют у данных студентов чувство защищенности, связанное с осознанием единения с членами своих сообществ. Это позволяет почувствовать внутреннее единение, от которого внешние угрозы воспринимаются не столь болезненно.

### Заключение

Ухудшение экономического положения большей части российского общества и рост внешнеполитической напряженности отразился на ценностях молодежи. Студенты в исследовании 2019 г. имели более выраженный сдвиг в сторону коллективистских ценностей, чем их сверстники в 2010 г. Неуверенность в себе, в собственных силах приводит к снижению потребностей к власти и социальному признанию при одновременном повышении значимости групповой принадлежности.

В процессе исследования подтвердилась гипотеза о том, что преобладание коллективистской или индивидуалистской ориентации в ценностном сознании представителей российского студенчества находит свое отражение в специфике их представлений о стране. Было выявлено, что данные ориентации влияют на эмоциональное восприятие прошлого и будущего России. Исследование специфики выраженности представлений позволяет говорить о том, что коллективисты больше ориентированы на прошлое, тогда как индивидуалисты сильнее нацелены на будущее. У первых это проявляется в особом отношении к опасностям и угрозам былого, у вторых – в большей эмоциональности к изменениям, которые могут затронуть страну, а вместе с ней и самих испытуемых. Также индивидуалистские и коллективистские ориентации проявились в представлениях о группах. У коллективистов в представлениях прослеживается признание позитивной роли традиций в комфортном существовании внутри сообществ, тогда как индивидуалисты стремятся выйти за рамки группы, преуменьшая личностные качества их членов.

Исследование показало, что ситуация в стране оказала влияние на ценности молодежи, коснувшись их представлений о стране. В целом они носят эмоционально выраженный характер, при этом индивидуалисты со своей ориентацией на будущее в большей степени способны противостоять трудностям, чем коллективисты, обращенные в прошлое и ищущие в групповом объединении стабильности и защиты.

Табл. 2. Влияние ценностной направленности на ассоциации

Tab. 2. Effect of value orientation on the associations

Общий тип направленности и мотивационные типы	Характерные особенности ассоциаций: позитивные (+); негативные (-)	Коэффициент Пирсона
Общие показатели по коллективистским ценностям, в т. ч. мотивационные типы: <i>Конформность</i> <i>Доброта</i> <i>Безопасность</i>	Традиции (+)	0,286*
	Россия, прошлое (-)	0,279*
	Полнота ответов «Россия, будущее»	-0,286*
	Россия, прошлое (+)	-0,305*
	Россия, прошлое (-)	0,310*
	Российские традиции (+)	0,282*
Общие показатели по индивидуалистским ценностям, в т. ч. мотивационные типы: <i>Власть</i> <i>Самореализация</i>	Традиции (-)	0,296*
	Россия, будущее (-)	-0,282*
	Общее количество нейтральных ответов	0,336*
	Российские традиции (-)	0,297*
	Российские традиции (-)	0,348*

Прим.: \* –  $p < 0,05$ ; \*\* –  $p < 0,01$  по коэффициенту Пирсона, рассчитанному при сопоставлении мотивационных типов и ассоциаций.

## Литература

1. Андреева Г. М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000. 288 с.
2. Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: ИП РАН, 2006. 335 с.
3. Ядов В. А., Семенов А. А., Водзинская В. В., Каюрова В. Н., Киссель А. А., Саганенко Г. И., Бозрикова Л. В., Узунова В. Н., Магун В. С., Гоштаутас А., Лосенков В. А., Смирнова Е. Э., Докторов А. Д. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция; 2-е изд., доп. М.: ЦСПиМ, 2013. 376 с.
4. Емельянова Т. П. Конструирование социальных представлений в условиях трансформации российского общества. М.: ИП РАН, 2006. 400 с.
5. Московичи С. От коллективных представлений к социальным // Вопросы социологии. 1992. Т. 1. № 2. С. 83–96.
6. Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. С. 3–18.
7. Hofstede G., Bond M. The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth // Organizational Dynamics. 1988. Vol. 16. № 4. P. 5–21.
8. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. N. Y.: McGraw-Hill, 2010. 576 p.
9. Huddy L. From group identity to political cohesion and commitment // Oxford Handbook of Political Psychology / eds. L. Huddy, D. O. Sears, Levy J.; 2 ed. N. Y.: Oxford University Press, 2013. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199760107.013.0001
10. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and crosscultural replications // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. Vol. 58. № 5. P. 878–891. DOI: 10.1037/0022-3514.58.5.878
11. Пфетцер С. А., Зеленин А. А., Яницкий М. С. Политическое участие и политические ценности молодежи российской провинции. Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2014. 143 с.
12. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5. № 2. С. 36–67.
13. Зарицкая Ж. В. Специфика русского коллективизма через призму результатов эмпирических исследований // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Философия. 2014. Т. 12. № 2. С. 87–95.
14. Лебедева Н. М. Ценностно-мотивационная структура личности в русской культуре // Психологический журнал. 2001. Т. 22. № 3. С. 26–36.
15. Пантин В. И. Политическая и цивилизационная самоидентификация современного российского общества в условиях глобализации // Полис. Политические исследования. 2008. № 3. С. 29–39.
16. Рябиченко Т. А. Ассимиляция или интеграция: роль ценностей «Самоуверждения» // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 3. С. 93–104. DOI: 10.17759/sps.2016070307
17. Малахов В. С. Культурные различия и политические границы в эпоху глобальных миграций. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 232 с.
18. Грищенко М. А. Функциональность коллективистских и индивидуалистических ценностей в российском обществе // Государственное и муниципальное управление. Учетные записки. 2018. № 2. С. 220–226. DOI: 10.22394/2079-1690-2018-1-2-220-226
19. Хайрулина Ю. Р., Соловьев М. М. Ценностные ориентации молодежи в современных условиях: роль религиозных и этнокультурных ценностей // Власть. 2015. № 11. С. 156–160.
20. Емельянова Т. П., Белых Т. В. Отношение к глобальным рискам студентов православных и светских вузов // Социальная психология и общество. 2019. Т. 10. № 3. С. 40–50. DOI: 10.17759/sps.2019100303
21. Латов Ю. В., Латова Н. В. Открытия и парадоксы этнометрического анализа российской хозяйственной культуры по методике Г. Хофстеда // Мир России. Социология. Этнология. 2007. Т. 16. № 4. С. 43–72.
22. Воскресенская Н. Г. Формирование профессионально-личностных качеств студентов, будущих специалистов в сфере массовых коммуникаций: дис. ... канд. психол. наук. Нижний Новгород, 2012. 190 с.
23. Асмолов А. Г. Культурно-историческая психология и конструирование миров. М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. 768 с.
24. Козырева П. М., Смирнов А. И. Жизнь в условиях неопределенности кризисного общества: опыт и ожидания // Социологические исследования. 2018. № 6. С. 66–78. DOI: 10.7868/S0132162518060065
25. Суоров С. Б., Малько А. В., Коновалов И. Н., Логинова Л. В. Отношение российского студенчества к цветным революциям // Социологические исследования. 2019. № 3. С. 85–97. DOI: 10.31857/S013216250004281-2
26. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб.: Речь, 2004. 72 с.
27. Бовина И. Б. Стратегии исследования социальных представлений // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 5–23.

## Effect of Youth's Value Orientation on the Development of Representations about their Country

Natalya G. Voskresenskaya <sup>a, @</sup>

<sup>a</sup> Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Russia, Nizhny Novgorod

<sup>@</sup> navoskr@mail.ru

Received 21.04.2020. Accepted 12.05.2020.

**Abstract:** The research featured the effect of collective and individual values of young people on their ideas about their motherland. The study was based on the following hypothesis: the ratio of collective and individual orientation is subject to fluctuations under the effect of socio-economic factors. They affect the specifics of young people's representations of Russia. The sample included students of Nizhny Novgorod aged 21–22. Of these, 120 participants (79 girls and 41 boys) were students in 2010 and 100 (62 girls and 38 boys) – in 2019. The research methods involved Schwartz's values questionnaire and the method of free associations. The deterioration of the economic situation of most of the Russian society and the growth of foreign policy tensions proved to affect the values of young people. The students in the 2019 study had a more pronounced shift toward collective values than their peers in 2010. The lack of self-confidence suppressed the need for social recognition and increased the importance of reference groups. Students with a pronounced collective orientation had a focus on Russia's heroic past and traditions, as well as pessimistic and poorly formed views of the future. Students with an individual orientation demonstrated a greater optimism in their perception of the future of Russia, as well as a skeptical attitude to traditions and history. The study clarified the role of value orientation in shaping young people's representation of their country.

**Keywords:** values, collectivist values, individualist values, crisis of social optimism, motivational types of values, social representation, the method of free associations, Schwartz's questionnaire

**For citation:** Voskresenskaya N. G. Effect of Youth's Value Orientation on the Development of Representations about their Country. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2020, 22(2): 409–417. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2020-22-2-409-417>

### References

1. Andreeva G. M. *The psychology of social cognition*. Moscow: Aspekt Press, 2000, 288. (In Russ.)
2. Zhuravleva N. A. *The dynamics of value orientations of a person in Russian society*. Moscow: IP RAN, 2006, 335. (In Russ.)
3. Yadov V. A., Semenov A. A., Vodzinskaya V. V., Kayurova V. N., Kissel A. A., Saganenko G. I., Bozrikova L. V., Uzunova V. N., Magun V. S., Gostautas A., Losenkov V. A., Smirnova E. E., Doktorova L. D. *Self-regulation and prediction of social behavior of the individual: dispositional concept*, 2nd ed. Moscow: TsSPiM, 2013, 376. (In Russ.)
4. Emelyanova T. P. *The construction of social representations in the context of the transformation of Russian society*. Moscow: IP RAN, 2006, 400. (In Russ.)
5. Moscovici S. From collective to social. *Voprosy sotsiologii*, 1992, 1(2): 83–96. (In Russ.)
6. Moscovici S. Social views: a historical view. *Psikhologicheskii zhurnal*, 1995, 16(1): 3–18. (In Russ.)
7. Hofstede G., Bond M. The Confucious Connection: From Cultural Roots to Economic Growth. *Organizational Dynamics*, 1988, 16(4): 5–21.
8. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. N. Y.: McGraw-Hill, 2010, 576.
9. Huddy L. From group identity to political cohesion and commitment. *Oxford Handbook of Political Psychology*, eds. Huddy L., Sears D. O., Levy J., 2 ed. N. Y.: Oxford University Press, 2013. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199760107.013.0001
10. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and crosscultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990, 58(5): 878–891. DOI: 10.1037/0022-3514.58.5.878
11. Pfttser S. A., Zelenin A. A., Yanitskiy M. S. *Political participation and political values of the youth of the Russian province*. Novosibirsk: Izd-vo SO RAN, 2014, 143. (In Russ.)
12. Schvarcz S. H. Cultural value orientations: nature & implications of national differences. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 2008, 5(2): 36–67. (In Russ.)
13. Zaritskaya Zh. V. The specific nature of Russian collectivism through the lense of empirical research. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya*, 2014, 12(2): 87–95. (In Russ.)
14. Lebedeva N. M. Value-motivational structure of personality in Russian culture. *Psikhologicheskii zhurnal*, 2001, 22(3): 26–36. (In Russ.)



15. Pantin V. I. Political and civilizational self-identification of modern Russian society under globalization. *Polis. Political Studies*, 2008, (3): 29–39. (In Russ.)
16. Ryabichenko T. A. Assimilation or Integration: the role of self-affirmation values. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo*, 2016, 7(3): 93–104. (In Russ.)
17. Malakhov V. S. *Cultural differences and political boundaries in the era of global migration*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014, 232. (In Russ.)
18. Grishhenko M. A. Functionality of collectivist and individualistic values in the Russian society. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchyonye zapiski*, 2018, (2): 220–226. (In Russ.) DOI: 10.22394/2079-1690-2018-1-2-220-226
19. Khairullina Yu. R., Solov'ev M. M. Value orientations of the youth under modern conditions: the role of religious and ethnocultural values. *Vlast*, 2015, (11): 156–160. (In Russ.)
20. Emelyanova T. P., Belykh T. V. Attitudes to global risks students of orthodox and secular universities. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo*, 2019, 10(3): 40–50. (In Russ.) DOI: 10.17759/sps.2019100303
21. Latov Yu. V., Latova N. V. Findings and paradoxes of ethnometric analysis of Russia's economic culture according to Hofstede. *Universe of Russia*, 2007, 16(4): 43–72. (In Russ.)
22. Voskresenskaya N. G. *Formation of professional and personal qualities of students, future specialists in the field of mass communications*. Cand. Psychol. Sci. Diss. Nizhny Novgorod, 2012, 190. (In Russ.)
23. Asmolov A. G. *Cultural-historical psychology and the construction of worlds*. Moscow: Institut prakticheskoi psikhologii; Voronezh: NPO "MODEK", 1996, 768. (In Russ.)
24. Kozyreva P. M., Smirnov A. I. Life in the uncertainty of a crisis society: experience and expectations. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 2018, (6): 66–78. (In Russ.) DOI: 10.7868/S0132162518060065
25. Surovov S. B., Malko A. V., Konovalov I. N., Loginova L. V. The attitude of Russian students to color revolutions. *Sotsiologicheskie issledovaniia*, 2019, (3): 85–97. (In Russ.) DOI: 10.31857/S013216250004281-2
26. Karandashev V. N. *Schwartz methodology for the study of personality values: concept and methodological guidance*. St. Petersburg: Rech, 2004, 72. (In Russ.)
27. Bovina I. B. Specific of approaches to social representations analysis. *Sotsiologicheskii Zhurnal*, 2011, (3): 5–23. (In Russ.)