

ность, честность). В татарской культуре люди активно стремятся подчинить себе и изменить природный и социальный мир, контролировать и использовать его в личных или групповых интересах, продвигаться вперед посредством активного самоутверждения (амбиции, успех, смелость, компетентность). Ценность наименьшей значимости в обеих культурах – Власть и Традиции. В работе была рассмотрена одна из важнейших проблем кросскультурной психологии: познание уникальной специфики этнических культур. Мы попытались подойти к этой проблеме с помощью категории «ценности».

ИЗУЧЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТАЮЩЕЙ И НЕРАБОТАЮЩЕЙ МОЛОДЕЖИ)

Маслова А.Ш.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: albinchik08@list.ru

В основе регуляции социального поведения и профессиональной деятельности человека находится система его ценностных ориентаций, которая представляет собой сложное и динамическое образование.

В результате исследования было найдено общее в системах ценностных ориентаций работающих и неработающих студентов. Обе группы большое внимание уделяли таким группам ценностей, как конкретные индивидуальные (здоровье), ценности личной жизни (любовь), альтруистические ценности и ценности непосредственно-эмоционального мироощущения (жизнерадостность, честность). Далее мы видим дифференциацию в ценностных ориентациях работающих и неработающих студентов. Для неработающих студентов важны интеллектуальные ценности (образованность, ответственность), индивидуальные ценности (аккуратность).

У работающих первые места в иерархии ценностей занимают активные ценности (активная деятельность, жизнь и эмоциональная насыщенность жизни), индивидуальные ценности (материально обеспеченная жизнь).

Такую разницу можно объяснить более зрелым отношением к самостоятельному заработку, к жизни.

Так как ценности являются динамической категорией, в течение жизни, с приобретением опыта каждый человек будет выдвигать на первое место разные ценности, в зависимости от обстоятельств, от желаний и запросов, актуальных целей и уровня собственного развития.

ИССЛЕДОВАНИЕ ВНУШАЕМОСТИ В ВОСПРИЯТИИ РЕКЛАМЫ

Минибаева Г.Т., Минахметова А.З.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: gulnar.07@bk.ru

Реклама – это презентация товара или услуги. И направлена эта презентация на нас с вами, поскольку люди – клиенты. Главное в рекламе – воздействие. И это воздействие должно быть эффективным, поэтому нужно учитывать особенности личности каждого человека. В противном случае, эффективность рекламы будет сведена к минимуму. Человек при принятии решения о приобретении того или иного товара ориентируется не на свои желания, а на то, что диктует ему общество посредством рекламы.

Нами проведено исследование, сущность которого заключается в выявлении уровня внушаемости и полезависимости-поленезависимости личности. Исследование проводилось на выборке 30 испытуе-

мых с использованием следующих методик: «Пора» и «Включенные фигуры» Готшилда.

Тест на определение уровня внушаемости показал у 53% испытуемых средний уровень внушаемости, то есть средний уровень активности и способности отрицания воздействия со стороны внешних факторов. И лишь у 30% испытуемых выражена устойчивость к внушению и проявляется высокие показатели активности. Тест «Включенные фигуры» показал, у 54% испытуемых отмечается полезависимость от внешней среды, то есть испытуемые при принятии решений больше всего ориентируются на внешние факторы, чем на свои знания и опыт. Такой тип людей подвержен иллюзиям восприятия, объекты восприятия и их свойства воспринимаются как единое целое, иначе говоря, их восприятие синтетично. Восприятие же второй половины – поленезависимых, аналитично.

Корреляция между уровнем внушаемости и индексом полезависимости-поленезависимости ($r = -0,37$) показала, что полезависимые люди чаще подвергаются внушению. Поэтому можно говорить о связи внушения и сознательного выбора того или иного товара, т. е. человек сам себе дает установку, какой товар приобретать. Люди в праве сами, сознательно выбирать то, что они хотят, несмотря на известность той или иной марки. И не важно, что на них повлияла реклама или это их сознательный выбор.

Таким образом, можно сказать, что при создании рекламы необходимо учитывать не только составляющие рекламного обращения таких как цвет, изображение, текст; но и личностные особенности людей, которые представляют собой целевую аудиторию.

ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В ПАТРИАРХАЛЬНЫХ И МАТРИАРХАЛЬНЫХ СЕМЬЯХ

Минибаева Г.Т., Исмаилова Н.И.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: gulnar.07@bk.ru

Каждая семья имеет свою атмосферу, которую в науке принято называть социально-психологическим климатом. Основную роль во взаимоотношениях между супругами играет власть, которая бывает разного типа: матриархат – лидером является женщина, патриархат, где лидер – мужчина. Властная структура и социально-психологический климат семьи явились прикладными аспектами проведенного нами исследования. Были использованы методики:

1) анкета, направленная на определение типа властной структуры в семье, выявлено 12 матриархальных и 18 патриархальных семей;

2) «Шкала Социального Окружения», для определения социально-психологического климата в семьях;

3) t-критерий Стьюдента, для определения достоверных различий исследуемых данных. Проведенный анализ показал, что «контроль» присущ матриархальным семьям ($t = 5,3, p \leq 0,05$); параметр «организация семьи» присуща семьям с патриархальным типом власти ($t = 1,3, p \leq 0,05$).

«Морально-нравственный» аспект в матриархальных семьях менее выражен, что говорит о наличии разных ценностей и разных линий поведения в семьях ($t = 2, p \leq 0,05$). Члены семьи при патриархате стремятся проводить свободное время в окружении друг друга («ориентация на активный отдых») ($t = 0,9, p \leq 0,05$). «Ориентация на достижения в семье» выражена в патриархальной семье. «Независимость» развита в матриархальных семьях. Связано с тем, что супруги самостоятельно выбирают в какой сфере им

лучше самосовершенствоваться. Не выявлено различий такого показателя взаимоотношений супругами как «экспрессивность». Это говорит об открытости выражения отношения друг к другу. Супруги делятся своими мыслями о будущем, говорят приятные слова. Властная структура оказывает влияние на жизнедеятельность семьи, отношения в ней. Следует сделать вывод, что представители патриархата уверены в своей семье, эмоционально зависимы, в отличие от семей с матриархальным типом власти, основной чертой климата которых является независимость.

ВОЗМОЖНОСТИ ТЕЛЕСНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ТЕРАПИИ В РАБОТЕ С ПОЖИЛЫМИ ЛЮДЬМИ

Недорезова И.Н., Иванова В.А., Штерц О.М.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: olgashterz@mail.ru

Актуальность исследования: телесно-ориентированная терапия – это группа методов психотерапии, ориентированных на изучение тела, осознанием клиентом телесных ощущений, на исследование того, как потребности, желания и чувства проявляются в различных телесных состояниях. Древняя формула «*Spiritus sano in corpore sano*» – «в здоровом теле – здоровый дух» не только не потеряла актуальность, но для современного «цивилизованного» человека стала еще злободневнее. Методы телесно-ориентированной психотерапии работают именно с психикой через тело. Телесные техники эффективно открывают путь к соматическому бессознательному и устранению выявленных в нем блоков. Ведь тело человека является материальным отражением всех пережитых им эмоциональных состояний. Подавляя желания и эмоции, человек прячет их в тело, создавая тем самым блоки и зажимы на пути движения жизненной энергии. В теле «записаны» все пережитые человеком психотравмы, эмоциональные напряжения. Телесная терапия, существовала задолго до научного или структурного подхода к ней в рамках таких сфер, как боевые искусства, шаманизм, целительство, танец, религиозные и бытовые ритуалы.

В пожилом возрасте довольно часто возникают проблемы связанные с принятием образа своего тела, бегство от старости или депрессивное отношение к своему возрасту. Занятия в группе телесной терапии не только способствуют улучшению физического и эмоционального состояния стареющего человека, но и помогают ему сконцентрироваться на приятных воспоминаниях и положительно оценить аспекты своего возраста.

Проведенные нами занятия с пожилыми людьми в рамках работы Института активного возраста были направлены на работу с заземлениями («Разминка», «Ходьба»), с границами («Внутреннее движение»), со сверхконтролем («Хлопаем в ладоши», «Дать поддержку»), с межличностными отношениями («Движение-настроение», «Рисунок в 4 руки») и т.д. По окончании занятий проводилась рефлексия, которая позволила участникам глубже понять свое тело и выявить связь между психическими состояниями и телесными ощущениями.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗАЩИТНЫХ МЕХАНИЗМОВ РУССКИХ И ТАТАР

Нигматзянова А.Р., Пьянова Е.Н.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: azalia_03@mail.ru

Трудно представить современного человека, которому хоть бы раз в жизни по тем или иным причинам не приходилось сталкиваться с представителями

других наций. Как правило, основной проблемой при подобной встрече является так называемый коммуникативный барьер, возникающий в связи с незнанием собеседниками основных национально-психологических особенностей друг друга. Вопрос выявления действия механизмов психологической защиты значим, прежде всего, потому, что затрагивает особенности функционирования нормальной психики. Каждому человеку свойственны свои механизмы психологической защиты.

Нами было проведено исследование, направленное на выявление механизмов психологической защиты у русских и татар. В ходе анализа полученных результатов мы подтвердили, что национальные особенности оказывают значительное влияние на формирование защитных механизмов личности. Так например, преобладание у русских механизма реактивных образований, т.е. механизма замены неприемлемых для осознания тенденций на полностью противоположные, во многом можно объяснить пограничным положением России между Западом и Востоком. Большую выраженность защитных механизмов у татар можно объяснить их более резкой и категоричной натурой, а также их вспыльчивостью и обидчивостью по отношению к другим этносам.

Данные, полученные нами, могут быть использованы при изучении вопросов об этносе, и русских и татар в частности, при исследовании психологических особенностей поведения людей в эмоциональной обстановке и ситуациях конфликта, и непосредственно в процессе взаимодействия между русскими и татарами.

ИЗУЧЕНИЕ САМООЦЕНКИ ЛИЧНОСТИ И ЕЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ЗАЩИТЫ

Никишина Я.В., Пьянова Е.Н.

Филиал Казанского (Приволжского) Федерального университета, Елабуга, e-mail: yanuska_17@mail.ru

Самооценка своим влиянием пронизывает все аспекты человеческого существования, в том числе и его психологические механизмы защиты. При рассмотрении данной проблемы сделан вывод о том, что во многих случаях высокая сознательная самооценка индивида является ничем другим как защитной реакцией на осознание собственной реальной неполноценности, что согласуется с положением о защите человеком потребности в позитивной самооценке. Противоречие между действительной низкой самооценкой (в данном случае неосознанной) и потребностью иметь высокую самооценку разрешается путем включения психологических защит различного типа. Можно сказать, что психологическая защита призвана оградить от угрозы дестабилизации именно привычную самооценку индивида.

В ходе исследования выяснилось, что у респондентов с заниженной самооценкой более выражены такие психологические механизмы защиты как вытеснение, регрессия и замещение. Из-за заниженной самооценки люди страдают от ожидания неудачи, тревожности, беспомощности, отверженности, депрессии, болезненно ощущают собственную неполноценность, тщетно пытаются заполнить внутреннюю пустоту, путем активного выключения из сознания неприемлемых мыслей, побуждений или чувств и сдерживания чувства неуверенности в себе и страха неудачи. У испытуемых с адекватной и заниженной самооценкой наиболее ярко проявляющимися механизмами защиты являются проекция, компенсация и гиперкомпенсация. Представленные механизмы защиты используются, как правило, сознательно