

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт психологии, педагогики и социологии
Кафедра социологии

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Д. О. Труфанов
« ____ » _____ 20 16 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

39.03.01 Социология

Ценностные ориентации студентов СФУ

Научный руководитель _____ доцент, канд. фил. наук П.А. Стариков

Выпускник _____ Т.В. Шимолина

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Глава 1. Теоретико-методологические подходы к изучению ценностных ориентаций молодежи.....	6
1.1 Основные понятия о системе ценностных ориентаций и теоретические подходы.	6
1.2 Ценностные ориентации молодежи в исследованиях современных социологов.	23
Глава 2. Социологическое исследование «Ценностные ориентации студентов СФУ».	28
2.1. Разработка методического обоснования исследования «Ценностные ориентации студентов СФУ»	28
2.2. Результаты исследования «Ценностные ориентации студентов СФУ»... ..	41
Заключение.	57
Список использованных источников	59

ВВЕДЕНИЕ

Развитие современного российского общества во многом зависит от тех качеств молодежи, которые формируются в образовательном процессе. Молодое поколение – это особая социальная общность, находящаяся в стадии становления, формирования структуры ценностной системы, выбора профессионального и жизненного пути.

Изучение студенческой молодежи является инструментом социологического прогнозирования, так как эта группа быстрее реагирует на социальные изменения и часто эта реакция отражает те изменения, что наступят позже. Тема по-прежнему недостаточно изучена, изучение ценностных ориентаций является основой существующего общества, его благополучия, от ценностей выбранных ведущими для молодежи зависит становление личности и развитие общества. Общество находится в процессе трансформации, ценностные ориентации меняются. Особенно это касается российского общества, опыт перестройки, кризис, общество является возрождающимся. Ценностные ориентации тесно связаны с другими элементами мотивационного механизма личности, такими как потребности, интересы, мотивы, установки. Изучение этого механизма обеспечивает понимание причин, обуславливающих целенаправленную деятельность и поведение человека. Именно поэтому изучение системы ценностных ориентаций помогает не только понять и объяснить поведение человека и общества, но дает возможность предсказать это поведение и способствовать развитию личности и общества. Изучение динамики жизненных ориентаций и ценностей студенческой молодежи – благодатная почва для анализа различных аспектов жизни общества и тенденций его развития. Таким образом, изучение ценностных ориентаций студенческой молодежи становится ценным инструментом социологической аналитики.

Система ценностных ориентаций очень важна, поэтому постоянно нуждается в мониторинге и отслеживании изменений, особенно если это касается студенческой молодежи.

Разработанность: Ценностные ориентации как одна из составляющих структуры личности изучаются в социологии многими учеными. В западной социологии изучением ценностей и ценностных ориентаций занимались У. Томас, Ф. Знанецкий, Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс, Ж. П. Сартр, М. Хайдеггер, В. Франкл, Э. Фромм, Р. Инглхарт, М. Рокич, Ш. Шварц и др. [1]. В отечественной социологии такие ученые как: В. А. Ядов, В. Б. Ольшанский, А. Г. Здравомыслов, Д. Д. Невирко, В. Г. Немировский, Н. И. Лапин, М. С. Каган, И. С. Кон, С. Н. Иконникова, В. А. Василенко, Б. И. Додонов и др. [2]

Объект: студенты СФУ.

Предмет: ценностные ориентации студентов СФУ.

Цель: изучить ценностные ориентации студентов СФУ.

Задачи:

1. Проанализировать понятие ценностей и основные теоретические подходы к изучению ценностных ориентаций молодежи в социологии.
2. Дать обзор результатам основных социологических исследований ценностей и ценностных ориентаций молодежи.
3. Разработать методологическое основание.
4. Провести анализ результатов исследования.

Гипотеза: у студентов СФУ преобладают материальные ценностные ориентации над духовными ценностными ориентациями.

Метод исследования: анкетный опрос.

Метод анализа данных: на этапе обработки и анализа эмпирических данных применялись методы описательной статистики, корреляционного и факторного анализ, с использованием пакета “ STATISTICA 10”.

Операционализация: Ценностные ориентации - отражение в сознании человека ценностей, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей и общих мировоззренческих ориентиров [3].

Ценности - желаемые человеком цели или образ поведения, который способствует достижению этих целей [4].

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ.

1.1 Основные понятия о системе ценностных ориентаций и теоретические подходы.

Понятие "ценность" было введено в научный оборот в середине XIX столетия. Оно очень широко используется в философской и другой специальной литературе, оно указывает на человеческое, социальное и культурное значение определенных явлений действительности. В социологии – проблема общесоциальных регулятивных механизмов, где ценности рассматриваются как элементы общественного сознания и культуры, которые выполняют по отношению к личности нормативные функции. В социологической литературе можно найти большое количество разнообразных дефиниций ценностей. Но чтобы разобраться с этим понятием, необходимо обратиться к его истории его возникновения.

Изначально это относится к работам М. Вебера. Немецкий социолог отмечает, что, будучи «людьми культуры», мы обладаем способностью и волей, которые позволяют нам сознательно занять определенную позицию по отношению к миру и сообщить ему смысл. «Судьба культурной эпохи, «вкусившей» плод от древа познания, состоит в необходимости понимания, что смысл мироздания не раскрывается исследованием, каким бы совершенным оно ни было, что мы сами призваны создать этот смысл, что «мировоззрения» никогда не могут быть продуктом развивающегося опытного знания». Ценности историчны, они выражают «интерес эпохи», который более устойчив, чем субъективные прихоти отдельных лиц. Теоретическим выражением «интереса эпохи» являются идеальные типы, которые, однако, совершенно лишены, по Веберу, какого бы то ни было момента оценки и не должны рассматриваться как «образцы совершенства». Значение идеальных типов в познании чисто логическое: они выступают как

понятийные средства для заключения о причинах явлений и для обобщенного изображения действительности. Таковы понятия «капитализм», «средневековый город», «бюрократия», «целерациональное поведение». [5]

В социальных, психологических и педагогических исследованиях используются как понятие ценности, так и понятие ценностных ориентации. Точного различения понятий в литературе не прослеживается. Некоторые ученые употребляют их как равнозначные. Но в основном при изучении характеристик общества, культуры и отдельных социальных групп используется термин «ценность». А при изучении отдельных индивидов употребляется как понятие ценностная ориентация, так и понятие ценность. Под ценностными ориентациями, согласно Карандашеву, понимается «отражение в сознании человека ценностей, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей и общих мировоззренческих ориентиров». Ценностные ориентации — это «интериоризированные личностью ценности социальных групп» [6].

Система ценностных ориентации личности образуется на основе господствующих в культуре ценностных представлений. Каждый индивид в силу его врожденных и приобретенных особенностей и под влиянием личных жизненных обстоятельств упорядочивает их по-своему, но социологические исследования показывают, что у социальных групп, живущих в сходных социокультурных условиях, формируются иерархически упорядоченные структуры ценностных ориентации, которые имеют типичный для данной группы характер [7].

Сегодня можно с полным основанием говорить о борьбе ценностей в массовом сознании и в жизни общества. Сегодня рушатся ценности, которые еще вчера казались стабильными, так как исчезают социальные гарантии, растут экономические катаклизмы [8].

Однако кризис какого-либо явления не всегда равнозначен падению или исчезновению его социальной ценности. Наоборот, активная общественная критика может означать наличие ценностного конфликта в этой области, т.е. «чувства отклонения от идеала», несоответствия общественной потребности и наличию имеющихся обстоятельств. Одновременно это может означать смену ориентаций в данной области, а вместе с ней переосмысления и даже укрепления ценности данного явления.

Так, например, в ситуациях социальных преобразований, когда разрушаются многие виды и формы социальных отношений, семья неожиданно начинает быть особо привлекательным местом — островком спокойствия, отдыха, личностной цельности, поэтому ценность ее может возрастать. Этому парадоксально способствуют даже экономические трудности — необходимость выживания консолидирует усилия в семье. Ранние браки приобретают не только спонтанный характер. Часто молодые люди сознательно стремятся к созданию семьи, чтобы укрыться там от фрустрирующего воздействия общественных процессов. В области образования все большую популярность приобретают нетрадиционные виды обучения. Многие люди не смущаются и даже стремятся к платным формам учебных заведений предпочтительно делового, профессионального характера. Отрицая официальные учебные заведения, они связывают свои надежды с иными формами образования, так как понимают его как средство выживания в новых условиях, максимально безболезненного перехода к новому образу жизни.

Анализ духовных ценностей и социальных процессов является приоритетной задачей социологии. Ибо по системе ценностей можно судить о культуре, гуманистическом потенциале, перспективах развития общества, о том, какие перемены ожидаются [9].

Ценности являются важнейшим регулятором социального поведения.

Философ и психолог Г. Мюнстерберг в начале XX в. предложил различать два типа ценностей - жизненные (например, любовь, счастье) и культурные (например, поэзию, музыку), а в каждом из этих типов — логические, эстетические, этические и метафизические ценности.

Один из видных немецких философов XX в. М. Шелер выстраивал ценности в иерархию: на низшей ее ступени находились ценности чувственные ("приятное"), над ними - жизненные, или витальные ("благородное"), еще выше - духовные, в том числе эстетические ("прекрасное"), морально-правовые ("справедливое"), гносеологические ("истинное"), а на верхней ступени - религиозные ("святое").

Французский аксиолог И. Гобри выделил в качестве основных четыре ценности: пользу, красоту, истину и добро[10].

В современной отечественной литературе по культурологии свой вариант классификации ценностей предлагает Б. Ерасов: 1) витальные - жизнь, здоровье, безопасность, благосостояние и т.д.; 2) социальные - семья, дисциплина, трудолюбие, предприимчивость, богатство, равенство, патриотизм и пр.; 3) политические - гражданские свободы, законность, конституция, мир и др.; 4) моральные - добро, любовь, честь, порядочность, уважение к старшим, любовь к детям и т.п. 5) религиозные - Бог, Священное Писание, вера и пр.; 6) эстетические - красота, стиль, гармония и др.[11]

В книге Г. Выжлецова выделяются четыре класса ценностей: 1) духовные (в религии, нравственности, искусстве), 2) социальные (политические, правовые, моральные), 3) экономические и 4) материальные. [12]

И.С. Кон подразделяет ценностные аспекты на общественные (осознание социальной ценности) и личные (система личных ценностей, то, чего индивид хочет для себя). Психическая жизнь человека крайне подвижна.

Поэтому «ценности непостоянны: они изменяются во времени в результате творческой деятельности людей, как изменяются и сами люди» [13].

В структуре личности Д.А.Леонтьев [14] отводит ценностям следующее место. Он выделяет три иерархических уровня структуры личности.

Высший уровень – это уровень ядерных структур личности, психологический скелет, на который наслаивается все остальное. Сюда, по Д. А. Леонтьеву, относятся свобода, ответственность и духовность.

Второй уровень – это отношения личности с миром; этот уровень также можно обозначить понятием «внутренний мир человека». Сюда он относит потребности, ценности, отношения и конструкты.

Третий, нижний уровень – это типичные для личности формы и способы внешнего проявления, «внешняя оболочка» личности. К этому уровню он относит характер, способности и роли.

Многие авторы, подходя к классификации ценностей, включают в нее наряду с ценностями также и объекты — носители ценностей. М.С. Каган в этой связи резонно замечает, что экономические и материальные блага есть «нечто, подлежащее бухгалтерскому учету», а не аксиологической типологии. В отличие от других подходов к этой проблеме его аксиологическая теория строго отграничивает ценности от их носителей. Мир ценностей представляется как система, в которой ценности разных видов находятся в исторически обусловленных структурных отношениях, выделяя художественные, экзистенциальные (составляющие смысл жизни), нравственные, правовые, политические, религиозные и эстетические ценности, Каган рассматривает их на разных уровнях (социально-групповом, межличностном, индивидуальном) с учетом существующих между ними интегративных связей[15].

А. В. Битуева предлагает определение, отражающее внеситуативность и обобщенность ценностных ориентаций. Ценностные ориентации – широкая система ценностных отношений личности, поэтому они проявляются как предпочтительное отношение к отдельным предметам и явлениям, так и к их совокупности, т. е. выражают общую направленность индивида на те или иные виды социальных ценностей [16].

К.Клакхон характеризует ценности как «аспект мотивации, соотносящийся с личными или культурными стандартами, не связанными исключительно с актуальным напряжением или сиюминутной ситуацией» [17].

На развитие и формирование ценностных ориентации личности влияет целый ряд внешних и внутренних факторов. К внешним факторам можно отнести элементы микросреды (группы членства, референтные группы и их ценности) и макросреды (традиционная система общечеловеческих ценностей, социальных ролей, средства масс-медиа, социальные институты и т. д.). К внутренним факторам можно отнести возраст, пол, особенности темперамента, задатки, способности, ведущие внутрисубъектные потребности, уровень развития самосознания[18].

В системе ценностных ориентации личности можно разделить финальные, инструментальные и производные ценности.

Финальные ценности - это высшие ценности и идеалы. Они являются конечными целями человеческих устремлений, главными жизненными ориентирами; направленность на такие ценности определяет ведущие интересы личности и смысл всей ее жизни. Это самоценности, которые ценны сами по себе потому, что служат средством для достижения каких-либо иных ценностей. Стремление к ним не нуждается ни в каких обоснованиях – так как стремление к другим ценностям обозначается тем, что они позволяют приблизиться к финальным ценностям: это, например,

свобода, справедливость, чувство прекрасного, счастье, любовь, дружба, честь и достоинство личности. Они необходимы сами по себе. Свобода нужна для того, чтобы чувствовать себя свободным, счастье - чтобы быть счастливым и т.д.

Инструментальные ценности представляют собой средства и условия, необходимые в конечном счете для достижения и сохранения финальных ценностей. Так, дорогие вещи, предметы искусства, которыми люди украшают свои квартиры, могут иметь инструментальную ценность как средства, которые позволяют наслаждаться красотой; поддержание здорового образа жизни могут обладать инструментальной ценностью как условие сохранения и укрепления здоровья - финальной ценности; продвижение по карьерной лестнице может рассматриваться в качестве инструментальной ценности, по отношению к которой финальной ценностью является возможность реализации его личностных возможностей или творческих замыслов, иногда и просто власть, которая может обеспечивать руководящую должность. В качестве инструментальных ценностей могут выступать качественные условия жизни, поскольку они приносят человеку радость; материальные богатства, позволяющие чувствовать комфорт; денежные средства, необходимые для приобретения материальных благ; высокооплачиваемая работа; диплом о высшем образовании, дающий право занять высокооплачиваемую должность и другие.

Инструментальные ценности имеют утилитарный характер, определяемый пользой. Они ценны, так как полезны для достижения определенной цели (которая в свою очередь тоже может быть лишь инструментальной ценностью, обеспечивающей движение к другой цели, и т.д.)[19].

Производные ценности - это следствия или выражения других ценностей, имеющие значимость только как признаки и символы последних. К примеру, презент - производная ценность, знак уважения и дружбы.

Производной ценностью являются орден или благодарственное письмо, символизирующие заслуги, которые человек добился. Можно относиться как к ценности к какой-то реликвии - старой вещи или письму, потому что она напоминает о прошедших событиях.

Часто ценности оказываются несовместимыми друг с другом. Человек часто вынужден ради определенных ценностей жертвовать другими. С проблемой выбрать альтернативные ценности люди часто сталкиваются в повседневной жизни. Общение в кругу семьи и общение с друзьями - и то и другое есть ценности. Но нередко человек оказывается перед необходимостью выбирать проводить время с семьей или встретится с друзьями. Образование - это ценность, и отдых - тоже ценность. Но приходится либо отказывать себе в отдыхе, чтобы заниматься образованием, либо отказаться от получения образования, но зато иметь время для того, чтобы отдыхать в свое удовольствие[20].

Иногда в столкновение друг с другом приходят и финальные ценности. Например, жизнь есть ценность, и честь есть ценность; но бывают ситуации, когда человек жертвует жизнью, чтобы защитить свою честь. Дворянин предпочитал погибнуть на дуэли, чем стерпеть оскорбление чести.

В структуре ценностных ориентации личности на вершине иерархии находятся высшие, финальные ценности. На более низких уровнях иерархии расположены инструментальные и производные ценности. Но у разных людей эта иерархия строится по-разному. Одна и та же ценность может быть финальной для одного человека и инструментальной для другого.

На вершине иерархии ценностных ориентаций может быть эгоистический интерес, а может быть и альтруистическое стремление жертвовать всем ради блага других людей. Личность может ставить во главу угла индивидуальную свободу, не считаясь ни с какими коллективными мнениями, либо, наоборот, ориентироваться на конформистское следование

этим мнениям, а может и стремиться гармонически сочетать свои индивидуальные интересы с коллективными[21].

Имеется определенная разница между мужской и женской структурами ценностных ориентаций. Женщины, как правило, более сконцентрированы на ценностях домашнего очага, семейного мира, здоровья и благополучия детей, собственного имиджа (моде, макияже, украшениях). Старая немецкая формула «трех К» — Kinder, Kirche, Kuche (дети, церковь, кухня) — хотя и критикуется сейчас как устаревшая и не соответствующая производственной, культурной и общественной активности современных женщин, тем не менее остается в силе для повседневной жизни многих представительниц прекрасного пола: «У женщины ценностная доминанта — стабильность, покой, порядок, гармония, традиция, у мужчины — динамизм, нарушение сложившегося порядка вещей, обновление бытия, изобретение все новых и новых форм деятельности» [6]

В западной социологии изучением ценностей и ценностных ориентаций занимались У. Томас, Ф. Знанецкий, Э. Дюркгейм, М. Вебер, Т. Парсонс, Ж. П. Сартр, М. Хайдеггер, В. Франкл, Э. Фромм, Р. Инглхарт, М. Рокич, Ш. Шварц и др. Понятие ценностные ориентации вошло в социологию в 1920- гг. благодаря Уильяму Томасу и Флориану Знанецкому, авторам работы «Польский крестьянин в Европе и Америке». Здесь впервые были рассмотрены такие категории как «социальные ценности», «ценностные ориентации», «социальные установки» и др. Социальную ценность Томас и Знанецкий определяют как «данность, обладающую доступным для членов социальной группы эмпирическим содержанием и тем значением (meaning), в отношении которого она является или может являться объектом деятельности». Ценность всегда связана с деятельностью членов социальной группы. Установка - это «процесс индивидуального сознания, который определяет реальную или возможную деятельность индивида в социальном мире. Социальная установка является, таким образом,

своеобразным двойником социальной ценности в личностном аспекте: деятельность, в какой бы форме она ни осуществлялась, это всегда связующее звено между ними». Томас и Знанецкий посредством понятия социальной установки (attitude) обозначают «субъективные ориентации индивидов как членов группы (или общества) на те или иные ценности, предписывающие им определенные социально принятые способы поведения» [1].

Своей концепцией ценности Ф. Знанецкий выступил как против психологизма Г. Тарда, так и против социологизма Э. Дюркгейма. Вопреки постулатам психологизма Ф. Знанецкий полагал, что ценности существуют реально и не сводимы к психике индивидов. Вместе с тем Ф. Знанецкий считал, вопреки Э. Дюркгейму, что ценностям нельзя приписывать свойства абсолютного объектного существования наподобие свойств природных явлений. Культурные явления не могут существовать совершенно независимо от действующих субъектов. По сути ценности не могут быть объективными, как процессы природы они объективированы. Иначе говоря, ценности не существуют "сами в себе", а проявляются как элементы действий индивидов и социальных групп.

Концепция ценности Ф. Знанецкого, основанная на кантианско-прагматических представлениях о природе социальной действительности, позже становится основой социологической концепции ценности У.Томаса и Ф. Знанецкого. В этой концепции, следует отметить, ценность противопоставляется "натуральному предмету", который обладает эмпирическим содержанием как элемент природы, но вне опыта людей не обладает значением для человеческой деятельности.

Социальные ценности американские авторы соединяют с установками индивидов, обозначая их как индивидуальные эквиваленты социальных ценностей. Посредником между ценностями и установками объявляется социальное действие. Учитывая данное обстоятельство, У. Томас и Ф.

Знаецкий считали, что к социальным явлениям применимы исследовательские подходы, как установок, так и ценностей. Вместе с тем американские социологии подчеркивали, что при исследовании социальных явлений не следует забывать, что их причины всегда носят комплексный характер. Поэтому, исследуя установки, необходимо всегда учитывать социальные ценности, а исследуя ценности, не следует абстрагироваться от связанных с ними установок[22].

Альтернативу между «вещными» и человеческими ценностями в пользу последних сформулировал известный американский социальный психолог Э.Фромм: «...цель человека быть многим, а не обладать многим» [23].

Обобщая определения ценностей многих зарубежных теоретиков, Шварц и Билски выделяют следующие основные их характеристики [24]:

1. Ценности — это убеждения (мнения). Но это не объективные, холодные идеи. Наоборот, когда ценности активизируются, они смешиваются с чувством и окрашиваются им.

2. Ценности — желаемые человеком цели (например, равенство) и образ поведения, который способствует достижению этих целей (например, честность, склонность к помощи).

3. Ценности не ограничены определенными действиями и ситуациями. Послушание, например, относится к работе или школе, спорту или бизнесу, семье, друзьям или посторонним людям.

4. Ценности выступают как стандарты, которые руководят выбором или оценкой поступков, людей, событий.

5. Ценности упорядочены по важности относительно друг друга. Упорядоченный набор ценностей формирует систему ценностных

приоритетов. Разные культуры и личности могут быть охарактеризованы системой их ценностных приоритетов.

Методика Шварца для изучения в России использовалась неоднократно: В. Н. Карандашевым (2004), В. Магун, М. Рудневым (2006-2008), Н. М. Лебедевой, А. Н. Татарко (2008-2009) и др. [25].

Под ценностями Шварц понимает «желаемые, выходящие за рамки конкретных ситуаций цели, отличающиеся друг от друга по значимости и являющиеся руководящими принципами в жизни людей». Изначально Шварц выделял 10 базовых ценностей. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей выделяет 19 ценностей, которые формируют круговой мотивационный континуум. Смежные ценности являются наиболее совместимыми, а противоположные находятся в наибольшем конфликте друг с другом.

Центральный тезис теории Шварца звучит так: «совокупность ценностей представляет собой мотивационный континуум, ... мотивационные различия между ценностями могут рассматриваться скорее как непрерывные, чем как дискретные. Мы... рассматриваем их как отдельные, если это удобно для исследования. ...Наше разделение континуума, основанное на теории, является произвольным. Позже оно может быть заменено другим разделением, основанным на уточненной теории, так, что выделенные ею ценности будут обладать большей эвристической и предсказательной силой» [6].

«Круговое расположение ценностей представляет собой скорее континуум связанных мотивов, больше похожий на цветовой спектр, чем на набор отдельных мотиваций. Его можно разделить на более широкие или более узкие ценностные конструкты...» [6].

Комбинируя ценности, занимающие смежное положение на круге, можно снова получить первоначальный набор из десяти ценностей (или

создать другие группы ценностей), отвечающие конкретному исследовательскому запросу. Теория дает исследователям возможность работы с тем набором ценностей, который больше подходит для их целей. Они могут выбрать 19 ценностей или объединить их и работать с исходными десятью, четырьмя ценностями высшего порядка (Сохранение, Открытость изменениям, Самоутверждение, Самопреодоление) или даже двумя парами метацинностей (ценностей, выражающих интересы индивида, и ценностей, выражающих интересы группы, а также ценностей избегания тревоги и ценностей свободы от нее).

В отечественной социологии ценности и ценностные ориентации являются предметом изучения многих ученых: В. А. Ядов, В. Б. Ольшанский, А. Г. Здравомыслов, Н. И. Лапин, М. С. Каган, И. С. Кон, С. Н. Иконникова, В. А. Василенко, Б. И. Додонов, В. Г. Немировский и др.[26]. В отечественной социологии ценностные ориентации определяются, как правило, через понятия отношения, отражения, установки (А. Г. Здравомыслов, Д. Н. Узнадзе, В. А. Ядов). В отечественной социологии ценностные ориентации определяются, как правило, через понятия отношения, отражения, установки (А. Г. Здравомыслов, Д. Н. Узнадзе, В. А. Ядов). Причем, являясь одним из базовых личностных оснований, ценностные ориентации заключаются внутри более широкого синтетического понятия направленности личности, которая содержит в себе доминирующие ценностные ориентации и установки, проявляющиеся в любой ситуации. Разработана статусно-иерархичная структура ценностей в виде ядерно-центрической модели:

- ценности внешнего статуса, образующие стабильное ядро;
- ценности среднего статуса (структурный резерв);
- ценности ниже среднего статуса (периферия);
- ценности низшего статуса.

Ценности ядра и низшего статуса малоподвижны, а ценности, занимающие промежуточное положение, находятся в постоянном движении [27].

Согласно Карандашеву, исследования ценностей могут проводиться на двух уровнях анализа:

- на уровне личности (индивидуальных различий);
- на уровне культуры (различий в социальной культуре) [6].

Для отдельных людей (индивидов) ценности представляют собой мотивационные цели, которые служат руководящими принципами в их жизни [24]. Отношения между различными ценностями отражают психологическую динамику конфликта и совместимости, которую индивиды испытывают, когда следуют ценностям в повседневной жизни. Люди, например, не могут стремиться завоевать авторитет для себя и в то же самое время пытаться быть скромными, но они могут одновременно стремиться к авторитету и материальному благосостоянию. Корреляции между оценками ценностей, которые дают люди, отражают лежащие в их основе оси измерения. Эти оси измерения группируют индивидуальные ценности [28].

В.П. Тугаринов считал, что «ценности— это то, что нужно людям для удовлетворения потребностей и интересов, а также идеи и их побуждения в качестве нормы, цели и идеала» [29].

Г.Л. Будинайте и Т.В. Корнилова пишут, «что личностными ценностями становятся те личностные смыслы, по отношению к которым субъект самоопределился, т.е. произошло принятие данных смыслов как значимых для собственного Я. Таким образом, личностные ценности функционируют как определенный уровень развития смысловых образований личности» [30].

По мнению Н.И.Лапина «обобщенные цели и средства их достижения,

обеспечивающие интеграцию общества и помогающие индивидам осуществлять социально одобряемый выбор своего поведения в жизненно значимых ситуациях.» полагал, «что именно система ценностей образует внутренний стержень культуры, духовную квинтэссенцию потребностей и интересов индивидов и социальных общностей. Она оказывает и "обратное" влияние на социальные интересы и потребности, выступая одним из важнейших мотиваторов социального действия, поведения индивидов. Таким образом, подчеркивает ученый, каждая ценность и системы ценностей имеют двуединое основание: в индивиде как самоценном субъекте и в обществе как социокультурной системе»[31].

Говоря об эстетических ориентирах, нужно сказать о роли свободного времени. Данные социологических исследований свидетельствуют, что важен не столько количественный рост, сколько качественное изменение методов организации свободного времени: в духовной жизни людей появились принципиально новые формы его проведения (в том числе и хобби), которых не знало предшествующее поколение [32].

Одним из наиболее распространенных подходов к изучению ценностей и ценностных ориентаций является концепция Милтона Рокича. Рокич предложил точное определение понятия ценность и разработал понятный в использовании инструмент. На концепцию Рокича в последние 10 лет в той или иной мере опираются большинство исследователи данной проблемы[33].

В теории М. Рокича под ценностями понимается «вид убеждений (beliefs), имеющий центральное положение в индивидуальной системе убеждений», «устойчивое убеждение в том, что определенный способ (mode) действия или определенные жизненные цели более предпочтительны для индивида и общества другим способам деятельности или другим конечным целям; конечная цель существования предпочтительнее с личной или

социальной точки зрения, чем противоположный или обратный им способ поведения, либо конечная цель существования»[33]. Согласно Рокичу, «человеческие ценности характеризуются следующими основными признаками: общее число ценностей, являющихся достоянием человека, сравнительно невелико; все люди обладают одними и теми же ценностями, хотя и в разной степени; ценности организованы в системы; истоки человеческих ценностей прослеживаются в культуре, обществе и его институтах и личности; влияние ценностей прослеживается практически во всех социальных феноменах, заслуживающих изучения» [33]. Ценности представляют собой основные принципы жизни человека. Они определяют, как нужно себя вести, предпочтительное состояние или образ жизни, достойные или недостойные того, чтобы им соответствовать и к ним стремиться.

Под ценностными ориентациями понимаются «абстрактные идеи, положительные или отрицательные, не связанные с определенным объектом или ситуацией, выражающие человеческие убеждения о типах поведения и предпочитаемых целях». Система ценностей, по Рокичу, - это «иерархическое упорядочивание ценностей по степени их важности, ранжирование ценностей на континууме важности» [35].

Рокич выделяет два класса ценностей: терминальные и инструментальные [35]. Терминальные ценности — это «убеждения в том, что определенные конечные цели индивидуального существования с личной и общественной точек зрения заслуживают того, чтобы к ним стремиться». Инструментальные ценности — это «убеждения в том, что определенный образ действий (например, честность, рационализм) с личной и общественной точек зрения является предпочтительным в любых ситуациях». Для диагностики индивидуальных иерархий ценностей Рокич разработал ставший весьма популярным метод прямого ранжирования ценностей, сгруппированных в два списка - терминальных и

инструментальных ценностей. В нашей стране методика Рокича была адаптирована в 70-е гг. А. Гоштаутасом, А. А. Семеновым и В. А. Ядовым и др.

Исследованием ценностей также занимался Рональд Инглхарт. Он выделил два измерения ценностей: Традиционные (и противоположные им Секулярно-рациональные) ценности и ценности Выживания (и противоположные им ценности Самовыражения). К Традиционным – Секулярно-рациональным ценностям относятся важность Бога в жизни, учить детей послушанию и вере, а не независимости и решимости, неодобрение аборт, национальная гордость, уважение авторитетов и др. Измерение «Традиционные/Секулярно-рациональные ценности» указывает на различия между обществами, в которых религия имеет очень большую ценность, и теми, где это не так. При этом такие общественные явления, как уважение власти, Бога, Родины и семьи, тесно взаимосвязаны. К ценностям Выживания – Самовыражения относятся индекс материализма/постматериализма, чувство субъективного несчастья, неодобрение гомосексуальности, неучастие в подписании петиций, недоверие к окружающим и др. Измерению ценностей Выживания/Самовыражения сопутствуют такие феномены, как доверие, толерантность, субъективное благосостояние, политическая активность, самовыражение, которые проявляются в постиндустриальных обществах, где высок уровень безопасности. На другом полюсе, в обществах, где невысокий уровень безопасности и надежности и низкий уровень благосостояния, важное значение приобретают такие показатели, как экономическая и физическая безопасность, а также ощущение угрозы со стороны иностранцев, представителей других этнических групп, лиц с иной культурой. Центральный компонент этого измерения — противопоставление материалистических и постматериалистических ценностей. Индикаторы материалистических ценностей: достижение высокого уровня

экономического развития или обеспечения высокой обороноспособности страны, борьба с ростом цен, сохранение порядка в стране, стабильная экономика, борьба с преступностью и др. Индикаторы постматериалистических ценностей: включенность в общественную жизнь или улучшение внешнего вида городов, возможность влиять на решения правительства или защиты свободы слова, предпочтение общества, в котором идеи ценятся выше денег или движение от обезличенного к более гуманному обществу. Такие культурные изменения обнаружены во всех обществах [24].

Таким образом, можно сказать, что на развитие и формирование ценностных ориентации личности влияет целый ряд внешних и внутренних факторов. Существует достаточно большое количество подходов к изучению ценностных ориентаций личности. Ценности как одна из составляющих структуры личности изучаются в социологии многими авторами.

1.2 Ценностные ориентации молодежи в исследованиях современных социологов.

Ценностные ориентации молодежи тема часто рассматриваемая различными авторами. Рассмотрим наиболее значимые социологические исследования.

1. Из социологических исследований западных авторов особое внимание привлекает исследование под названием «Всемирный обзор ценностей» (World Values Survey), проводимое под руководством американского социолога Рональда Инглхарта. Обзор проводится около 30 лет и уже охватывает 75 стран, где проживает 85% населения Земли (Inglehart R., 1997). Исследование под названием «Всемирный обзор ценностей» было задумано для изучения всех основных областей человеческих отношений — от религии до политической, экономической и общественной жизни. Согласно Инглхарту, можно выделить материалистические (выживание,

экономический рост, ксенофобия, фундаментализм, религиозность, дисциплина, самоотверженность, достижение) и постматериальные ценности (самовыражение, индивидуализм, качество жизни, субъективное благополучие, самореализация). В развивающихся странах экономическое накопление (для индивидов) и экономический рост (для обществ) являются приоритетными ценностями среди населения. Для развитых стран характерен высокий уровень экономической безопасности, уверенности в завтрашнем дне, соответственно среди населения преобладают постматериальные ценности [36]. Согласно исследованию Инглхарта, преобладающее большинство опрошенных граждан России привержены скорее материалистическим ценностям. При этом 21% из них можно назвать «чистыми материалистами», в то время как к «чистым постматериалистам» можно отнести только 0.1% респондентов [24].

2. С января по апрель 2005 года в г. Кемерово было проведено эмпирическое исследование структуры ценностей студентов как стратификационной группы. Его значимость заключается в том, что в качестве методик сбора данных использовались: методики М. Рокича, Р. Инглхарта, Ш. Шварца; тест смысложизненных ориентаций и анкета социально-демографических характеристик. Было опрошено 105 студентов курса Кемеровского государственного университета. Согласно результатам в системе терминальных ценностей испытуемых наиболее высокий ранг значимости занимают здоровье, любовь, счастливая семейная жизнь, материально обеспеченная жизнь, уверенность в себе, активная деятельная жизнь. Такие ценности, как красота природы, счастье других, творчество, развлечения, познание, общественное признание занимают в иерархии ценностей последние места. Процентное соотношение ценностных типов по методике Р. Инглхарта: ориентация на ценности адаптации (выживание, безопасность, здоровье, материальный достаток) – 41%, ориентация на ценности социализации (семья, карьера, общественное признание) – 39%, к индивидуализирующемуся типу (самореализация, свобода, терпимость)

относятся 2%, остальные 18% опрошенные относятся к промежуточному типу [37].

Рассмотрев результаты исследования по методике М. Рокича и Ш. Шварца можно говорить о сформированности у испытуемых системы ценностей, приоритетами которой являются индивидуальные ценности, конкретные жизненные ценности, этические ценности, ценности профессионального самоопределения, а также интеллектуальные ценности. Представителей рассматриваемой социальной группы также можно охарактеризовать как самостоятельных (самостоятельность мышления и выбора способов действия, в творчестве и исследовательской активности), ориентированных на достижения (личный успех через проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами), а также на получение удовольствия, наслаждение жизнью [37].

3. Институт социологии РАН в сотрудничестве с Представительством Фонда им. Ф. Эберта в Российской Федерации провел в марте—апреле 2007 г. социологическое исследование образа жизни и ценностей молодежи. Основные результаты и выводы исследования опубликованы под руководством М. К. Горшкова и В. В. Петухова в информационно-аналитическом бюллетене, получившем название «Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты». В результате исследования было выявлено, что по своим жизненным устремлениям в современной российской молодежи можно выделить условно различные социальные типы. Чаще всего встречаются «предприимчивые», которые планируют добиться успехов в бизнесе и богатстве, «максималисты», которые уверены, что добьются успехов практически во всех сферах жизни, «труженики», которые рассчитывают на хорошую работу, «семейные», основное устремление которых – создание прочной семьи, «гедонисты», рассчитывающие на жизнь, полную удовольствий, и «карьеристы», которые считают, что добьются всего, но только ценой таких усилий, которые не позволят им иметь много свободного времени. При этом

на формирование этих моделей жизненных устремлений оказывают влияние характеристики социальной среды, в которой формируется молодежь [38].

В результате исследования была опровергнута гипотеза о политизации современной российской молодежи. В этой ситуации можно говорить о деполитизации и деидеологизации молодежи.

Среди основных устремлений старшего поколения и молодежи, как и 10 лет назад, в первую очередь является создание прочной семьи и воспитание хороших детей. Но наряду с этим все больше внимания молодежь отдает работе, которая, с одной стороны, должна быть интересной, престижной и любимой, а с другой – обеспечивать материальное благополучие.

Основной страх молодых россиян – остаться без средств к существованию и сопряженные с ним опасения потерять работу или не суметь ее найти. Зато по мере достижения индивидуального материального благополучия жизнь в России для молодежи становится все привлекательнее, она им стала нравиться больше, чем по оценкам десятилетней давности.

У современных молодых людей усилились ценностные ориентации на успех, достижение высокого профессионального и социального статуса. Как отмечают авторы, «в этом смысле, можно говорить о том, что нынешнее молодое поколение России в целом восприняло основные принципы, характерные для участников рыночной экономики» [38].

4. В 2011 г. социологи Фонда "Общественное мнение" опросили 1500 респондентов на тему «Жизненные ценности и приоритеты россиян». По данным исследования ФОМ, главными жизненными ценностями для молодежи России является финансовое благополучие. Несмотря на разницу в жизненных приоритетах россиян разных возрастных групп, на первом месте у большинства респондентов оказались семья (64%), далее - безопасность (51%) и достаток (43%) [39].

5. ВЦИОМ в 2014 г. выпустил сборник «Важно и неважно: парадные и реальные жизненные ценности россиян». В этом сборнике были собраны основные результаты опросов россиян ВЦИОМом за 2008-2013 гг. Была выявлена иерархия ценностей (здоровье, семья, материальное положение и личная безопасность) и жизненных целей россиян (друзья, семья, честность, образование). Также оказалось, что для молодежи более высокую значимость, чем для средних и старших поколений имеют свобода, успех, достаток, права человека [40].

Таким образом, в социологические исследования ценностей и ценностных ориентаций среди молодежи чаще всего в качестве основного метода сбора данных используется анкетный опрос. Полученные результаты исследования во многом зависят от используемых методик и интерпретации автора.

ГЛАВА 2. СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ СФУ»

2.1. Разработка методического обоснования исследования «Ценностные ориентации студентов СФУ»

Характеристика генеральной совокупности.

По данным учебного отдела Сибирского Федерального университета численность студентов очной формы обучения ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет» по состоянию на 01.09.2015 составила 22083 человек.

Распределение студентов по институтам, курсам и уровню обучения дано в таб. 1

Таблица - Распределение генеральной совокупности студентов по институтам, курсам и уровню обучения

	1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	5 курс	6 курс	1к магистр.	2к магистр.	Всего	% от общего кол-ва
ИИФБиБТ	132	115	100	81	8		58	50	544	2%
ИППС	202	248	214	217	1		83	46	1011	5%
ИФиЯК	153	125	114	107	1		43	33	576	3%
ИЭУиП	505	397	342	260	6		205	144	1859	8%
ЮИ	512	376	278	251	36		124	82	1659	8%
ГИ	202	164	116	121	1		37	18	659	3%
ИМиФИ	149	106	92	67			81	40	535	2%
ИФКСиТ	106	73	68	75	2		25	18	367	2%
ИКИТ	447	377	271	265	22	18	163	64	1627	7%
ИИФиРЭ	250	172	109	113	14	11	109	57	835	4%
ПИ	563	509	422	429	31	4	170	110	2238	10%
ВИИ	195	201	158						554	3%
ИУБПЭ	472	464	371	430	36		186	99	2058	9%
ИЦМиМ	261	209	192	176	7		141	54	1040	5%
ИГДГиГ	313	238	183	182	118				1034	5%
ИНиГ	415	299	324	376	133		102	30	1679	8%
ИАиД	164	165	169	145	73	67	16	20	819	4%
ИСИ	457	412	351	319	72	29	94	43	1777	8%
ТЭИ	297	276	246	263	24		62	44	1212	5%

Характеристика выборочной совокупности

Выборочная совокупность студентов составила 378 человек для 19 институтов. Выборка является квотной в соответствии с распределением студентов по институтам и курсам обучения.

Распространив процентное соотношение генеральной совокупности на выборочную совокупность, выявлено необходимое количество человек для анкетирования в каждом конкретном институте на каждом курсе. (таб. 2-3)

Таблица - Распределение выборочной совокупности студентов бакалавриата и специалиста по институтам и курсам

	1	%	2	%	3	% от	4	% от	5	% от	6	%	Всего
	к	от	к	от	к	общег	к	общего	к	общег	к	от	
	у	об	у	об	у	о кол-	у	кол-ва	у	о кол-	у	общег	
	р	щ	р	ще	р	ва	р		р	ва	р	го	
	с	ег	с	го	с		с		с		с	кол	
		о		кол								-ва	
		ко		-ва									
		л-											
		ва											
ИИФБиБТ	2	0,2	2	0,2	2	0,1	2	0,1	-	-	-	-	8
ИППС	4	0,2	5	0,2	4	0,2	4	0,2	-	-	-	-	17
ИФиЯК	4	0,3	3	0,2	2	0,2	2	0,1	-	-	-	-	11
ИЭУиП	8	0,2	6	0,1	6	0,1	4	0,1	-	-	-	-	24
ЮИ	9	0,3	7	0,2	5	0,1	5	0,1	-	-	-	-	26
ГИ	4	0,3	3	0,2	2	0,1	2	0,1	-	-	-	-	11
ИМиФИ	3	0,2	2	0,2	2	0,1	2	0,1	-	-	-	-	9
ИФКСиТ	2	0,2	1	0,1	2	0,1	2	0,2	-	-	-	-	7
ИКИТ	9	0,2	7	0,2	5	0,1	5	0,1	-	-	-	-	26
ИИФиРЭ	4	0,3	3	0,3	1	0,1	2	0,1	-	-	-	-	10
ПИ	10	0,1	9	0,2	7	0,1	7	0,1	-	-	-	-	33
ВИИ	3	0,3	3	0,3	3	0,3	-	-	-	-	-	-	9

	1	%	2	%	3	% от	4	% от	5	% от	6	%	Всего
	к	от	к	от	к	общег	к	общего	к	общег	к	от	
	у	об	у	об	у	о кол-	у	о кол-ва	у	о кол-	у	общего	
	р	щ	р	ще	р	ва	р	ва	р	ва	р	го	
	с	ег	с	го	с		с		с		с	кол-	
		о		кол-								ва	
		ко		л-								ва	
		л-		ва									
		ва											
ИУБПЭ	9	0,2	8	0,2	7	0,1	7	0,2	-	-	-	-	33
ИЦМиМ	5	0,2	4	0,2	4	0,1	3	0,1	-	-	-	-	16
ИГДГиГ	5	0,3	3	0,2	3	0,1	3	0,2	2	0,1	-	-	16
ИНиГ	6	0,2	5	0,1	5	0,1	6	0,2	2	0,08	-	-	24
ИАиД	3	0,2	3	0,2	2	0,2	3	0,1	3	0,1	1	0,09	15
ИСИ	8	0,2	7	0,2	6	0,1	5	0,1	2	0,04	-	-	28
ТЭИ	5	0,2	4	0,2	4	0,2	4	0,2	-	-	-	-	17
Всего													340

Таблица 3 - Распределение выборочной совокупности студентов-магистров по институтам и курсам

	1курс магистр.	% от общего кол-ва	2курс магистр.	% от общего кол-ва	Всего
ИИФБиБТ	-	-	-	-	-
ИППС	1	0,08	1	0,05	2
ИФиЯК	-	-	-	-	-
ИЭУиП	3	0,1	3	0,08	6
ЮИ	2	0,07	2	0,04	4
ГИ	-	-	-	-	-
ИМиФИ	2	0,1	-	-	2
ИФКСиТ	-	-	-	-	-
ИКИТ	4	0,1	-	-	4
ИИФиРЭ	-	-	1	0,1	1
ПИ	3	0,07	2	0,05	5
ВИИ	-	-	-	-	-
ИУБПЭ	3	0,09	2	0,05	5
ИЦМиМ	2	0,1	1	0,05	3
ИГДГиГ	-	-	-	-	-

	1курс магистр.	% от общего кол-ва	2курс магистр.	% от общего кол-ва	Всего
ИНиГ	2	0,06	-	-	2
ИАиД	-	-	-	-	-
ИСИ	2	0,05	-	-	2
ТЭИ	1	0,05	1	0,04	2
Всего					38

Метод исследования: анкетный опрос.

Метод анализа данных: на этапе обработки и анализа эмпирических данных применялись методы описательной статистики, корреляционного и факторного анализ, с использованием пакета “ STATISTICA 10”.

Таблица соответствий

Таблица 4 - Соответствия

Эмпирические индикаторы	Вопросы анкеты
1. Удовлетворенность в жизни	Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом в настоящий момент?
2. Качества свойственные идеалу успешного человека	Насколько ваш идеал успешного человека ассоциируется со следующими характеристиками?
3. Важность для студентов определенных характеристик в жизни	Насколько для Вас важно, чтобы в Вашей жизни было следующее?
4. Ценности личности	Для каждого высказывания, оцените, пожалуйста, насколько такой человек походит на вас?
5. Ценность самообразования	Какие конкретные шаги вы предпринимаете по самообразованию?
6. Уверенность в будущем	Насколько вы уверены в будущем?
7. Ценностные переживания	Насколько важно для Вас переживать в Вашей жизни следующие ощущения?
8. Социально-демографические характеристики респондентов	Возраст Пол

Эмпирические индикаторы	Вопросы анкеты
	Направление обучения Курс Материальное положение

Рабочие гипотезы:

1. В целом студенты СФУ удовлетворены своей жизнью в настоящий момент.
2. Идеал успешной личности студенты СФУ рассматривают в большей степени через призму материальных ценностных ориентаций.
3. Существуют ценности, которые студенты СФУ считают важными в своей жизни.
4. Среди ценностных ориентаций у студентов СФУ преобладает ориентации заботиться, помогать ближнему.
5. В целом студенты СФУ уверены в своем будущем.
6. Существуют эмоциональные переживания, которые представляют ценность для студентов СФУ.

Инструментарий: в качестве метода сбора данных был выбран анкетный опрос.

Уважаемый респондент!

Мы проводим исследование на тему «Ценностные ориентации студентов Сибирского федерального университета». Предлагаем Вам принять участие в исследовании, ответив на вопросы анкеты. Анкета анонимна.

1. Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом в настоящий момент?

	Очень важно	Скорее важно	Затрудняю сь ответить	Скорее не важно	Совсем не важно
независимость					
3. Возможность покупать престижные товары, предметы роскоши	5	4	3	2	1
4. Служебный и профессиональный рост, карьера	5	4	3	2	1
5. Интересная работа, профессиональная самореализация	5	4	3	2	1
6. Высокооплачиваемая работа, высокий зарботок	5	4	3	2	1
7. Семья, счастливая семейная жизнь	5	4	3	2	1
8. Понимающие, верные друзья	5	4	3	2	1
9. Забота об окружающих, о других людях	5	4	3	2	1
10. Возможность управлять другими людьми, властвовать, приказывать	5	4	3	2	1
11. Признание и уважение окружающих	5	4	3	2	1
12. Активное участие в общественной жизни	5	4	3	2	1
13. Множество социальных контактов, связей, широкий круг	5	4	3	2	1

	Очень важно	Скорее важно	Затрудняю сь ответить	Скорее не важно	Совсем не важно
общения					
14. Забота о природе, животных и общение с ними	5	4	3	2	1
15. Самообразование, самосовершенствован ие	5	4	3	2	1
16. Креативность, творческое самовыражение	5	4	3	2	1
17. Вера в Бога, в высший Разум	5	4	3	2	1
18. Чувство собственной значимости, уникальности, неповторимости	5	4	3	2	1
19. Внутреннее спокойствие, гармония, умиротворенность	5	4	3	2	1
20. Любовь к окружающим, к миру, ко всей жизни	5	4	3	2	1
21. Хорошее, качественное образование	5	4	3	2	1
22. Хорошее физическое здоровье	5	4	3	2	1
23. Хорошее психическое и психологическое здоровье	5	4	3	2	1
24. Хорошая экологическая обстановка (чистый	5	4	3	2	1

	Очень важно	Скорее важно	Затрудняю сь ответить	Скорее не важно	Совсем не важно
воздух, вода, озеленение и т.д.)					
25. Равенство прав и свобод человека	5	4	3	2	1
26. Возможность хорошо отдохнуть, позаниматься спортом	5	4	3	2	1
27. Получение удовольствий, наслаждения от жизни	5	4	3	2	1
28. Игра, риск, чувство адреналина в крови	5	4	3	2	1
29. Эстетическое удовольствие (от природы, искусства и др.)	5	4	3	2	1
30. Забота о себе, своей красоте, уход за собой	5	4	3	2	1

4. Для каждого высказывания, оцените, пожалуйста, насколько такой человек походит на вас?

(Выберите один вариант ответа в каждой строке)

	Очень похоже на меня	Похоже на меня	Немного похоже на меня	Не похоже на меня	Совсем не похоже на меня
1. Для этого человека важно предлагать новые идеи, быть творческой личностью, идти	5	4	3	2	1

	Очень похоже на меня	Похоже на меня	Немного похоже на меня	Не похоже на меня	Совсем не похоже на меня
своим путем					
2. Для этого человека важно быть богатым, иметь много денег и дорогих вещей	5	4	3	2	1
3. Жизнь в безопасности очень важна для этого человека, он избегает всего, что может сулить опасность	5	4	3	2	1
4. Для этого человека важно хорошо проводить время, баловать себя	5	4	3	2	1
5. Для этого человека важно помогать ближним, заботиться об их благополучии	5	4	3	2	1
6. Для этого человека важно быть очень успешным, чтобы окружающие знали о его достижениях	5	4	3	2	1
7. Приключения и риск очень важны для этого человека, он стремится к захватывающим событиям	5	4	3	2	1
8. Для этого человека важно всегда вести себя правильно, не совершать поступков, которые люди бы	5	4	3	2	1

	Очень похоже на меня	Похоже на меня	Немного похоже на меня	Не похоже на меня	Совсем не похоже на меня
не одобрили					
9. Для этого человека важно заботиться об окружающей среде и природе	5	4	3	2	1
10. Для этого человека важно следовать традициям и обычаям, принятым в его семье или религии	5	4	3	2	1

5. Какие конкретные шаги вы предпринимаете по самообразованию?

	Моё увлечение	Интересуюсь по мере возможности	Когда-то увлекался	Практически нет
1. Изучение специализированной литературы по профессии	4	3	2	1
2. Изучение научно-познавательной литературы	4	3	2	1
3. Погружение в серьезное искусство в различных его формах (литература, музыка, живопись)	4	3	2	1
4. Изучение новых компьютерных программ	4	3	2	1
5. Творческая деятельность	4	3	2	1

	Моё увлечение	Интересуюсь по мере возможности	Когда-то увлекался	Практически нет
6. Изучение литературы по бизнесу, по управлению	4	3	2	1
7. Изучение литературы по психологии	4	3	2	1
8. Обучение психической саморегуляции	4	3	2	1
9. Глубокое изучение религиозной этики, освоение духовной культуры	4	3	2	1

6. Насколько вы уверены в будущем?

Совершенно не уверен 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Полностью уверен

7. Насколько важно для Вас переживать в Вашей жизни следующие ощущения?

1. Чувство внутреннего спокойствия, умиротворения

Совершенно не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

2. Чувство полного вовлечения, растворения в том, что Вы делаете

Совершенно не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

3. Чувство любви ко всему существующему, всей жизни

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

4. Глубокое чувство своей значимости, внутреннее ощущение одобрения Вас самих

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

5. Чувство близости ко всему, ощущение единства со всем миром

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

6. Чувство радостного ожидания, предвкушения

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

7. Чувство своей потенциальности, наполненности идеями, планами

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

8. Чувство яростного протеста, желания изменить этот мир

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

9. Отсутствие чувства внутренней боли, страдания от несправедливости мира

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

10. Отсутствие чувства внутреннего противоречия, неразрешимого внутреннего конфликта

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

11. Обостренное восприятие красоты мира, природы, «прекрасного мгновения»

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

12. Чувство возбуждения, азарта, «адреналина в крови»

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

13. Чувство полного погружения в работу, не требующее специальных усилий

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

14. Ощущение сосредоточенности, совершенной ясности цели, полного контроля над ситуацией

Совсем не важно 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Очень важно

15. Ощущение легкости, парения

8. Возраст

9. Пол

10. Направление обучения

1. Гуманитарное
2. Техническое
3. Естественно-научное

11. Курс

12. Материальное положение

1. Денег не хватает на повседневные затраты
2. На повседневные затраты уходит вся зарплата
3. На повседневные затраты хватает, но покупка одежды затруднительна
4. Почти на все хватает, но затруднено приобретение дорогостоящих предметов
5. Практически не в чем себе не отказываем
6. Затрудняюсь ответить

Благодарим за участие!

2.2. Результаты исследования «Ценностные ориентации студентов СФУ».

В ходе исследования было опрошено 380 студентов Сибирского федерального университета. Из них 63% девушек и 37% юношей.

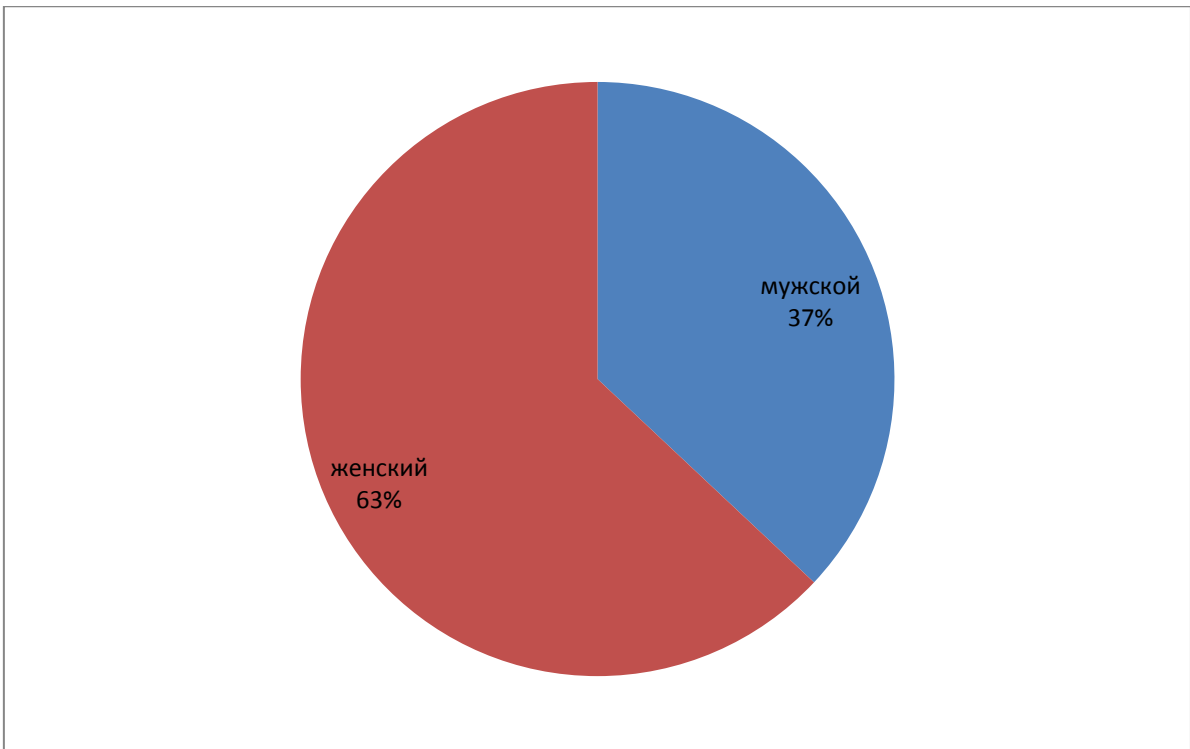


Рисунок 1 – распределение студентов по гендерному признаку.

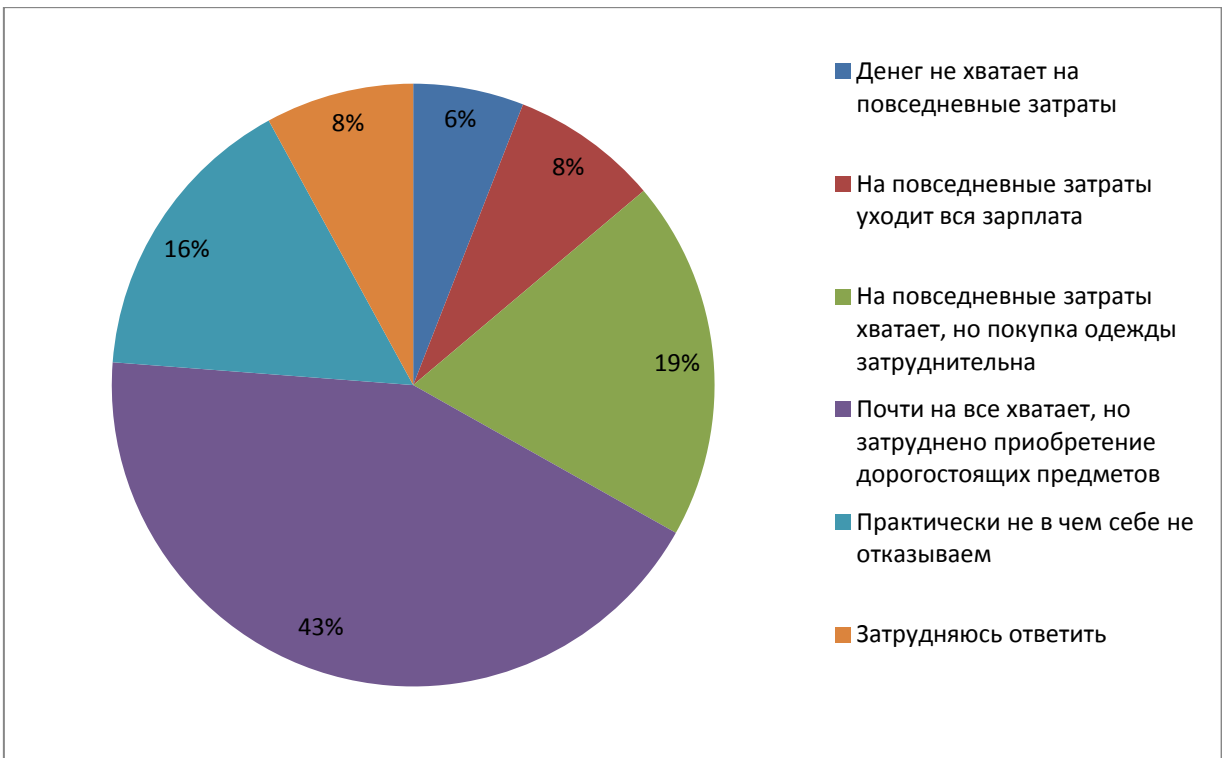


Рисунок 2 - распределение ответов на вопрос «Материальное положение».

Из представленных данных видно, что большинству опрошенных (43%) почти на все хватает, но затруднено приобретение дорогостоящих предметов. Самой наименьшей части респондентов 6% денег не хватает на повседневные затраты.



Рисунок 3– распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены своей жизнью в целом в настоящий момент?» (указано среднее значение по выборке).

Из данной диаграммы следует, что подавляющее большинство количество респондентов в большей мере удовлетворены своей жизнью и лишь небольшая часть совершенно не удовлетворена.

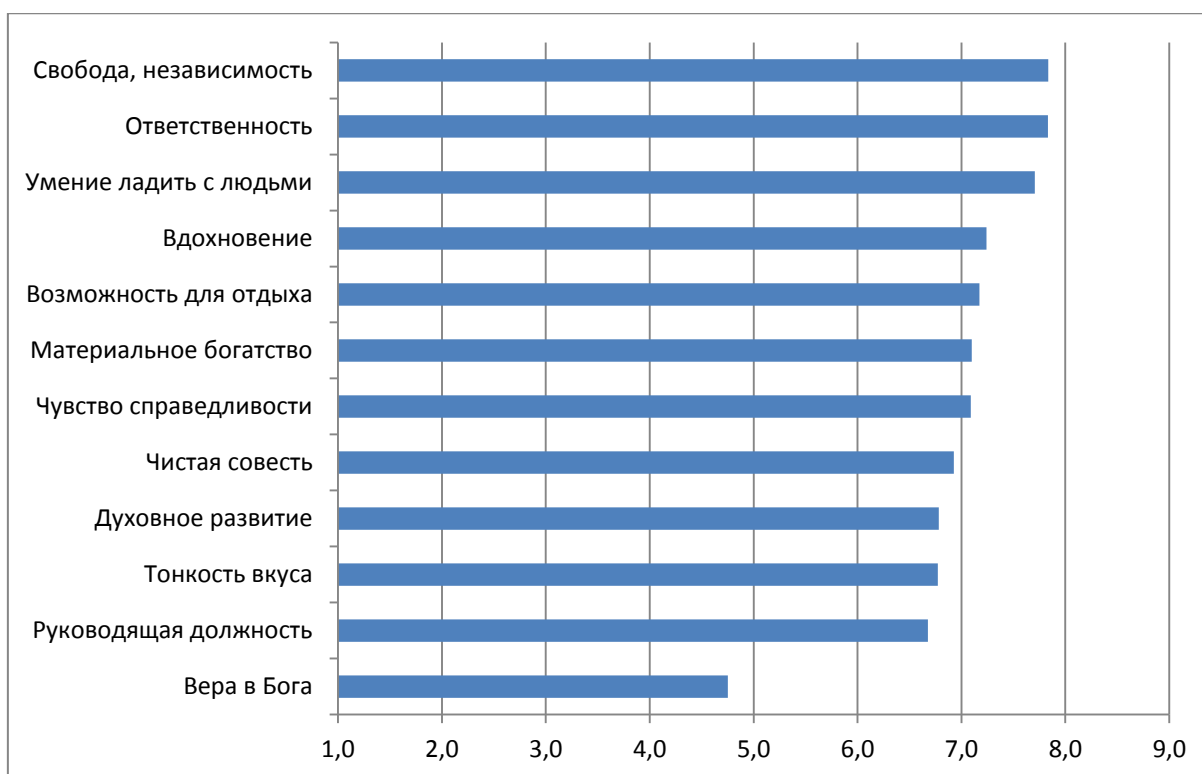


Рисунок 4 – распределение ответов на вопрос «Насколько ваш идеал успешного человека ассоциируется со следующими характеристиками?» (указано среднее значение по выборке).

При ответах на вопрос студенты определили значимость таких характеристик для своего идеала как свобода, независимость, ответственность и умение ладить с людьми. Вера в Бога, руководящая должность и тонкость вкуса в меньшей мере ассоциируются с идеалом успешного человека у опрашиваемых. По всей видимости, полученный результат указывает на то, что в системе ценностных ориентаций студентов присутствует интегративно сочетаемая ценности свободы и социальности, ответственности. Эти ценностные идеалы в современном мире являются предпочтительными, условием продуктивного развития личности и общества.

По этому блоку переменных был проведен факторный анализ, который позволил выделить 3 фактора (73% описываемой общей вариации признаков). Факторный анализ представлен в таб. 5

Фактор первый (30% общей вариации признаков) включают в себя такие переменные как вдохновение (0,82 факторная нагрузка), ответственность (0,79), умение ладить с людьми (0,75), свобода, независимость (0,67), тонкость вкуса (0,69). Фактор тесно связан с такой переменной как чувство справедливости (0,59) по-видимому, переменные, которые вошли в фактор позволяют его интерпретировать, как интегративный для развития личности, соединяющий ценности свободы и ответственности. Показательно, что наиболее тесно данный фактор связан с вдохновением, что показывает ключевое значение вдохновения для интеграции ценностей свободы и ответственности. Этот фактор включает и эстетическое развитие (тонкость вкуса).

Фактор второй (24% общей вариации признаков) включают в себя такие переменные как материальное богатство (0,90 факторная нагрузка), возможность для отдыха (0,86), руководящая должность (0,74). Данный фактор показывает потребительские ориентации, стремления к материальной обеспеченности и возможности для отдыха.

Фактор третий (19% общей вариации признаков) включают в себя такие переменные как вера в Бога (0,83 факторная нагрузка), чистая совесть (0,76) и чувство справедливости (0,67). Фактор связан духовно-религиозной ориентацией студентов. Интересно, что с верой в Бога связана чистая совесть и справедливость.

Таблица 5 - Факторный анализ вопроса «Насколько ваш идеал успешного человека ассоциируется со следующими характеристиками?»

	Factor	Factor	Factor
Материальное богатство	0,227893	0,899787	0,138340
Возможность для отдыха	0,289451	0,857127	0,185822
Вера в Бога	0,028719	0,273124	0,830028
Духовное развитие	0,367954	0,442370	0,452401

	Factor	Factor	Factor
Руководящая должность	0,251564	0,735071	0,240475
Умение ладить с людьми	0,746627	0,313816	0,159130
Чистая совесть	0,432959	0,150402	0,763037
Чувство справедливости	0,590009	0,107901	0,669735
Свобода, независимость	0,674915	0,497450	0,202766
Вдохновение	0,818708	0,164020	0,202749
Ответственность	0,785263	0,292380	0,148856
Тонкость вкуса	0,684777	0,210698	0,270876
Объясненная вариация	0,303298	0,240990	0,186579

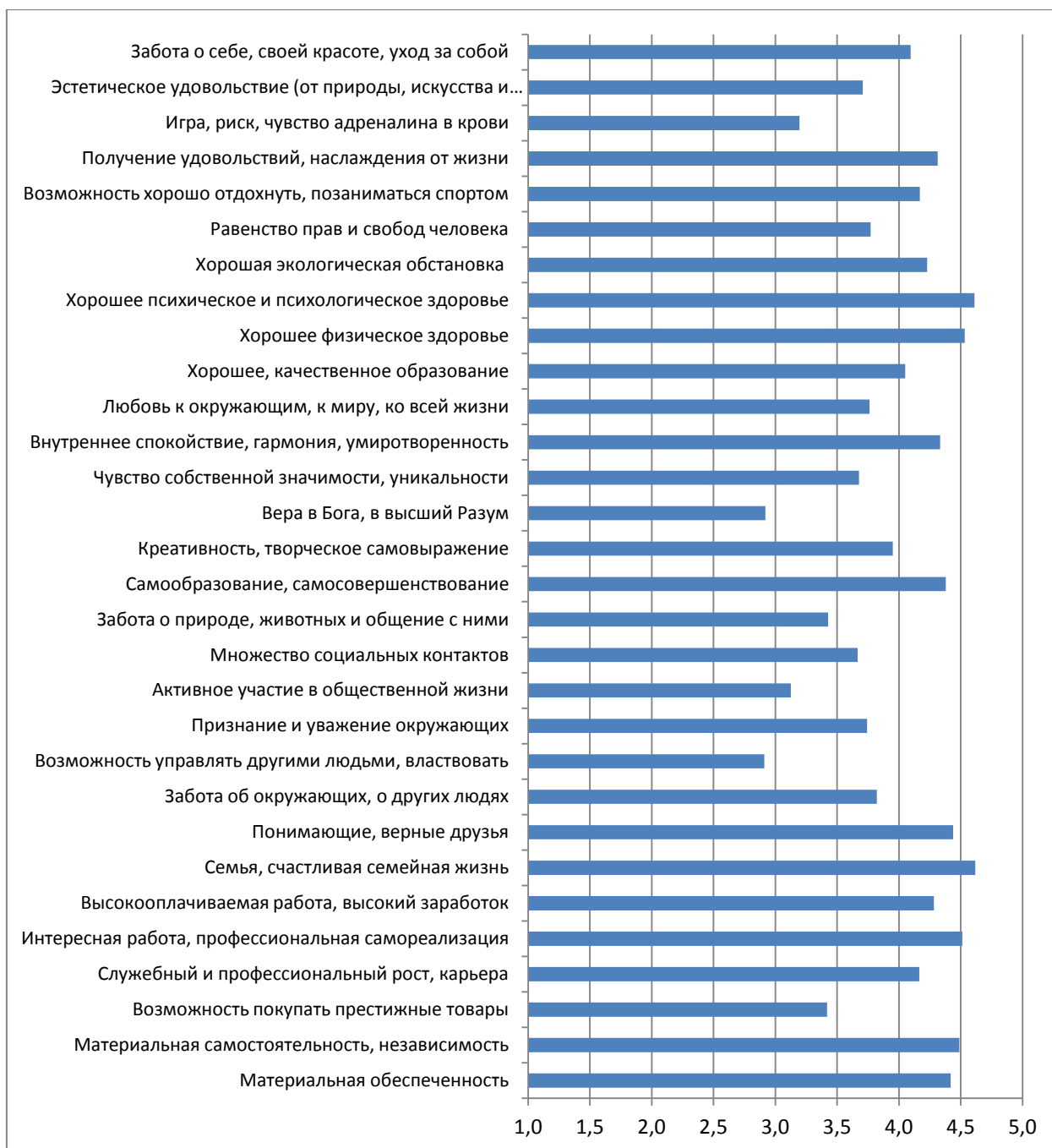


Рисунок 5 – распределение ответов на вопрос «Насколько для Вас важно, чтобы в Вашей жизни было следующее?» (указано среднее значение по выборке).

При опросе выяснилось, что семья, счастливая семейная жизнь и хорошее психическое и психологическое здоровье наиболее важные характеристики, к которым стремятся респонденты. Возможность управлять другими людьми, властвовать, приказывать, Вера в Бога, в высший Разум и активное участие в общественной жизни, по мнению респондентов, наименее

важны в жизни. Из полученных данных можно сделать вывод, что для респондентов более важными являются факторы, связанные с семейными ценностями и ценностями психического здоровья. Активное участие в общественной жизни, возможность управлять другими людьми, властвовать, приказывать и вера в Бога, в высший Разум не являются важными для большинства студентов.

По данному блоку переменных был проведен факторный анализ, который позволил выделить 4 фактора (53% описываемой общей вариации признаков). Факторный анализ представлен в таб. 6

Фактор первый (19% общей вариации признаков) включают в себя такие переменные как хорошее физическое здоровье (0,8 факторная нагрузка), хорошее психическое и психологическое здоровье (0,86), возможность хорошо отдохнуть, позаниматься спортом (0,71), получение удовольствий, наслаждения от жизни (0,72), хорошая экологическая обстановка (чистый воздух, вода, озеленение и т.д.) (0,69). Данные факторные нагрузки позволяют интерпретировать фактор здоровья как ценность куда входит и духовное и психологическое и экологическое и удовольствие от жизни.

Фактор второй (13% общей вариации признаков) включает в себя такие переменные как высокооплачиваемая работа, высокий заработок (0,82 факторная нагрузка), возможность покупать престижные товары, предметы роскоши (0,72), служебный и профессиональный рост, карьера (0,71), материальная обеспеченность, отсутствие материальных проблем, затруднений (0,62), материальная самостоятельность, независимость (0,65). Фактор направленности на высокооплачиваемую работу, карьеру и материальную обеспеченность.

Фактор третий (12% общей вариации признаков) включает в себя такие переменные как забота об окружающих, о других людях (0,77

факторная нагрузка), вера в Бога, в высший Разум (0,71), любовь к окружающим, к миру, ко всей жизни (0,67). Фактор направленности на религиозно - духовные ценности.

Фактор четвертый (9% общей вариации признаков) включает в себя такие переменные как возможность управлять другими людьми, властвовать, приказывать (0,64), множество социальных контактов, связей, широкий круг общения (0,6). Фактор направленности на социальное взаимодействие как ценность.

Таблица 6 - Факторный анализ вопроса «Насколько для Вас важно, чтобы в Вашей жизни было следующее?»

	Factor	Factor	Factor	Factor
Материальная обеспеченность, отсутствие материальных проблем, затруднений	0,090046	0,624035	-0,200606	0,196894
Материальная самостоятельность, независимость	0,233325	0,654196	-0,074174	0,097721
Возможность покупать престижные товары, предметы роскоши	0,008121	0,717081	0,028605	0,266395
Служебный и профессиональный рост, карьера	0,059836	0,713656	0,159974	0,022781
Интересная работа, профессиональная самореализация	0,343643	0,567151	0,172776	-0,068269
Высокооплачиваемая работа, высокий заработок	0,060510	0,819565	0,028034	0,078522
Семья, счастливая семейная жизнь	0,226546	0,421564	0,529118	-0,347983
Понимающие, верные друзья	0,309101	0,306196	0,398086	0,058647
Забота об окружающих, о других людях	0,081907	0,122930	0,774983	0,063305
Возможность управлять другими людьми, властвовать,	-0,037335	0,431410	-0,009494	0,639909

	Factor	Factor	Factor	Factor
приказывать				
Признание и уважение окружающих	0,104246	0,453393	0,162814	0,519319
Активное участие в общественной жизни	0,057662	0,092815	0,432582	0,578392
Множество социальных контактов, связей, широкий круг общения	0,214183	0,240483	0,247938	0,607763
Забота о природе, животных и общение с ними	0,169099	-0,139254	0,581689	0,320275
Самообразование, самосовершенствование	0,538067	0,004106	0,264291	0,410948
Креативность, творческое самовыражение	0,487499	-0,073609	0,102184	0,445711
Вера в Бога, в высший Разум	0,022181	-0,069006	0,709314	0,204720
Чувство собственной значимости, уникальности, неповторимости	0,381810	0,093073	0,112231	0,559304
Внутреннее спокойствие, гармония, умиротворенность	0,630103	0,053355	0,286640	0,160454
Любовь к окружающим, к миру, ко всей жизни	0,348196	0,025917	0,666205	0,074735
Хорошее, качественное образование	0,438983	0,129940	0,367566	0,127569
Хорошее физическое здоровье	0,808567	0,146055	0,191049	-0,021676
Хорошее психическое и психологическое здоровье	0,855878	0,113638	0,097485	-0,064981
Хорошая экологическая обстановка (чистый воздух, вода, озеленение и т.д.)	0,689749	0,084900	0,247447	0,029892
Равенство прав и свобод человека	0,504273	-0,051394	0,508763	0,077579
Возможность хорошо отдохнуть, позаниматься спортом	0,713736	0,156952	0,034700	0,063957
Получение удовольствий, наслаждения от жизни	0,723991	0,273268	0,033614	0,156079
Игра, риск, чувство адреналина в крови	0,392212	0,132269	-0,112779	0,269456
Эстетическое удовольствие (от	0,478256	-0,116914	0,274433	0,267525

	Factor	Factor	Factor	Factor
природы, искусства и др.)				
Забота о себе, своей красоте, уход за собой	0,527076	0,271681	0,083582	0,205417
Объясненная вариация	0,187543	0,129533	0,115864	0,091371

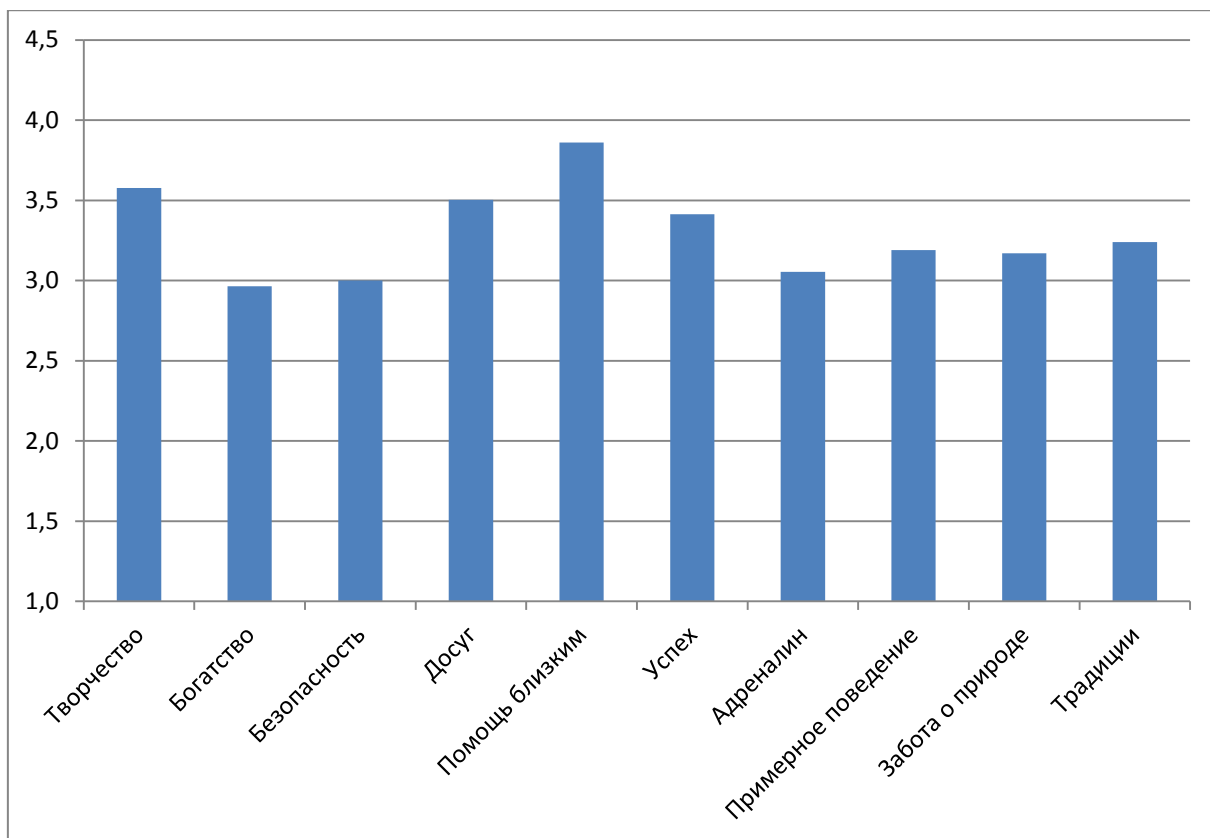


Рисунок 6 – распределение ответов на вопрос «Для каждого высказывания, оцените, пожалуйста, насколько такой человек походит на вас?» (указаны средние значения по выборке).

На рисунке 6 использованы следующие сокращения:

Творчество - для этого человека важно предлагать новые идеи, быть творческой личностью, идти своим путем.

Богатство - для этого человека важно быть богатым, иметь много денег и дорогих вещей.

Безопасность - жизнь в безопасности очень важна для этого человека, он избегает всего, что может сулить опасность.

Досуг - для этого человека важно хорошо проводить время, баловать себя.

Помощь близким - для этого человека важно помогать ближним, заботиться об их благополучии.

Успех - для этого человека важно быть очень успешным, чтобы окружающие знали о его достижениях.

Адреналин - приключения и риск очень важны для этого человека, он стремится к захватывающим событиям.

Примерное поведение - для этого человека важно всегда вести себя правильно, не совершать поступков, которые люди бы не одобрили.

Забота о природе - для этого человека важно заботиться об окружающей среде и природе

Традиции - для этого человека важно следовать традициям и обычаям, принятым в его семье или религии.

Такие высказывания как: «для этого человека важно помогать ближним, заботиться об их благополучии», «для этого человека важно предлагать новые идеи, быть творческой личностью, идти своим путем» и «для этого человека важно хорошо проводить время, баловать себя» были выбраны студентами как наиболее важные при описании своих качеств. А такие суждения как: «для этого человека важно быть богатым, иметь много денег и дорогих вещей», «жизнь в безопасности очень важна для этого человека, он избегает всего, что может сулить опасность» и «приключения и риск очень важны для этого человека, он стремится к захватывающим событиям» оказались менее похожими по мнению респондентов про них самих. Для студентов СФУ наиболее выраженная ценностная ориентация – это забота о ближних (характерная черта российского менталитета, то что отличает наш этнос от западно-европейского), на втором месте по

значимости быть творческой личностью и идти своим путем. Достаточно важно для студентов и хорошо проводить время, современная культура предполагает досуг как важную часть современной жизни человека. И еще одна важная черта быть успешным, чтобы окружающие знали о его достижениях.

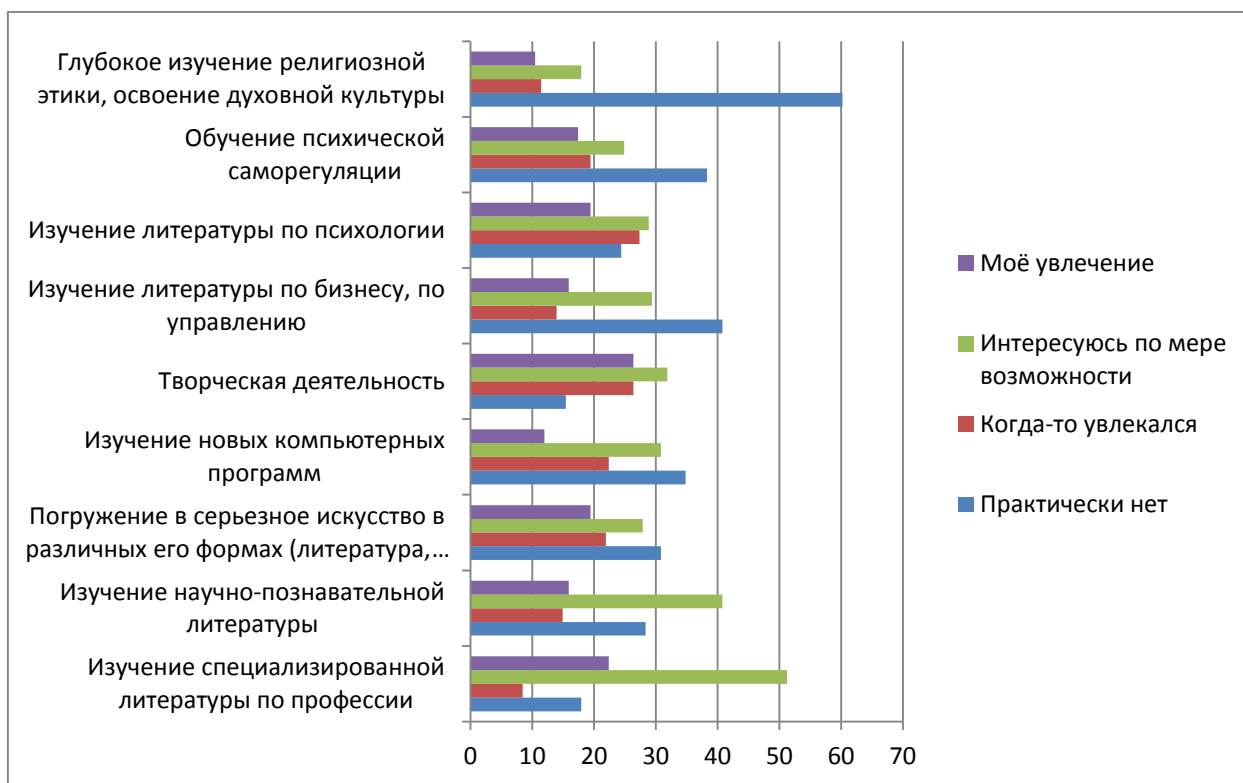


Рисунок 7 – распределение ответов на вопрос «Какие конкретные шаги вы предпринимаете по самообразованию?» (указано среднее значение по выборке).

Студенты в большей степени определили своим увлечением творческую деятельность, изучение специализированной литературы по профессии и изучение литературы по психологии. Изучением научно-познавательной литературы респонденты интересуются на мере возможности. Респонденты практически не интересуются глубоким изучением религиозной этики, освоение духовной культуры и литературой по бизнесу и управлению.



Рисунок 8 – распределение ответов на вопрос «Насколько вы уверены в будущем?» (указано среднее значение по выборке).

Большинство респондентов уверены в своем будущем и меньшая часть опрошенных совсем не уверена в своем будущем.

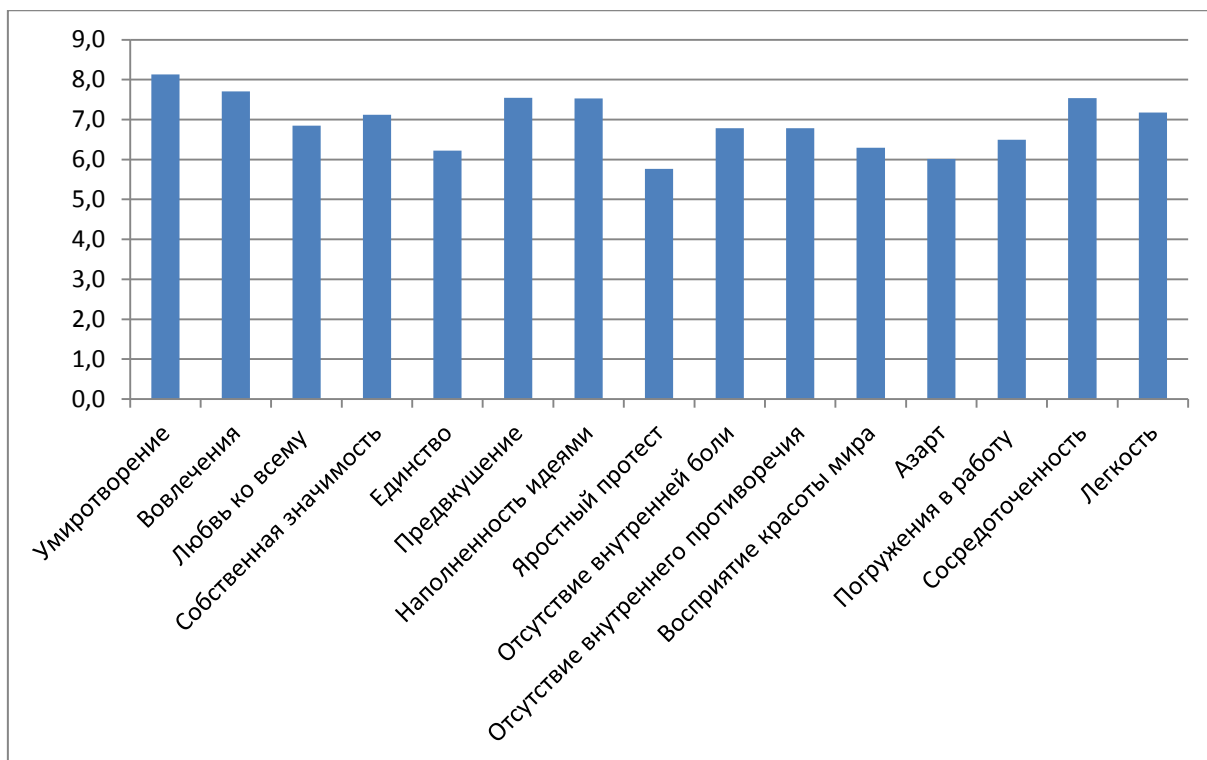


Рисунок 9 – распределение ответов на вопрос «Насколько важно для Вас переживать в Вашей жизни следующие ощущения?»

На рисунке 9 использованы следующие сокращения:

Умиротворение - чувство внутреннего спокойствия, умиротворения.

Вовлечение - чувство полного вовлечения, растворения в том, что Вы делаете.

Любовь ко всему - чувство любви ко всему существующему, всей жизни.

Собственная значимость - глубокое чувство своей значимости, внутреннее ощущение одобрения Вас самих.

Единство - чувство близости ко всему, ощущение единства со всем миром.

Предвкушение - чувство радостного ожидания, предвкушения.

Наполненность идеями - чувство своей потенциальности, наполненности идеями, планами.

Яростный протест - чувство яростного протеста, желания изменить этот мир.

Отсутствие внутренней боли - отсутствие чувства внутренней боли, страдания от несправедливости мира.

Отсутствие внутреннего противоречия - отсутствие чувства внутреннего противоречия, неразрешимого внутреннего конфликта.

Восприятие красоты мира - обостренное восприятие красоты мира, природы, «прекрасного мгновения».

Азарт - чувство возбуждения, азарта, «адреналина в крови».

Погружение в работы - чувство полного погружения в работу, не требующее специальных усилий

Сосредоточенность - ощущение сосредоточенности, совершенной ясности цели, полного контроля над ситуацией.

Легкость - ощущение легкости, парения.

Наиболее важно переживать в жизни респондентов такие чувства как чувство внутреннего спокойствия, умиротворения и чувство полного вовлечения, растворения в том, что Вы делаете. Менее важно переживать чувство яростного протеста, желания изменить этот мир и чувство возбуждения, азарта, «адреналина в крови». Полученные данные указывают на то, что для студентов важно чувство спокойствия в жизни, чем желания изменить мир.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проблема исследования состояла в необходимости выявления ценностных ориентаций студентов СФУ. Для решения этой проблемы была разработана программа исследования и проведен анкетный опрос. В результате обработки информации и анализа данных были получены следующие результаты, на основании которых можно сформировать представление о ценностных ориентациях студентов.

Подавляющее большинство студентов удовлетворены своей жизнью. Рабочая гипотеза подтверждается.

Свобода, независимость, ответственность и умение ладить с людьми ассоциируются у респондентов с характеристиками идеала успешной личности. Выдвинутая гипотеза не подтверждается, так как идеал успешной личности студенты СФУ в меньшей степени рассматривают через призму материальных ценностных ориентаций.

Студенты СФУ выделяют для себя важные ценности такие как семья, счастливая семейная жизнь и хорошее психическое и психологическое здоровье. Гипотеза подтвердилась.

При описании своих личностных качеств, большинство респондентов говорят, что им важно помогать ближним, заботиться об их благополучии. Гипотеза подтвердилась.

В целом, среди ценностей у студентов СФУ присутствует ценность самообразования.

В целом, студенты СФУ ощущают уверенность в будущем. Гипотеза подтвердилась.

Существуют эмоциональные переживания, которые представляют ценность для студентов СФУ. Так наиболее важными, выбраны такие

переживания, как чувство внутреннего спокойствия, умиротворения, ощущение своего внутреннего потенциала.

Путем факторного анализа были выделены основные факторы, репрезентирующие характеристики идеала успешного человека. В целом портрет идеала успешного человека может быть описан 3-мя факторами независимыми друг от друга, это «эстетическое развитие», «потребительские ориентации», «духовно-религиозные ориентации».

Так же с помощью факторного анализа были выделены основные факторы важности требуемых характеристик жизни. Описаны 4 фактора независимых друг от друга - это «здоровье», «материальная обеспеченность», «духовно-религиозные ориентации» и «социальное взаимодействие как ценность».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ганжа, А. О. Гуманистическая социология Флориана Знанецкого / А. О. Ганжа, А. А. Зотов // Социологические исследования. – 2002. – № 3.
2. Немировский В. Г., Невирко Д. Д. Социология человека : от классических к постнеклассическим подходам
3. Мир Психологии/Словари/Психологический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа:
<http://psychology.net.ru/dictionaries/psy.html?word=1097> (дата обращения 20.02.2016)
4. Жуков Ю. М. Ценности как детерминанты принятия решений. Социально-психологический подход к проблеме // Психологические проблемы социальной регуляции поведения / Под ред. Е.В. Шороховой, М.И. Бобневой. – М.: Наука, 1976, с. 254-277.
5. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер. М., 1990. С. 353.
6. Карандашев, В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности : концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. – Санкт- Петербург : Речь, 2004. – 72 с.
7. Семенов, В. Е. Ценностные ориентации и проблемы воспитания современной молодежи / В. Е. Семенова // СОЦИС. – 2007. – № 6. – С. 37-43.
8. Социология молодежи. Учебник. Отв. ред. В.Т. Лисовский. СПб., 1996.
9. Мареева, С. В. Особенности идентичностей и ценностных ориентаций российской молодежи / Россия и Китай: молодежь XXI века [монография] // С. В. Мареева; отв. редакторы: М. К. Горшков [и др.]. – Москва : Новый хронограф, 2014. – С. 105-125.

10. Культурология : Учебник / Под ред. Ю.Н. Солонина, М.С. Кагана. — М. : Высшее образование, 2007. — С 142-144.
11. Ерасов Б.С. Социальная культурология. Ч. 2. М., 1994. С. 122.
12. Выжлецов Г.П. Аксиология культуры. СПб., 1996. С. 75.
13. Кон И. С. Психология ранней юности: Кн. для учителя. — М.: Просвещение, 1989. — 255 с.
14. Леонтьев Д.А. Очерк психологии личности. — М.: Смысл, 1993. — 43 с.
15. Каган М.С. Философская теория ценности. СПб., 1997. С 205.
16. Битуева А.В. особенности структурного строения ценностных ориентаций // CREDO, Теоретический журнал. — 2000. — №21. — С.40-51
17. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании. Методика изучения ценностных ориентаций // Психологическое обозрение №1, 1998. С. 27-33.
18. Лебедева, Н. М. Базовые ценности русских и на рубеже XXI века. / Н. М. Лебедева // Психологический журнал. — 2000. — Т. 21, № 3. — С. 73-87.
19. Актуальные проблемы социологии молодежи / под общей ред. Ю. Р. Вишневого. — Екатеринбург: УрФУ, 2010. — 679 с.
20. Муханова, М. Н. Ценностные установки и поведенческие стратегии студенческой молодежи / М. Н. Муханова; отв. ред. З. Т. Голенкова // Модернизация социальной структуры российского общества. — Москва : Институт социологии РАН, 2008. — Гл. 3. — С. 271-286.
21. Горшков, М. К. Жизненные планы, ценностные ориентации и моральный облик российской молодежи / М. К. Горшков, Н. Е. Тихонова, Ф. Э. Шереги // Вестник РАН. — 1998. — Т. 68, № 6. — С. 504-510.
22. Ковалевская, Е. В. Социология: учебное пособие, практикум по дисциплине / Е. В. Ковалевская. — Москва : МЭСИ, 2004. — 164 с.

23. Фромм Э. Иметь или быть. М., 1986. С.94.
24. Лебедева, Н. М. Культура как фактор общественного прогресса / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – Москва : ЗАО «Юстицинформ», 2009. – 408 с.
25. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России / Ш. Шварц, Т. П. Бутенко, Д. С. Седова, А. С. Липатова // Психология : Журнал Высшей школы экономики. – 2012. – Т. 9, № 2 . – С. 43-70.
26. Немировский, В. Г. Структура и динамика смысложизненных ориентаций студенческой молодежи: 1988-2004 гг. Постнеклассический подход / В. Г. Немировский, Е. В. Соколова. – Красноярск : РИО КрасГУ, 2006. – 161 с.
27. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учеб. пособие / В. А. Ядов. – 6-е изд., стер. – Москва : Омега-Л, 2012. – 567 с.
28. Яницкий, М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система / М. С. Яницкий. – Кемерово : Кузбассвузиздат, 2000. – 204 с.
29. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Л.,1998. С.271.
30. Будинайте Г.Л., Корнилова Т.В. Личностные ценности и личностные предпочтения субъекта // Вопросы психологии, 1993. — № 5. — С. 99-105.
31. Лапин Н.И. Модернизация базовых ценностей россиян // СОЦИС. 1996. № 5. С.5.
32. Сикевич З.В. Молодежная культура: «за» и «против». Заметки социолога. Л., 1990.

33. Кондратьева, О. Ю. Изменение мотивационно ценностных ориентаций учащейся молодежи / О. Ю. Кондратьева, В. А. Попов // Вестник. – 2000. – № 6. – С. 12-16.
34. Леонтьев, Д. А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени / Д. А. Леонтьев // Психологическое обозрение. – 1998. – № 1. – С. 13–25.
35. Теория ценностей Рокича [Электронный ресурс] / по статье: Rokeach M. The role of values in public opinion research // Cross-Cultural Reviews. – 2010. – Режим доступа: <http://cross-cultural.reviews>.
36. Инглхарт, Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Рональд Инглхарт // Полис. – 1997. – № 4. – С. 18-28.
37. Горбатова, М. М. Исследование структуры ценностей студентов как особой стратификационной группы [Электронный ресурс] : статья / М. М. Горбатова, М. А. Ляхова // Вестник Кемеровского Государственного Университета. – Кемерово, 2005. – № 2(22). – Режим доступа: <http://hpsy.ru/public/x2462.htm>.
38. Горшков, М. К. Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты: информационно-аналитический бюллетень / М. К. Горшков, В. В. Петухов. — Москва : Институт социологии РАН, 2007. – 95 с.
39. Социологи пытались выяснить самые важные жизненные ценности и приоритеты россиян [Электронный ресурс] / Фонд «Общественное мнение». – 2011. – Режим доступа: <http://zpsy.ru/public/27277.htm>.
40. Важно и неважно: парадные и реальные жизненные ценности россиян. ВЦИОМ. По материалам всероссийских опросов общественного мнения [Электронный ресурс]. – Москва, 2014. – Режим доступа: http://www.old.wciom.ru/fileadmin/news/2014/wciom.ru_Fedorov_cennosti_17.04.14.pdf.