

Социальные представления о «герое нашего времени» у студентов разной профессиональной направленности

О.Е. Кузнецова

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова, Архангельск, Россия

Поступила 1 февраля 2018 / Принята к публикации: 26 февраля 2018

Social representations about «the contemporary hero» in students of different career choice

Olga E. Kuznetsova

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov, Arkhangelsk, Russia

Received February 1, 2018 / Accepted for publication: February 26, 2018

Актуальность (контекст) тематики статьи. Необходимость совершенствования молодежной политики в нашей стране вызвана негативными тенденциями, характерными для современного общества. Одним из ориентиров для ее разработки и определения проблемных областей может стать поиск регуляторов социального поведения молодежи.

Цель. Целью исследования было изучение социальных представлений о современном «герое нашего времени» у студентов психолого-педагогической направленности. Основная исследовательская проблема – изучение различий социальных представлений у студентов с разными ценностями и профессиональной направленностью.

Описание хода исследования. Методический инструментарий включает авторскую анкету для изучения социальных представлений, состоящую из незаконченных предложений, открытых и ассоциативных вопросов. Для диагностики ценностей применялась методика Ш. Шварца. Выборка составила 96 студентов одного из университетов Северо-Западного федерального округа.

Результаты исследования. Результаты исследования показали, что статистические различия по ценностям между группами незначительны. При этом наблюдаются различия в характере их представленности у различных групп студентов. Выявлено, что в группах с противоречивой структурой ценностей социальные представления также противоречивы – студенты не имеют примера для идентификации, не упоминают конкретных личностей в качестве героя, определение героя и указанные персоналии не совпадают. В группе с гармоничной структурой ценностей больше упоминаются конкретные персоналии, примеры для подражания совпадают с собственным пониманием «героя нашего времени».

Выводы. Среди студентов доминируют стереотипные неинтериоризированные социальные представления о «герое нашего времени», что не позволит им транслировать этот образ своим будущим воспитанникам. Большая часть студентов не видит примеры для подражания и для идентификации среди современных известных личностей. Исследования на более развернутой выборке позволят уточнить полученные данные и выработать рекомендации по корректировке молодежной политики в этой области.

Ключевые слова: социальные представления, ценности и ценностные ориентации, героизм, образ героя.

Background. The necessity of youth policy development is caused by negative social tendencies not only in Russia but all over the world. Control of social behavior may be one of the guidelines in its development and determining problem areas.

Objective. The objective of the paper is to study social representations about «the contemporary hero» in students of the psychology and teacher-training specialty. The main issue of the research is the difference of social representations about «the contemporary hero» in students of different specialties and different values.

Design. The methods include the author's questionnaire for revealing social representations that consists of incomplete sentences, open and associated questions, and also the technique for identifying Schwartz's values. The sample consists of 96 students representing 4 careers (physical training, psychology, defectology, elementary education).

Research Results. The results of the study show that within the given groups insignificant statistical distinctions on values are revealed. However, character and discrepancy of values are different within the 4 groups under consideration. In the groups with inconsistent structure of values social representations are also inconsistent: the students have no example for identity, they cannot identify names of particular persons to the hero image, definition of the hero and the specified persons do not coincide. In contrast, within the group of harmonious structure of values specified persons, exemplary models for imitation coincide with that definition of «the contemporary hero». The most harmonious structure of values and less inconsistent social representations about «the contemporary hero» are revealed in Physical Training students, whose most inconsistent values and social representations are revealed in the group of Psychology students.

Conclusion. Stereotypical interiorized social representations about «the contemporary hero» are dominant in the student, which does not allow them to transfer that image to the future subordinates. The major part of the students do not see examples for imitation and for identification among celebrities. Researches on a more vast sample will allow to specify the data to develop recommendations for updating the youth policy in this field.

Keywords: social representations, values and valuable orientations, heroism, image of the hero.

В последнее время широко обсуждается проблема совершенствования молодежной политики, необходимость которого вызвана негативными тенденциями, происходящими не только в России, но и во всем мире. К ним относят: разрушение традиционной ценностно-нормативной системы, обесценивание духовных ориентиров, примитивизация смыслов, общее снижение культурного уровня общества. В России эти тенденции усиливаются разрывом межпоколенных связей, невозможностью передачи опыта и ценностей из-за смены политического и экономического устройства общества (Рягузова, 2014). Современная неформальная молодежная культура крайне противоречива, ей присущи развлекательная и потребительская направленность, подверженность влиянию западной культуры, отсутствие этнокультурной самоидентификации и пр. (Абраменкова, 2008). По мнению ряда ученых одним из ориентиров для разработки молодежной политики и определения проблемных областей может быть выявление социальных представлений молодых людей о «герое», которые являются своеобразным социальным регулятором их поведения в обществе (Торосян, 2010; Теряева, 2014). Согласно Е.П. Белинской, образ «героя нашего времени» выступает в качестве идентификационной модели для подростков. В качестве таких героев выступают «реальные или вымышленные люди, чье мировоззрение или взгляды оцениваются респондентом как близкие, которые выступают как определенные образцы для подражания, что предполагает уважение, эмоциональное принятие данной фигуры, желание следовать данному образцу на уровне личного поведения, а также уверенность, что такое отношение разделяют окружающие» (Белин-

ская, 2017, URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2017v10n54/1457-belinskaya54.html>). Роль «героя» на социальном уровне представляет собой мифологизированный поведенческий сценарий в качестве конвенциональной нормы, этический и ценностный эталон, а также показатель уровня социального сознания и культуры общества в определенном историческом контексте (Рягузова, 2014).

Психологических исследований героя и героизма не так много. Категория «героя» рассматривается как один из архетипов коллективного бессознательно, представляющий собой образ человека или богочеловека, побеждающего любое зло. Образ «героя» представлен как символическое средство отделения «эго» от архетипов и персонификации «эго» (Jung, Henderson, 1964). Кроме того, образ «героя» является также одним из содержательных компонентов культуры любого общества. Наряду с ценностями, ритуалами и символами важны «герои», избираемые обществом на роль духовных лидеров и представляющие собой метафорический код определенной культуры (Hofstede, 1980). Подробно психоаналитический подход к этой проблеме проанализирован в работе Т.С. Вершининой и Л.Т. Баранской (Вершинина, Баранская, 2012). Некоторые исследователи выделяют два понятия героизма: героизм с большой буквы, требующий особых личностных качеств, морального духа и умений (героизм, проявляемый в чрезвычайных ситуациях, в социальных и профессиональных ситуациях) и малый героизм – героизм в повседневной жизни, не требующий каких-то особых качеств и умений (Farley, 2015). Исследования представлений о герое и повседневном герое среди венгерских респондентов показало, что герою приписываются абстрактные качества,

нечто экстраординарное, а повседневный герой описывается как человек, выполняющий правильно то, что надо делать согласно профессиональному и социальному контексту (Keczer, File, Orosz, Zimbardo, 2016).

Последние исследования в России показали возрастающий интерес к проблеме существования у молодого поколения представлений о «герое» и лиц, идентифицируемых с «героем», которые могли бы стать ориентирами для молодежи. Эмпирические исследования представлений о «герое», проведенные на разных выборках подростков и взрослых, показали, что с возрастом происходит изменение традиционных представлений и интерпретаций данного понятия. И хотя в основе их обычно всегда лежат идеи жертвенности, подвига, образца для подражания, «герой» не все время воспринимается как человек, готовый рисковать ради общественных интересов. В качестве «героя» нередко выступают популярные персонажи фильмов и шоу-бизнеса, спортсмены, реже исторические деятели и представители молодежных субкультур, а иногда – носители зла и разрушения (Гитлер, Наполеон, Чингисхан, Батый и др.). Это свидетельствует об отсутствии у современной молодежи четких представлений о героизме и героических поступках, об их значимости для личностного развития. Некоторая часть респондентов считает, что вообще героев не существует. Выявлена также тенденция приписывать «герою», наряду с традиционными мужественными качествами, морально-нравственные и гуманистические качества, что свидетельствует о направленности представлений о «герое» не на его экстремальные действия и поступки, а на сферу его повседневных социальных взаимодействий и взаимоотношений (Рягузова, 2012; Чернобровкина, 2013, 2014; Миронец, 2016; Белинская, 2017). Сравнительный анализ представлений о «герое нашего времени» у подростков и молодежи 2000-х гг. и 2014–2015-х гг. показал существенные изменения в их характеристиках. Так, у респондентов 2014–2015 гг. не вызывал затруднений выбор «героя», ими выбирались чаще незнакомые в жизни люди, не только исторические фигуры, но и известные спортсмены, музыканты, представители шоу-бизнеса.



Ольга Евгеньевна Кузнецова –

кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии Высшей школы психологии, педагогики и физической культуры Северного арктического федерального университета имени М.В. Ломоносова (САФУ), г. Архангельск
E-mail: kuznetsovaolga1@yandex.ru
https://narfu.ru/university/contact_info/teachers/detail/?ID=247745

Появляется больше типичных характеристик, прослеживается стремление к законопослушанию, выявилось больше характеристик «героя» как защитника, обладающего волей и мужеством (Белинская, 2017). Зарубежные исследователи также указывают на влияние средств массовой информации и социальной политики на представления о феномене «героя» (Franco, Blau, Zimbardo, 2011; Kinsella, 2015).

В нашем исследовании мы изучали социальные представления о «герое нашего времени» у студентов, имеющих различные личностные ценности. Мы опирались на положения теории социальных представлений С. Московичи, который под социальным представлением понимает сеть взаимосвязанных понятий, утверждений и объяснений, возникающих в повседневной жизни в результате межличностной коммуникации. Социальные представления есть осмысленные знания, они являются в современном обществе эквивалентом того, что в традиционных обществах рассматривается как мифы и верования (Андреева, 2000; Moscovici, 1984). Согласно Д. Жодле они формируются на основе имеющегося у индивида опыта, информации, знаний, а также способов мышления, которые индивид усваивает под влиянием традиций, образования и социальной коммуникации (Jodelet, 1984, 1992). Дж. К. Абрик считает, что поле представлений имеет иерархичное строение (ядро и периферия). Ядро устойчиво и стабильно и связано с коллективной памятью, а периферия изменчива и задает вектор развития изменений (Abric, 1993, 2000).

Необходимо различать понятия «герой» и «образ героя». «Герой» – это субъект, воплощающий представления о добре, справедливости, борющийся против врагов. А «образ героя» – это качественная (оценочная) характеристика, сформированная в общественном сознании. Это уже восприятие «героя» и представление о «герое». «Герой» и его «образ» могут отличаться друг от друга, так как восприятие отражает не только объективную реальность, но и оценочные интерпретации и эмоциональные компоненты percepции (Сафронов, Сушко, 2011).

В нашей работе термины «герой нашего времени» и «образ героя» по смыслу идентичны, но ограничены во вре-

мени. Целью нашего исследования было изучение социальных представлений о современном «герое нашего времени» у студентов психолого-педагогической направленности. Основная исследовательская проблема – изучение различий социальных представлений у студентов с разными ценностями и профессиональной направленностью.

Описание исследования

В исследовании приняли участие 96 студентов одного из университетов Северо-Западного федерального округа первых и четвертых курсов по следующим направлениям: 1 группа «Педагогическое образование (физическая культура)» (26 человек), 2 группа «Психология» (19 человек), 3 группа «Специальное дефектологическое образование» (26 человек) и 4 группа «Педагогическое образование. Начальное образование» (25 человек).

Для изучения социальных представлений применялась анкета, включающая вопрос ассоциативного характера, незаконченные предложения, открытые вопросы. Данные анкеты обрабатывались с применением метода контент-анализ индуктивного типа, т.е. категории выводились из ответов респондентов, в качестве единицы счета принимались слова и словосочетания, стратегия подсчета – сплошной подсчет.

При диагностике ценностей применялась методика Ш. Шварца для изучения ценностей личности. Обработка данных эмпирического исследования проводилась посредством качественного анализа (феноменологический подход). Статистическая обработка проводилась с применением статистического пакета IBM SPSS Statistics 22.00 (лицензионное соглашение № Z125-3301-14 (САФУ имени М.В. Ломоносова). Для статистической обработки данных были использованы первичные описательные статистики, кластерный анализ, сравнение независимых выборок по уровню исследуемого признака для переменных производилось при помощи Т-критерия Стьюдента и ANOVA.

Результаты

Применение кластерного анализа на всей выборке для выделения групп, различающихся по ценностям, не дало существенного результата, поэтому сравнение выполнялось по профессиональной направленности респондентов.

Анализ средних значений 4 групп показал (рис. 1), что выраженность ценностей в группах имеет качественные отличия. Для студентов 1 группы наиболее значимыми являются ценности самостоятельности, гедонизма, достижения. Эти ценности относятся к ценностям, выражающим интересы личности: ценности

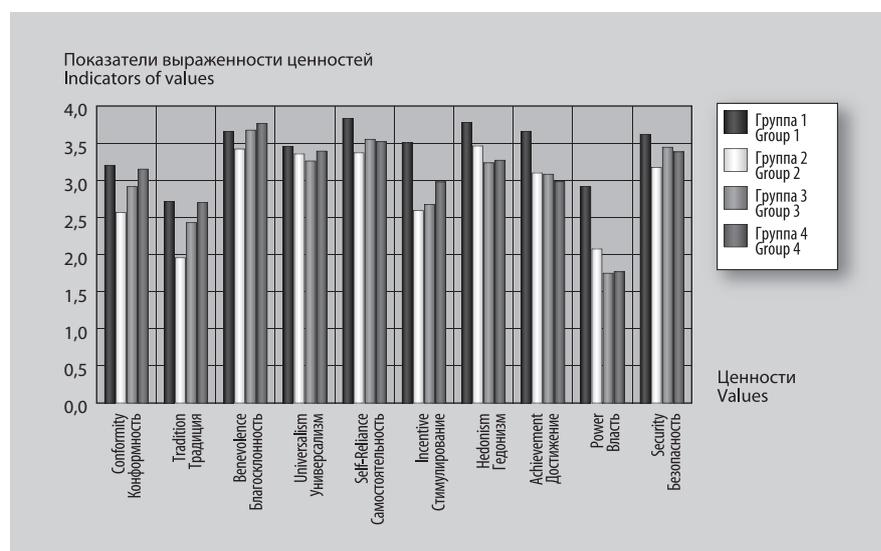


Рис. 1. Гистограмма показателей выраженности ценностей у студентов 4 групп разной профессиональной направленности.

Fig. 1. Histogram of values in 4 groups of students with different career choice

Табл. 1. Результаты попарного сравнения статистически значимых различий между ценностями студентов 4 групп

Ценности	1 группа			2 группа		3 группа	4 группа	
	2 группа	3 группа	4 группа	1 группа	4 группа	1 группа	1 группа	2 группа
Конформность	0,010			0,010	0,014			0,014
Традиции	0,016			0,016	0,023			0,023
Достижения	0,025	0,011	0,008	0,025		0,011	0,008	
Самостоятельность	0,036			0,036				
Стимулирование	0,003	0,004		0,003		0,004		
Власть	0,004	0,001		0,004		0,001		

В таблицу вынесены только те ценности, которые имеют статистически значимые различия по группам ($p < 0,05$)

Table 1. Results of pairwise comparison of statistically significant differences between the values of 4 groups

Values	Group 1			Group 2		Group 3	Group 4	
	Group 2	Group 3	Group 4	Group	Group 4	Group 1	Group 1	Group 2
Conformity	0.010			0.010	0.014			0.014
Tradition	0.016			0.016	0.023			0.023
Achievement	0.025	0.011	0.008	0.025		0.011	0.008	
Self-Reliance	0.036			0.036				
Incentive	0.003	0.004		0.003		0.004		
Power	0.004	0.001		0.004		0.001		

Table 1 includes only values that have statistically significant differences in the 4 groups ($p < 0,05$)

изменения и самоутверждения. Эти ценности не противоречивы. Для студентов 2 группы наиболее значимыми являются ценности гедонизма, самостоятельности и благосклонности, которые соответственно относятся к ценностям самоутверждения, изменения и самопреодоления. В данном случае наблюдается противоречие между ценностями самоутверждения и самопреодоления. Для студентов 3 группы важными являются ценности благосклонности (самопреодоление), самостоятельности (изменение) и безопасности (сохранение). Эта структура также противоречива, но здесь в конфликт вступают ценности изменения и сохранения. Для студентов 4 группы значимыми являются ценности благосклонности (самопреодоление), самостоятельности (изменение), универсализма (самопреодоление) и безопасности (сохранение). Здесь противоречие проявляется между ценностями изменения и сохранения. Таким образом, у студентов 1 группы самая гармоничная структура ценностей, а у остальных групп наблюдается конфликт ценностей индивида и группы.

Наименее выраженные ценности у групп похожи, однако различаются по рангу (представлено по убыванию): 1 группа – власть, традиция, конформность; 2 группа – конформность, власть, традиция; 3 и 4 группы – стимулирование, традиция, власть.

Были выявлены статистически значимые различия (ANOVA) между группами по следующим ценностям: конформность, традиция ($p < 0,022$), стимулирование ($p < 0,033$), достижения ($p < 0,013$), власть ($p < 0,001$). Все эти ценности наиболее выражены у студентов 1 группы. У студентов 2 группы наименее выражены ценности: конформность, традиция, стимулирование. Ценность власти наименее выражена у студентов 3 группы.

Попарный анализ с помощью Т-критерия Стьюдента показал, что статистически значимые отличия по ценностям с участниками из всех групп имеют студенты 1 группы (табл. 1). Больше всего различий у них обнаружено с членами 2 группы. Не выявлено статистически значимых различий по ценностям между студентами 2 и 3, и 3 и 4 группами.

Анализ социальных представлений о «герое нашего времени» показал качественные различия между ними у студентов разной профессиональной направленности.

Для студентов 1 группы – это мужественный, интеллектуальный человек, выполняющий работу, связанную с защитой и спасением жизни. «Герой» ассоциируется с конкретными личностями, в основном спортсменами. Выделена категория самосовершенствование, но не представлены волевые качества, авторитетность, эталон, активность (см. табл. 2).

У студентов 2 группы образ «героя» также ассоциируется с мужественностью, но они делают акцент на гуманистических качествах. Не представлены лидерские качества, виды деятельности, самосовершенствование, персоналии, авторитетность, минимально интеллектуальные качества, но предлагается такая категория, как эталон. Студенты 3 группы ассоциируют образ «героя нашего времени» с героем одноименной повести М.Ю. Лермонтова, больше всего образ «героя» ассоциируется с категориями мужественности и патриотизма. Минимально представлены категории моральных качеств, видов деятельности, персоналий, активности. Не представлены интеллектуальные, волевые качества, самосовершенствование, авторитетность, эталон. Отличных от других групп категорий не выделено.

Для студентов 4 группы «герой» – это, в первую очередь, гуманный и мужественный человек, патриот, имеет волевые качества, военный по роду деятельности. Не представлены категории интеллектуальных, лидерских качеств, самосовершенствование, эталон, персоналии. Выделена собственная категория – авторитетность.

Большая часть студентов всех групп (75%) считает, что «герой нашего времени» проявляет себя в реальной жизни, в том числе в военной ситуации, и только 11% считают, что такой герой существует только

Табл. 2. Результаты контент-анализа ассоциаций образа «герой нашего времени»

Группы Категории	1 группа		2 группа		3 группа		4 группа	
	абс.	отн.	абс.	отн.	абс.	отн.	абс.	отн.
Мужественность	8	15	11	16,4	19	27,1	22	22,7
Интеллектуальные качества	6	11,3	1	1,5				
Морально-нравственные качества	4	7,5	9	13,4	1	1,4	3	3,06
Волевые качества			5	7,5			9	9,3
Гуманистические качества	2	3,7	12	17,9	6	8,6	24	24,8
Лидерские качества	2	3,7			3	4,3		
Патриотизм	4	7,5	3	4,5	9	12,9	10	10,3
Виды деятельности	8	15			1	1,4	8	8,2
Самосовершенствование	5	9,4						
Помощь	2	3,7	4	5,9	4	5,7	3	3,06
Персоналии	9	16,9			1	1,4		
Авторитетность							5	5
Эталон			6	8,9				
Активность			4	5,9	1	1,4	2	2,06
Необычность/независимость	2	3,7	3	4,5	5	7,1		
Художественное произведение			7	10,4	20	29,6	6	6,2
Другое	1	1,8	2	2,9			5	5
Итого	53	100	67	100	70	100	97	100

Table 2. Content analysis figures of «the hero of our time» image associations

Group Category	Group 1		Group 2		Group 3		Group 4	
	absolute	relative	absolute	relative	absolute	relative	absolute	relative
Masculinity	8	15	11	16.4	19	27.1	22	22.7
Intellectual abilities	6	11.3	1	1.5				
Moral values	4	7.5	9	13.4	1	1.4	3	3.06
Volitional qualities			5	7.5			9	9.3
Humanistic qualities	2	3.7	12	17.9	6	8.6	24	24.8
Leadership skills	2	3.7			3	4.3		
Patriotism	4	7.5	3	4.5	9	12.9	10	10.3
Types of performance	8	15			1	1.4	8	8.2
Self-improvement	5	9.4						
Assistance	2	3.7	4	5.9	4	5.7	3	3.06
Personae	9	16.9			1	1.4		
Credibility							5	5
Standard			6	8.9				
Activity			4	5.9	1	1.4	2	2.06
Uniqueness/independence	2	3.7	3	4.5	5	7.1		
Piece of art			7	10.4	20	29.6	6	6.2
Other	1	1.8	2	2.9			5	5
Total	53	100	67	100	70	100	97	100

в кинофильмах, книгах и интернет-пространстве. Также большая часть студентов из всех групп считает, что «герой» существует: «он изменяет мир к лучшему и делает добрые дела». Для студентов 1, 2, 3 группы – это представители видов деятельности, связанных с защитой и спасением людей. Кроме того, студенты 1 и 3 группы называют родственников, студенты 2 группы добавляют ученых и предпринимателей, а студенты 4 группы – педагогов. Также в каждой группе упоминается президент В.В. Путин.

Только небольшая часть студентов считает, что «героя» не существует: 1 группа – 7 человек, 2 группа – 3 человека, 3 группа – 9 человек и 4 группа – 5 человек («в нашем жестоком мире без нравственных идеалов нет места героям»).

Для студентов 1, 3, 4 группы «герой» – это «человек, совершивший подвиги» (участник боевых действий, человек, который прославил свою Родину), а также «авторитетный человек из ближайшего окружения». Единично упоминаются та-

кие фамилии, как Кутузов, Путин, Сталин, Маресьев, Савичева, Ломоносов, Космодемьянская. Для студентов 2 группы «герой» тоже – это «человек, совершивший подвиги», однако фамилии здесь не упоминаются. Еще это – «персонаж фильма, книги, участник какого-либо события», часто упоминается Печорин, Базаров и герои произведений Дж. Роулинг.

Для студентов 1 группы «герой», в первую очередь, тот, кто спасает, защищает, творит добрые дела и обладает лидерски-

ми качествами. Студенты 2 группы добавляют к этим качествам умение выражать свое мнение и обладание выдающимися способностями. Студенты 3 группы акцентируют внимание на совершении подвигов и помощи в любой ситуации. Студенты 4 группы особенно выделяют участие в защите Родины и способность жертвовать собой ради других.

Несмотря на то, что представления студентов о «герое нашего времени» довольно развернутые, выявилась проблема идентификации. Большинство студентов затруднились указать конкретные персоналии, которые для них являются «героями нашего времени». В 1 группе 46,15% не идентифицируют себя ни с кем. Остальные упоминают В.В. Путина, спортсменов (Домрачева, Бэххем, Брайант) и представителей шоу-бизнеса (Нагиев). Однако эти персоналии упоминают студенты 1 курса, а студенты 4 курса уже не видят для себя конкретных примеров для подражания. 63,15% студентов 2 группы не идентифицируют себя ни с кем и большинство из них не хотят ни с кем идентифицироваться. Остальные называют персоналии из шоу-бизнеса (Безруков, современные художники, Коулмен, Роулинг, Тиханович, Маккартни, Бьонс). В 3 группе уже 76,9% студентов не могут назвать конкретные фамилии и не видят примеров для подражания. Остальные тоже упоминают представителей шоу-бизнеса (Хабенский, Джолли), а также людей, занимающихся благотворительностью (Глинка). 57,7% студентов 4 группы не видят примеров для подражания, остальные опять же упоминают представителей шоу-бизнеса (Хаматова, Джолли), но эти имена упоминаются в связи с их благотворительной деятельностью.

Следует отметить, что все респонденты, в основном, отмечают сферу действия «героев нашего времени» в реальном мире, процент упоминания интернет-пространства очень незначителен.

Обсуждение результатов

Результаты исследования показали, что, несмотря на общее единство ценностей по всей выборке, существуют качественные различия между группами разной профессиональной направленности.

Наиболее гармоничная структура ценностей выделена у группы 1 (физическая культура). Эта группа имеет статистически значимые отличия по ценностям с другими группами. Представления студентов этой группы о «герое нашего времени», образующие ядро образа, более четкие, но менее разнообразные, они относятся, в основном, к людям, выполняющим мужественную работу, связанную с защитой и спасением жизни. Периферия представлений также менее разнообразна, по сравнению с другими группами. Однако студенты данной группы называют больше всех конкретных персоналий и больше идентифицируют себя с ними. Выделенные представления согласуются с ведущими ценностями группы: самоутверждения, изменения и самопреодоления. Только в этой группе есть категория самосовершенствования, больше частота упоминаний интеллектуальных качеств, конкретных видов деятельности, связанных с ценностями (военный, спасатель, пожарный, ветеран, врач) и соответствующих персоналий.

Студенты 2 группы (психология), хотя и в меньшей степени, но также отличаются по ценностям от других групп. У них доминируют ценности гедонизма, самостоятельности и благосклонности, однако ценности противоречивы. Именно в этой группе больше всего в качестве героев упоминаются персонажи книг, кино-артисты, художники. Ядро представлений не имеет цельной структуры, как у предыдущей группы, больше всего упоминаются гуманистические качества, а затем уже следуют мужество и морально-нравственные качества. Периферия представлений разнообразна и неоднородна. Несмотря на то, что только в этой группе выделяется категория героя как эталона, студенты именно этой группы в меньшей степени склонны идентифицировать себя с кем-либо и меньше всего называют персоналии. Кроме того, среди названных персоналий нет фамилий конкретных героев, проявивших мужество в военных и спасательных операциях, хотя это определение героя упоминают чаще всего, изредка приводятся фамилии персон из шоу-бизнеса и фэнтэзи. Таким образом, противоречия в структуре ценностей (самоутверждения и самоопределения) проявляются и в представлениях о «герое». Согласно

терминологии Е.В. Рязузовой, здесь проявляется диссоциация образа героя, в связи с тем, что «образ не отрефлексирован и не интернализирован личностью (не осознан и не присвоен ею), не интегрирован в интерсубъективное пространство в виде фигуры значимого Другого» (Рязузова, 2014, С. 275).

Существенных различий между ценностями студентов 3 и 4 группы нет. Вероятно, это связано с общим для этих групп педагогическим профессиональным направлением. У них наблюдается противоречие между ценностями изменения и сохранения. У будущих педагогов начальных классов в доминирующих ценностях есть универсализм. Ядро социальных представлений о «герое нашего времени» у обеих групп составляет категория мужественности, у будущих педагогов начальных классов в ядре доминируют гуманистические качества, тогда как у дефектологов они не выражены, зато больше проявилась стереотипные ассоциации с героем художественного произведения М.Ю. Лермонтова. В этих группах категория патриотизма выражена больше всего, однако периферия социальных представлений также противоречива и неоднородна. В данных группах больше всего процент студентов, сомневающихся в существовании «героя» в современном мире. Несмотря на то, что для респондентов «герой нашего времени» – это, в первую очередь, человек, совершающий подвиги и оказывающий помощь (для 3 группы), и защитник Родины (для 4 группы), студенты затрудняются назвать персоналии. Большая часть этих студентов не видят примеров для подражания и идентификации и не стремятся идентифицировать себя с кем-либо. Небольшой процент студентов-педагогов называет героев Великой Отечественной войны, студентов-дефектологов – представителей шоу-бизнеса, в лучшем случае, связывая персоналии с благотворительной деятельностью.

Заключение

Результаты нашего исследования показали некоторое совпадение с результатами предыдущих исследований по данной

тематике (Чернобровкина, 2013; Рягузова, 2012, 2014; Миронец, 2016; Белинская, 2017). Можно сделать следующие выводы.

1. Ядро социальных представлений студентов о «герое нашего времени» содержит категорию мужественности, представления о «герое» как о защитнике Родины и человеке, «оказывающем помощь». Однако нельзя утверждать, что это ядро достаточно устойчиво, скорее всего, оно включает стереотипные представления, принятые в обществе. Но, поскольку персоналии практически не называются, не известно, насколько интериоризирован этот образ.
2. Категория патриотизм не входит в ядро социальных представлений студентов о «герое» и находится ближе к периферии образа.
3. Периферия социальных представлений студентов о «герое» разнородна, что может говорить о диссоциации образа «героя нашего времени». Это создаст сложности для определения тенденций развития социальных представлений. Можно предположить, что есть тенденция приписывать «герою нашего времени» качества, необходимые в обычных условиях социальных взаимоотношений (гуманистические, морально-нравственные), что соотносится с предыдущими исследованиями.
4. Было выявлено, что большая часть студентов не видят для себя примеров для подражания и для идентификации среди современных известных личностей, т.е. затрудняется назвать конкретных «героев нашего времени».

5. Выявлено, что большая часть студентов не могут назвать конкретные фамилии «героев», а, значит, не способны транслировать примеры героических поступков «героев», как прошлого, так и настоящего, подрастающему поколению, с которым в ближайшее время они будут работать.
6. Выявлены некоторые различия в ценностях групп разной профессиональной направленности и социальных представлений.
7. Наибольшие отличия имеет группа студентов физической культуры, у которой наблюдается наиболее устойчивое ядро представлений, акцентирование конкретных видов деятельности и упоминание персоналий, в основном, из спортивной сферы, что, вероятно, связано с воспитанием спортсменов на конкретных примерах.
8. Наиболее противоречива структура ценностей и наиболее диссоциирован образ «героя нашего времени» у группы студентов-психологов.
9. Структура ценностей в группах студентов-дефектологов и будущих учителей начальных классов также противоречива. Несмотря на наибольшую выраженность категории патриотизма, по сравнению с другими группами, студенты не называют конкретные лица, которые могли бы быть для них примерами для подражания.
10. Выявлено, что в группе с гармоничной структурой ценностей социальные представления о «герое нашего времени» не противоречивы, а в группах с противоречивой структурой ценно-

стей ядро и периферия образа разнообразны и неоднородны.

Данное исследование является пилотажным, поэтому для уточнения данных необходимо увеличение выборки и включение в ее состав представителей других профессиональных направлений. Однако наши данные во многом совпадают с уже проведенными исследованиями и показывают скорее негативную, чем конструктивную тенденцию формирования социальных представлений молодежи о «герое нашего времени».

Подводя итоги, следует отметить, что среди студентов психолого-педагогической направленности доминируют скорее стереотипные поверхностные социальные представления о «герое нашего времени», не являющиеся интериоризированными. Вероятно, проводимые в рамках молодежной политики мероприятия не выполняют в полной мере свою задачу по формированию образа «героя нашего времени» у молодых людей, который мог бы стать регулятором их социального поведения и выступить в качестве идентификационной модели для них. Отсутствие системной политики по формированию примеров для подражания, существование известных лиц, не являющихся значимыми для большинства студентов, приводит к тому, что, не имея собственных примеров для подражания, будущие педагоги окажутся не способны создать их у своих учеников. На наш взгляд, необходимо внести коррективы в содержание молодежной политики, создавать новые направления, которые способствовали бы воспитанию реального, а не декларативного патриотизма.

Литература:

- Абраменкова В.В. Социальная психология детства: развитие отношений ребенка в детской субкультуре. – Москва : ПЕР-СЭ, 2008.
- Андреева Г.М. Психология социального познания. – Москва, 2000.
- Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – Москва : Аспект Пресс, 2001.
- Белинская Е.П. Идентификационные модели подростков и молодежи: «герои нашего времени» взаимодействия [Электронный ресурс] // Психологические исследования. – 2017. – Т. 10. – № 54 : [сайт]. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2017v10n54/1457-belinskaya54.html> – (дата обращения 16.03.2018).
- Вершинина Т.С., Баранская Л.Т. Психологический феномен героического поведения: психоаналитический подход // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 19. – С. 12–19.
- Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. – Санкт-Петербург : Речь, 2004.
- Миронец Е.В. Героизм в представлении студенческой молодежи // Научный журнал КубГАУ. – 2016. – № 119(05). – С. 1–11.
- Рягузова Е.В. Субъективные представления современных подростков о герое // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 1. – Т. II (Психолого-педагогические науки). – С. 226–229.

- Рягузова Е.В. Личностные репрезентации взаимодействия «Я – Другой»: социально-психологический анализ : дис. ... докт. психологических наук. – Саратов, 2012.
- Рягузова Е.В. Герой как культурное означающее // Известия Саратовского ун-та. Серия «Акмеология образования. Психология развития». – 2014. – Т. 3. – Вып. 2(10). – С. 122–125.
- Рягузова Е.В. Диссоциация и персонификация репрезентации «Герой» у современных подростков // Известия Саратовского университета. Серия «Акмеология образования. Психология развития». – 2014. – Т. 5. – Вып. 5(11) – С. 274–276.
- Сафронов А.Н., Сушко П.Е. «Образы Героев» в представлении современной кубанской молодежи: типологизация и особенности формирования // Общество: Социология, Психология, Педагогика. – 2011. – № 1–2. – С. 90–93.
- Смирнов С.Ю. Технологии дегероизации в сознании российского общества // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2011. – № 4. – Т. 3. – С. 222–226.
- Теряева О.А. Воспитание молодежи: образы героев, псевдогероев и антигероев // Социальная педагогика. – 2012. – № 4. – С. 107–120.
- Торосян Д.Р. Героизм и патриотизм как социальные факторы стабилизации жизни общества // Вестник Московского университета. Серия «Социология и политология». – 2010. – № 1. – С. 157–163.
- Чернобровкина С.В. Образ «Героя» у современных подростков // Вестник Омского университета. Серия «Психология». – 2013. – № 2. – С. 23–32.
- Abric, J.-Cl. (1993) Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on social representations*, 2(2), 75–78.
- Abric, J.-Cl. (2000) La notion de noyau central: bilans et perspectives actuelles. *Actes de la Cinquième conférence internationale sur les représentations sociales*. Montreal, 87–88.
- Bilsky W., Janik M. & Schwartz S.H. (2011) The structural organization of human values: Evidence from three rounds of the European Social Survey (ESS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 759–776. doi:10.1177/0022022110362757
- Bilsky, W., & Schwartz, S. (1987) Towards a Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550–562. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
- Farley F. (2015). The Real Heroes of «The Dark Knight». *Psychology today*. 2012 [cited 17 June 2015]. Retrieved from: <https://www.psychologytoday.com/blog/the-peoples-professor/201207/the-real-heroes-the-dark-knight>
- Franco, Z.E., Blau K, & Zimbardo P.G. (2011) Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*, 15(2), 99–113. doi:10.1037/a0022672
- Henderson, Joseph L. (1964) Ancient Myths and Modern Man. *Man and His Symbols*. Jung, C. G., Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Hofstede, G. (1980) Culture's consequences: international differences in work-related values. L.
- Jodelet, D. (1992). Mémoire de masse: le côté morale et affectif de l'histoire. *Bulletin de Psychologie*, XLV(405), 239–256.
- Jodelet, D. (1984). Représentation sociale: phenomenes, concept et theorie. *Psychologie sociale*, P: PUF, 357–378.
- Jung, C. G., & Franz, M.-L. (1964) Man and His Symbols. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Keczer, Z, File, B, Orosz, G, & Zimbardo, P.G (2016) Social representations of hero and everyday hero: a network study from representative sample. August 15, 2016. Retrieved from: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0159354>
- Kinsella, E. L, Ritchie, T.D., & Igou, E.R. (2015) Zeroing in on heroes: A prototype analysis of hero features. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(1), 114–127. doi:10.1037/a0038463
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. Social representations. Ed. by M. Farr, S. Moscovici. Cambridge-Paris: CUP, 3–69.
- Moscovici, S. (Ed.) (1984) *Psychologie sociale*, P: PUF, 357–378.
- Schwartz, S.H. (1994) Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19–45. doi:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x

References:

- Abramenkova, V.V. (2008) Social psychology of childhood: development of child's relations in children's subculture. Moscow, PER-SE.
- Abric, J.-Cl. (1993) Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on social representations*, 2(2), 75–78.
- Abric, J.-Cl. (2000) La notion de noyau central: bilans et perspectives actuelles. *Actes de la Cinquième conférence internationale sur les représentations sociales*. Montreal, 87–88.
- Andreeva, G.M. (2000) Psychology of social cognition. Moscow.
- Belinskaya, E.P., & Tikhomandritskaya, O.A. (2001) Social psychology of personality. Moscow, Aspekt Press.
- Belinskaya, E.P. (2017) Identification models of adolescents and young people: «the heroes of our time». [*Psychologicheskie issledovaniya*], 10(54). Retrieved from: <http://psystudy.ru/index.php/num/2017v10n54/1457-belinskaya54.html> (accessed: 16.03.2018)
- Bilsky W., Janik M. & Schwartz S.H. (2011) The structural organization of human values: Evidence from three rounds of the European Social Survey (ESS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 759–776. doi:10.1177/0022022110362757
- Bilsky, W., & Schwartz, S. (1987) Towards a Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550–562. doi:10.1037/0022-3514.53.3.550
- Farley F. (2015). The Real Heroes of «The Dark Knight». *Psychology today*. 2012 [cited 17 June 2015]. Retrieved from: <https://www.psychologytoday.com/blog/the-peoples-professor/201207/the-real-heroes-the-dark-knight>

- Franco, Z.E., Blau K, & Zimbardo P.G. (2011) Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*, 15(2), 99–113. doi:10.1037/a0022672
- Henderson, Joseph L. (1964) Ancient Myths and Modern Man. *Man and His Symbols*. Jung, C. G., Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Hofstede, G. (1980) Culture's consequences: international differences in work-related values. L.
- Jodelet, D. (1992). Mémoire de masse: le côté morale et affectif de l'histoire. *Bulletin de Psychologie*, XLV(405), 239–256.
- Jodelet, D. (1984). Représentation sociale: phenomenes, concept et theorie. *Psychologie sociale*, P: PUF, 357–378.
- Jung, C.G., & Franz, M.-L. (1964) Man and His Symbols. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Karandashev, V.N. (2004) Schwartz's method for studying personal values: a concept and a methodical guide. St. Petersburg, Rech'
- Keczer, Z, File, B, Orosz, G, & Zimbardo, P.G (2016) Social representations of hero and everyday hero: a network study from representative sample. August 15, 2016. Retrieved from: <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0159354>
- Kinsella, E.L, Ritchie, T.D., & Igou, E.R. (2015) Zeroing in on heroes: A prototype analysis of hero features. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(1), 114–127. doi:10.1037/a0038463
- Mironets, E.V. (2016) Heroism in the representation of student youth. [*Nauchnyy zhurnal KubGAU*], 119(05), 1–11.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon of social representations. Social representations. Ed. by M. Farr, S. Moscovici. Cambridge-Paris: CUP, 3–69.
- Moscovici, S. (Ed.) (1984) *Psychologie sociale.*, P: PUF, 357–378.
- Ryaguzova, E.V. (2011) Subjective representations about the hero in modern adolescents. [*Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik*], 1(2), 226–229.
- Ryaguzova, E.V. (2012) Personal representations of the interaction «I vs Others»: a socio-psychological analysis. Doctor of Psychology, thesis. Saratov.
- Ryaguzova, E.V. (2014) The hero as a cultural signifier. [*Izvestiya Saratovskogo universiteta*]. Series acmeology of education. Developmental psychology, 3, 2(10), 122–125.
- Ryaguzova, E.V. (2014) Dissociation and personification of the «Hero» representation in modern adolescents. [*Izvestiya Saratovskogo universiteta*]. Series acmeology of education. Developmental psychology, 5, 5(11). 274–276.
- Safronov, A.N. & Suchko, P.E. (2011) «Images of Heroes» in the presentation of the modern Kuban adolescents: typology and features of development. [*Obshchestvo. Psikhologiya. Pedagogika*], 1–2, 90–93.
- Schwartz, S.H. (1994) Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19–45. doi:10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x
- Smirnov, S.Yu. (2011) Technologies of de-heroization in the minds of Russian society. [*Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*], 4(3), 222–226.
- Teryaeva, O.A. (2012) Education of youth: images of heroes, pseudo-heroes and anti-heroes. [*Sotsial'naya pedagogika*], 4, 107–120.
- Torosyan, D.R. (2010) Heroism and patriotism as social factors of stabilizing the life of society. [*Vestnik Moskovskogo Universiteta*]. Series 18 "Sociology and Political Science", 1, 157–163.
- Tchernobrovkina, S.V. (2013) The image of «Hero» in modern adolescents. [*Vestnik omskogo universiteta*]. Series "Psychology", 2, 23–32.
- Vershina, T.S. & Baranskaya, L.T. (2012) Psychological phenomenon of heroic behaviour: the psychoanalytic approach. [*Vestnik YUrGU*], 19, 12–19.