

DOI: 10.12731/2218-7405-2015-10-31

УДК 159.99

## ХРИСТИАНСКИЕ ЦЕННОСТИ В МИРОВОЗЗРЕНИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА

**Ицкович М.М., Ицкович Т.В.**

*В рамках психолингвистического исследования, проведенного в Уральском федеральном университете в 2015 году, студентам был предложен набор ценностно-смысловых концептов, характерных для русской культуры. В ряд слов-стимулов были включены понятия, отражающие традиционные христианские ценности: Бог, вера, надежда, любовь. Исследование предполагало выявление как сознательных, так и подсознательных реакций респондентов. Анализ полученных результатов показал, что понятия любовь, вера и надежда имеют для респондентов самостоятельную значимость, не связанную с понятием Бог. Существуют значительные расхождения в рациональной оценке ценностной значимости понятия вера на гендерном основании, также выявлено различие в эмоциональной оценке указанных понятий.*

**Ключевые слова:** психолингвистическое исследование; ценностно-смысловые концепты; традиционные христианские ценности; слова-стимулы Бог; вера; надежда; любовь; рациональное и эмоциональное отношение; гендерное основание.

## CHRISTIAN VALUES IN MODERN STUDENTS WORLDVIEW

**Itskovich M.M., Itskovich T.V.**

*Within psycholinguistic research conducted in the Ural Federal University in 2015, students were offered a set of values and meanings of Russian culture concepts.*

*In a row words incentives the concepts reflecting traditional Christian values were included: God, belief, hope, love. The research involves identification of both conscious, and subconscious reactions of respondents. The analysis of the received results showed that concepts the love, belief and hope have the independent importance which isn't connected with the concept God for respondents.*

*There are considerable differences in a rational assessment of the valuable importance of concept belief on the gender basis, also found differences in the emotional evaluation of these concepts.*

**Keywords:** *psycholinguistic research; valuable and semantic concepts; traditional Christian values; words incentives God; belief; hope; love; rational and emotional relation; gender basis.*

### **Введение**

Современное состояние общества, кроме прочего, характеризуется интересной особенностью: европейская цивилизация построена на христианских ценностях, но эти ценности отодвинуты на задний план прагматизмом соревнования людей за успех в условиях капиталистической конкуренции. В то же время экзистенциальные кризисы смысла существования в техногенном капиталистическом обществе, потребность в нахождении своей идентичности, социальный заказ на национальную идею диктуют российскому обществу необходимость возврата к традиционным ценностям христианской культуры. Сегодня в гуманитарной науке актуален вопрос изучения духовно-нравственного состояния современного российского общества, состава и смыслового наполнения ценностных ориентаций [6, 12, 15]. Тем более интересна представленность конкурирующих христианских и буржуазных ценностей в сознании современной молодежи. Одна из наиболее репрезентативных групп – современное студенчество, отличающееся активностью и социальной мобильностью. Изучение ценностных ориентаций современных студентов является целью настоящей статьи.

### **Материалы и методы**

В рамках психолингвистического исследования, проведенного в Уральском федеральном университете в 2015 году, 633 респондентам, студентам 18-19 лет мужского и женского пола (236 и 397 человек, соответственно) был предложен набор ценностно-смысловых концептов, характерных для русской культуры. В набор из 59 понятий, являющихся ключевыми словами национального менталитета [9, с. 244], были включены понятия, отражающие традиционные христианские ценности: *Бог, вера, надежда, любовь*.

**Целью исследования** являлось выявление лежащих за понятиями, предлагаемых к оцениванию респондентами, комплексов личностных смыслов и побудительных мотивов.

**Методика проведения исследования:** респондентам предлагалось оценить понятия путем как рационального выражения мнения (да/нет/ затрудняюсь ответить), так и эмоциональ-

ной оценки понятия, осуществляемой выбором респондентом ассоциирующегося с понятием цвета (набор цветов теста Люшера) [10]. Далее, по методике цветового теста отношений А.М. Эткинда [14], с целью выявления субъективной ранжировки понятий респондентам предлагалось сделать выбор цветов теста Люшера в порядке убывания (от наиболее приятного к самому неприятному). В результате респонденты субъективно соотносили ассоциированные с цветом понятия с собственным порядком расположения цветовых предпочтений в тесте Люшера и тем самым определяли, к какой сфере мотивации относится каждое понятие: желаемого состояния, актуально переживаемой ситуации, вытесняемой эмотивной области, проблемной эмотивной области. Статистические расчеты выполнялись в статистической программе «STATISTICA 10.0 русский».

Результаты исследования. Опираясь на определение ценности, данное в Большом Энциклопедическом Словаре, отметим существование традиционных христианских ценностей, выявление и описание отношения студентов к которым является целью настоящего исследования. «Ценность – положительная или отрицательная значимость объектов окружающего мира для человека, социальной группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений; критерий и способы оценки этой значимости, выраженные в нравственных принципах и нормах, идеалах, установках, целях. Различают материальные, общественно-политические и духовные ценности; положительные и отрицательные ценности» [3].

Ценности определяют отношение человека к окружающей действительности и фиксируются как ценностные ориентации, понимаемые как отражение в сознании человека ценностей, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей и общих мировоззренческих ориентиров [5, 11].

Христианские ценности опираются на прототекст Священного Писания и соотносятся с понятием добродетели на родо-видовых основаниях. Христианские ценности – понятия, на которые опирается христианин при достижении главной цели – спасения, или обожения. Если ценности, как пишет П. Менцер, – это «то, что чувства людей диктуют признать стоящим над всем и к чему можно стремиться, созерцать, относиться с уважением, признанием, почтением» [цит. по 4, с. 147], то добродетели являются несомненными ценностями. «Ценность есть нечто всепроникающее, определяющее смысл и всего мира в целом, и каждой личности, и каждого события, и каждого поступка», – отмечает Н.М. Лосский [7, с. 2].

Христианские ценности включают в себя добродетели, среди которых выделяются кардинальные и теологические. Кардинальные добродетели, сформулированные еще в период античности Эсхилом, Платоном, Аристотелем [13, 8, 1], – *мужество, умеренность, справедливость, благоразумие*. Позже бл. Августин [2] дополнил список теологическими добродетелями: *вера, надежда, любовь*, – учение о которых развивается восточнохристианскими авторами. Семь христианских добродетелей противопоставляются семи смертным грехам: гордыня, зависть, гнев, уныние, алчность, чревоугодие, похоть, блуд. Позднее появился другой список добродетелей, составленный из противоположностей семи главных грехов: целомудрие, умеренность, любовь, усердие, терпение, кротость, смирение. В нашем исследовании студентам предлагалось оценить пять из семи добродетелей: *мужество, справедливость, вера, надежда, любовь*. Также в список слов-стимулов было включено понятие Бог. В настоящей статье рассматриваются понятия *вера, надежда, любовь, Бог*.

Понятие Бог является центральным, ядерным в христианском мировоззрении, все остальные – вера, надежда, любовь – соотносятся с ним. Так, В Священном Писании сказано: *Бог есть любовь, и пребывающий в любви пребывает в Боге, и Бог в нем* (1 Иоан. 4:16), то есть понятие Бог определяется через понятие любовь. В то же время вера, понимаемая как вера в Бога, также приводит к любви: *Всякий верующий, что Иисус есть Христос, от Бога рожден, и всякий, любящий Родившего, любит и Рожденного от Него. Что мы любим детей Божиих, узнаем из того, когда любим Бога и соблюдаем заповеди Его* (Первое послание Иоанна 5:1,2). Надежда понимается как надежда на Бога: *Блажен, кому помощник Бог Иаковлев, у кого надежда на Господа Бога его* (Псалтирь 145:5). Любовь выше и больше веры и надежды: *А теперь пребывают сии три: вера, надежда, любовь; но любовь из них больше* (1 Кор. 13:13). Вера является непременным условием отношений с Богом: *А без веры угождать Богу невозможно; ибо надобно, чтобы приходящий к Богу веровал, что Он есть, и ищущим Его воздает* (Евр. 11:6).

Прокомментируем полученные результаты. Проанализируем рациональные реакции (табл. 1) на теологические ценности *вера, надежда, любовь*.

Таблица 1

**Частотная представленность христианских ценностей**

№	Понятие-стимул	да	%	нет	%	затр.	%	цвет	М %	Ж %
1	Вера	400	63,2	123	19,7	108	17,1	зеленый	100	65,5
2	Надежда	543	85,8	44	7	46	7,3	зеленый	83,4	87,8
3	Любовь	576	91	27	4,3	30	4,7	красный	90,2	93,3
4	Бог	273	43,1	195	30,8	165	26,1	зеленый	38,7	47,9

Из трех понятий наименьше количество положительных выборов у понятия *вера*. Оно является ценностью для 63,2% респондентов, при этом значительна гендерная разница: 100% мужчин против 65,5% женщин. Полученный результат нуждается в дальнейшем изучении. Выявление смыслового наполнения понятия *вера* у мужчин и женщин представляется актуальным направлением дальнейшего исследования.

Вторым по значимости среди теологических ценностей для студенческой аудитории является понятие *надежда*: 85,3%. Гендерные различия незначительны.

Понятие *любовь* имеет самую большую выборку: 91%, также при минимальных гендерных различиях.

Наименьшее количество студентов отметило ценность понятия *Бог* – 43% респондентов. Гендерная разница представляется существенной: для женщин понятие *Бог* является ценностью на 9% больше, чем для мужчин.

Рассмотрим результаты кластерного анализа общей выборки (рис. 1), отражающего рациональный выбор респондентов. Цель анализа – выявление базового понятия из четырех: *Бог, вера, надежда, любовь*.

Ядерным в ряду теологических добродетелей является понятие *любовь*, к которому последовательно, через большие промежутки, присоединяются понятия *надежда, вера и Бог*. При том, что все четыре понятия являются абстрактными, *любовь* оказывается более интериоризированным понятием и находится в актуальной зоне, в то время как понятие *Бог* оказывается от него максимально удаленным. Понятие *Бог* является объединяющим для остальных вышеперечисленных, но связь его с этими понятиями достаточно слаба. Можно предположить, что смысловое наполнение концептов *любовь, надежда и вера* содержит не только религиозные, но и вполне прагматические смыслы.

Цветовая выборка (тест Люшера) отражает эмоциональное отношение к предлагаемым понятиям. Так, 85,8% респондентов поставили на первое место зеленый цвет при соотнесении с понятием *надежда*. Данный выбор говорит о том, что такие респонденты отличаются ригидностью установок, упорством, настойчивостью, амбициозностью, озабоченностью проблемами собственного престижа, чувством соперничества, соревновательностью [Собчик 2001] и наделяют этими качествами понятие *надежда*. Как мы видим, данное смысловое наполнение понятия существенно отличается от христианского.

Красный цвет при соотнесении с понятием *любовь* поставили на первое место 91% респондентов, что говорит об их самостоятельности, независимости, властности, доминантности,

авторитарности, способности быстро принимать решения [там же], что также существенно отличается от христианского наполнения понятия *любовь* и больше соответствует светскому, мирскому.

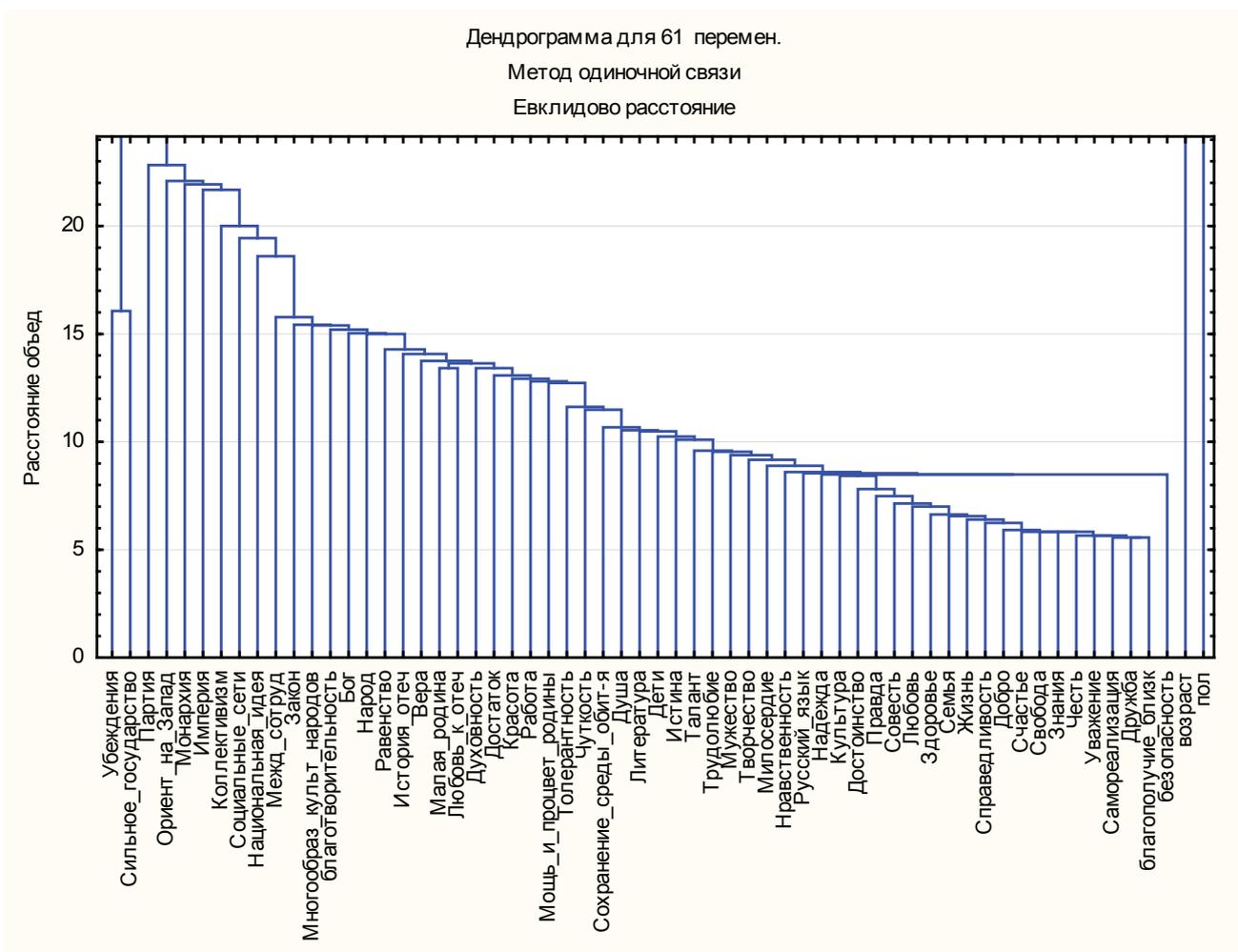


Рис. 1.

При проведении кластерного анализа бессознательного эмоционального выбора картина существенно меняется. Понятие *любовь* становится объединяющим не только в ряду теологических ценностей, но и в целом для всех предлагаемых к оценке понятий. Понятие *любовь* находится в тесной связи с такими понятиями, как *семья, счастье, здоровье, жизнь, дети*, что позволяет предположить изменение смыслового наполнения понятия *любовь* у современных студентов в отличие от христианского понимания этого понятия.

*Любовь* не воспринимается как высшее проявление любви (с христианской точки зрения, это любовь к Богу или любовь Бога), понятие *любовь* становится понятием реального, профанного мира и направлено на земные радости.

Далее располагается, а значит, менее значимо для респондентов понятие *надежда*. Затем рядом друг с другом, но в существенном отдалении от понятий *любовь* и *надежда* располагаются образующие комплекс понятия *Бог* и *вера*. На эмоциональном уровне понятия *Бог* и *вера* оказываются связанными, в отличие от картины, которую дал анализ рациональной выборки. Понятие *вера* располагается выше понятия *Бог*, что позволяет предположить его более широкую лексическую сочетаемость, чем христианское понимание *вера в Бога*.

Кластерный анализ эмоциональной выборки респондентов показывает, что комплекс из теологических добродетелей *вера*, *надежда*, *любовь* и объединяющего их понятия *Бог* трансформируются у студентов в суженный в смысловом отношении комплекс *вера* и *Бог*, в то время как понятия *любовь* и *надежда*, важные для христианского мировоззрения, в комплексе с понятиями *вера* и *Бог* не входят.

### **Заключение**

Анализ полученных результатов показал, что понятия *любовь*, *вера* и *надежда* имеют для респондентов гораздо более широкую смысловую наполненность, чем в традиционном христианском их понимании. Кроме традиционных христианских смыслов, в когнитивном поле респондентов представлены ценности жизненной реализации, ближайшего социального окружения и значимых мотивов достижения успеха. Нельзя сказать, что понятие *Бог* совсем лишилось значимости в ценностной иерархии современной студенческой молодежи, но к области христианского вероисповедования в их сознании относятся лишь понятия *Бог* и *Вера*, а понятия *вера*, *надежда*, *любовь* приобрели секуляризированный и светский оттенок и смысловое наполнение. Таким образом, в ходе исследования выявлена самостоятельная значимость для студентов таких традиционных христианских ценностей, как *вера*, *надежда*, *любовь* при сравнительно низкой значимости понятия *Бог*. Результаты показывают иное смысловое наполнение указанных понятий.

*Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика».*

### Список литературы

1. Аристотель. Этика. – М.: АСТ, 2010. 496 с.
2. Бл. Августин, епископ Иппонский, Энхиридион, или О вере, надежде и любви. – М.: Уцимм-Пресс, 1996. 416 с.
3. Большой энциклопедический словарь, 2000 <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/319990>
4. Василенко В.А. Ценность и ценностное отношение. – М., 1966. 215 с.
5. Краткий психологический словарь. – Ростов-на-Дону: «ФЕНИКС». 1998.
6. Лапин Н.И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социс. 1996. № 5. С. 3-24.
7. Лосский Н.М. Ценность и бытие: Бог и Царство Божие как основа ценностей. – М.: Книга по требованию, 2012. 135 с.
8. Платон. Собрание сочинений. В 4-х т. / Под общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи. (Серия «Философское наследие»). – М.: Мысль. 1990-1994.
9. Сковородников А.П. Ключевые слова / Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. – М.: Флинта: Наука, 2003. С. 240-244.
10. Собчик Л.Н. МЦВ – метод цветowych выборов. Модифицированный восьмицветовой тест Люшера. Практическое руководство. – СПб.: Речь, 2001.
11. Философский энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия. 1983.
12. Шерковин Ю.А. Проблема ценностных ориентаций и массовые информационные процессы // Психологический журнал. 1982. Т. 3, № 5. С. 135-145.
13. Эсхил. Трагедии. – М.: Художественная литература. 1971. 76 с.
14. Эткин А.М. Цветовой тест отношений // Общая психодиагностика / Под ред. А.А. Бодалева, В.В. Столина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987.
15. Яницкий М.С. Ценностная структура массового сознания современной России // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания / Под ред. Е.Б. Шестопаля. – М., 2002. С. 7-27.

### References

1. Aristotel'. Etika. – M.: AST, 2010. 496 p.
2. Bl. Avgustin, episkop Ipponskij, Jenhiridion, ili O vere, nadezhde i ljubvi. – M.: Ucimm-Press, 1996. 416 p.
3. Bol'shoj jenciklopedicheskij slovar', 2000 <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/319990>

4. Vasilenko V.A. Cennost' i cennostnoe otnoshenie. – M., 1966. 215 p.
5. Kratkij psihologicheskij slovar'. – Rostov-na-Donu: «FE-NIKS». L.A. Karpenko, A.V. Petrovskij, M.G. Jaroshevskij. 1998.
6. Lapin N.I. Modernizacija bazovyh cennostej rossijan // Socis. 1996. № 5. Pp. 3-24.
7. Losskij N.M. Cennost' i bytie: Bog i Carstvo Bozhie kak osnova cennostej. – M.: Kniga po trebovaniju, 2012. 135 p.
8. Platon. Sobranie sochinenij. V 4 vol. / Pod obshh. red. A.F. Loseva, V.F. Asmusa, A.A. Taho-Godi. (Serija «Filosofskoe nasledie»). – M.: Mysl'. 1990-1994.
9. Skovorodnikov A.P. Kljuchevyje slova / Kultura russkoj rechi: Jenciklopedicheskij slovar-spravochnik. – M.: Flinta: Nauka, 2003. Pp. 240-244.
10. Sobchik L.N. MCV – metod cvetovyh vyborov. Modificirovannyj vos'micvetovoj test Ljushera. Prakticheskoe rukovodstvo. – SPb.: Rech, 2001.
11. Filosofskij jenciklopedicheskij slovar. – M.: Sovetskaja jenciklopedija. Gl. redakcija: L.F. Il'ichjov, P.N. Fedoseev, S.M. Kovaljov, V.G. Panov. 1983.
12. Sherkovin Ju.A. Problema cennostnyh orientacij i massovyje informacionnye processy // Psihologicheskij zhurnal. 1982. Vol. 3, № 5. Pp. 135-145.
13. Jeshil. Tragedii. – M.: Hudozhestvennaja literatura. 1971. 76 p.
14. Jetkind A.M. Cvetovoj test otnoshenij // Obshhaja psihodiagnostika / Pod red. A.A. Bodaleva, V.V. Stolina. – M.: Izd-vo Mosk. un-ta, 1987.
15. Janickij M.S. Cennostnaja struktura massovogo soznanija sovremennoj Rossii // Politiko-psihologicheskie problemy issledovanija massovogo soznanija / Pod red. E.B. Shestopal. – M., 2002. Pp. 7-27.

#### **ДАнные ОБ АВТОРАХ**

**Ицкович Марк Матусович**, доцент, кандидат психологических наук

*Уральский государственный медицинский университет*

*ул. Репина, 3, г. Екатеринбург, Россия*

*markiz0110@mail.ru*

**Ицкович Татьяна Викторовна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент

*Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина*

*просп. Ленина, 51, Екатеринбург, Россия*

*taniz0702@mail.ru*

**DATA ABOUT THE AUTHORS**

**Itskovich Mark Matusovich**, Associate Professor, Candidate of Psychology

*Ural State Medical University*

*ul. Repin, 3, Ekaterinburg, Russia*

*markiz0110@mail.ru*

**Itskovich Tat'yana Viktorovna**, Associate Professor, Candidate of Philology

*Ural federal university of the first President of Russia B.N. Yeltsin*

*ave. Lenin, 51, Yekaterinburg, Russia*

*taniz0702@mail.ru*