

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

УДК 159.9.072.432

***АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ
ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ
(НА ПРИМЕРЕ ФАКУЛЬТЕТА СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
ННГУ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО)***

Мухина Е.А.,

магистрант,

ФГАОУ ВО «НИ ННГУ им. Н.И. Лобачевского»,

Россия, г. Нижний Новгород

Аннотация. В статье рассматривается проблема формирования ценностных ориентаций у студентов факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского. Автор обращается к анализу материала, полученного при проведении в 2019 г. эмпирического исследования с применением методики «Автобиография будущего» Г. У. Олпорта и Дж. Гиллеспи, для выявления значимых ценностей студентов и актуальных тенденций их формирования. Согласно полученным данным, по сравнению с остальными именно семейные ценности для подрастающего поколения представляются максимально конкретными, второе место и третье места занимают сферы профессионального интереса и развлечений. Особого внимания требуют анкеты, нестандартно выполненные респондентами, анализу которых также посвящен данный материал.

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, самоопределение, студент, юношество

***CURRENT TRENDS IN THE FORMATION OF VALUE ORIENTATIONS
OF STUDENTS (ON THE EXAMPLE OF THE FACULTY
OF SOCIAL SCIENCES OF LOBACHEVSKY UNIVERSITY)***

Mukhina E.A.,

master student,

National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,

Russia, Nizhny Novgorod

Annotation. The article examines the problem of the formation of value orientations among students of the faculty of Social Sciences of National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod. The author turns to the analysis of the material obtained during the 2019 empirical research using the “Autobiography of the Future” methodology by G. Allport and J. Gillespie to identify significant values of students and current trends in their formation. According to the obtained data, in comparison with the rest, it is family values for the younger generation that seem to be as specific as possible, the second and third places are occupied by the spheres of professional interest and entertainment. Special attention is required to questionnaires, non-standardly completed by respondents, the analysis of which is also devoted to this material.

Key words: values, value orientations, self-determination, student, youth

Вопросы, связанные с жизненным самоопределением подрастающего поколения, были и будут актуальны всегда. Одной из главных особенностей развития общества начала XXI века является набирающая все большие обороты цифровизация, без которой не обходится практически ни одна сфера жизни современного человека. Стремительное развитие крупных городов-мегаполисов с одновременным затуханием жизни в сельской местности является еще одним

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

из многих факторов, обусловивших многие совершенно новые и специфические сферы и проблемы в выборе своего жизненного пути у современной российской молодежи. Все это обуславливает актуальность данного материала, а также необходимость появления и новых исследований в данном направлении [10, с. 174–178] [5, с. 76–80] [9, с. 283–286].

Самоопределение связано со способностью оценивать себя изменяющегося во времени, осознанно влиять на процесс и результат собственного развития, занимать активную позицию [2]. Формирование ценностной системы, определяющее направленность личности, приходится на пору позднего юношества. Зачастую это выпадает на период учебной деятельности в высших учебных заведениях, что согласуется с одной из главных задач юношеской поры – самоопределения и выбора дальнейшего жизненного пути [8]. Поэтому представляется актуальным проанализировать тенденции формирования ценностных ориентаций молодых людей.

Целью работы является определение значимых ценностей студентов факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского. В 2019 г. было проведено эмпирическое исследование, целью которого было определить, какое место среди ценностей студентов занимает семья [6, с. 231–235]. Были выбраны именно студенты, как социальная группа, включающая как раз представителей возрастного этапа поздней юности. Полученные материалы послужили основой для настоящей работы, в которой более детально анализируются данные одной из методик, что позволяет понять, что именно для молодых людей предстает наиболее важным в жизни.

Применялась методика «Автобиография будущего» Г. У. Олпорта и Дж. Гиллеспи. Респондентам предлагалось написать собственную «автобиографию будущего», например, на 30 лет вперед [1] [7]. В своих сочинениях авторам надо было коснуться будущего, и они, описывая его, почти всегда выходили на вопрос о цели жизни, более детально определяя ценности.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

Таким образом, для анализа ценностей предполагалась работа с биографическим текстом, который является совокупностью представлений индивида о собственном жизненном пути и его значимых событиях. Преимущество диагностики с помощью биографических текстов по сравнению с анкетированием состоит в том, что автор заранее не ориентируется на готовые списки ценностей [4]. Данная методика проективная, основанная на выявлении различных проекций с дальнейшей их интерпретацией. Посредством контент-анализа изучается характер ответов, позволяя определить особенности личности.

В исследовании, проведенном на базе факультета социальных наук ННГУ им. Н.И. Лобачевского, принимали участие студенты очного отделения, всего 45 респондентов, из них 6 мужчин и 39 женщин. Выбор возрастных границ обусловлен интересом к изучаемому юношескому периоду 19–22 лет.

Использованная методика дала возможность изучить не только ценности, но и творческий элемент самоидентификации, выразившийся в использовании псевдонимов при обозначении анкет. Это помогло выяснить, насколько значимо для респондентов таким образом определять себя, и в чем особенности этого процесса.

В первую очередь обратимся к характеристике подписей анкет. Псевдонимы были использованы не во всех анкетах, так как выбор оставался за респондентом – вписать его или оставить анкету неподписанной, указав лишь возраст и пол. Подписанных анкет было 29. При их анализе были выделены две группы:

1. Работы с правдоподобными именами («Василий», «Полина», «Анна», «Артем» и др.), которые, однако, не раскрывают, подписался ли автор своим именем или чужим, но указывают на принципиальность желания использовать для обозначения своей анкеты имя – 7.

2. Псевдонимы. Здесь также было выделено несколько подгрупп:

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

– явно вымышленные, но близкие к первой группе имена («Полина Черри», «Егорка» – с пометкой женского пола) – 2;

– вероятно взятые из Интернет-среды («Kirito69», «Elizabeth057»), так как подобные никнеймы распространены при регистрации на электронной почте, на различных форумах и при общении в сети Интернет – 2;

– нестандартные («Уренец» (возможно указание на место рождения или проживания, образованное от названия г. Урень), «Никодим Отрепьев», «Ким Сок Джин», «Александра Бислер», «Флора», «Не-звезда», «Пупсик», «Солнышко») – 9;

– цифровые («1905», «L1721») – 2;

– повторяющиеся у разных респондентов, что указывает на совместность творческого процесса при придумывании псевдонима («Бурят 1» и «Бурят 2», «Кофеек», еще один «Кофеек» и «Компотик», «Рыжая» и «Полосатая») – 7.

Как можно понять, для большинства респондентов является важным подписать свою анкету, не оставляя ее обезличенной. Выбор псевдонимов наглядно демонстрирует важность творчества в самоидентификации, активное влияние Интернет-среды на этот процесс. Стоит отметить такую особенность, когда придумывание псевдонимов осуществляется не в одиночку, а с помощью других респондентов. Это указывает на то, что творческий процесс осуществляется совместно, и для подобного самовыражения ближайшее окружение становится положительным стимулом.

Рассмотрим сами ответы респондентов. Ответы давались в свободной форме, и по итогам контент-анализа было выделено несколько основных ценностных сфер: семейная жизнь, материальный достаток, профессиональная реализация, развлечения, творчество, здоровье, счастье других, познание. В каждую из этих сфер вошли понятия о ценностях, упоминаемых в анкетах. Так, к семейной сфере были отнесены понятия семья, дети, любимый человек, любовь, брак; к сфере профессиональной реализации – карьера, бизнес, работа.

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

Более подробно анализируемые категории представлены в таблице 1. На рисунке 1 показано их распределение.

По качеству ответов можно разделить на формальные (14), где респондентами дается очень скупое количество информации, и творческие (31), в которых ответ представлен развернуто и с разнообразными деталями.

Таблица 1 – Показатели по количеству упоминаний ценностей в тексте

Сферы ценностей	Конкретные ценности	Общий показатель по группе	
		Упоминания	Всего
Семейная жизнь	Семья	29	54
	Дети	21	
	Любимый человек	2	
	Любовь	1	
	Брак	1	
Материальный достаток	Автомобиль	3	11
	Дом	3	
	Квартира	3	
	Переезд	2	
Профессиональная реализация	Работа	20	28
	Бизнес	3	
	Карьера	5	
Развлечения	Путешествия	10	15
	Кино и театры	1	
	Гламурные вечеринки	1	
	Хобби	2	
	Внешность	1	
Творчество	Творчество	3	3
Здоровье	Здоровье	2	2
Счастье других	Мирная жизнь в стране	1	5
	Благотворительность	2	
	Забота о родителях	2	
Познание	Саморазвитие	4	7
	Образование	3	



Рис. 1 – Показатели по количеству упоминаний ценностей в тексте

По полученным результатам видно, что самое большое количество упоминаний приходится именно на семейную сферу (54). На втором месте по частоте профессиональная реализация (28), и на третьем – развлечения (15).

Большинство испытуемых, описывая себя с позиции старшего возраста, заглядывая в будущее, видят свою семью. В 72% работ упоминаются ценности семейной сферы, испытуемые пишут о детях, внуках и любимых людях рядом. Это говорит о несомненной важности семьи для респондентов.

Также очень важной оказалась самореализация в профессиональном плане (25): в 58% работ респондентами отмечалось, что в воображаемом ими будущем они имеют работу, дифференцируя ее как интересную, любимую, хорошо оплачиваемую, обладают достижениями в карьере.

Третья значимая ценностная сфера – развлечения (15), отмечаются в 27% анкет, при этом наиболее часто испытуемыми упоминаются путешествия, реже хобби, также разные виды отдыха вроде посещения кино, театра и т.д.

Несколькими испытуемыми было отмечено стремление к самореализации и направленности на счастье других – упоминалась благотворительность и

забота о родителях. Что примечательно, здоровье как ценность получило всего два упоминания.

Если рассматривать ответы более подробно, то стоит отметить, что задание было выполнено респондентами по-разному. Так, 4 человека представили вариант, оформленный списком, 1 человек – перечислением основных моментов, 6 – предоставили объемные сочинения. Остальные ограничились небольшим объемом, с указанием важных ценностей, ключевых моментов биографии и различной степенью распространенности и разнообразия деталей.

Были выделены следующие типы ответов:

1. Юмористический. Таких анкет было три, «Бурят 1» и «Бурят 2» в качестве основного момента автобиографии пишут о бизнесе в сфере общепита («у меня будет своя шаурмечная», «я работаю в шаурмечной Бурята 1»). Другой вариант – респондент пишет о том, что собирается стать президентом РФ и завести троих мужей разной национальности. Такое явление может свидетельствовать о скуке, нежелании выполнять задание, потребности в развлечении, что находит выход в подобном креативном подходе.

2. Детализированный. В подобных работах встречаются интересные детали, которые говорят о том, что респондент ясно представляет себе образы, которые бы хотел видеть в своей жизни. Так, например, многие пишут о детях, их возрасте и количестве; о близких («мой муж пишет стихи и рассказы, издает свои книги»); хобби («хожу в горы 2 раза в год», «выучила китайский и испанский языки»); работе («руководжу благотворительным фондом»); продолжении учебы («поступила в магистратуру в Москве»).

3. Неопределенные. Здесь хотелось бы выделить два подтипа: негативный и позитивный. В работах первого подтипа прослеживается неуверенность в будущем, неопределенность. 5 респондентов отметили, что плохо представляют свое будущее («мне несвойственно загадывать наперед, максимум на 3 года», Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

«я не знаю, что будет через год, а через 30 лет тем более», «не определилась, чего я хочу, что мне интересно», «будущее видится мне туманным и неопределенным»). То есть, части респондентов представляется невозможным описать и спланировать свое будущее. Это может говорить об опасной тенденции, когда человек после окончания вуза не имеет представления о том, как ему выбирать свой жизненный путь и какие ставить перед собой цели. Тревожно и то, что 11% респондентов не видят смысла что-то планировать, пессимистично полагая, что окружающая обстановка в стране и мире слишком нестабильная и неопределенная. На это указывает и еще больший пессимизм в анкете, где респондент пишет, что надеется «не умереть через 30 лет», считая это наивысшим своим достижением.

Так же к неопределенному типу были отнесены те работы, где респонденты не могут указать, чем они планируют заниматься в будущем. Их объединяет одно – позитивный настрой, стремление что-то сделать, но при этом конкретная деятельность не обозначена. Так, упоминаются следующие варианты: «я успешный человек с широким кругозором», при этом остается неясным, что респондент относит к понятию успешности; «я успешен во всем, что хочу добиться» – то же самое, без конкретных деталей; «я занимаюсь тем, чем хочу» – очевидно, что респондент хочет самореализоваться в профессиональной деятельности и посвятить себя любимому делу, но при этом очевидно, что это за дело, он еще не представляет; «я творческая личность, но пустышкой быть не собираюсь». Можно предположить, что в сознании у респондентов присутствует некий образ «успешности», придерживаться которого принято, и именно эта туманная успешность, которую сложно связать с какой-то конкретной деятельностью, представляется наиболее важной ценностью.

4. Нестандартные. Сюда относятся те работы, где респонденты тоже проявляют творческий подход, при этом отвечая довольно развернуто. Так, Дневник науки | www.dnevnikaui.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

один респондент представляет события своей жизни, нанесенные на своеобразную шкалу времени, где они располагаются в хронологическом порядке, с текущего момента и до момента тридцатью годами позднее. Другой респондент создает целую новеллу, где описывает два возможных варианта своей жизни – негативный, где события затем оказываются сном, и более позитивный, который представляется реальным. Альтернативные варианты будущего встречаются и еще в одной анкете. Еще одна необычная работа – автобиографический текст, в котором много саморефлексии и размышлений автора о своей возможной нелегкой судьбе («мне было особенно тяжело в юности и молодости, когда через истерики и неприятие себя пришлось очень быстро повзрослеть»). Подобные анкеты могут указывать на то, что данное задание помогло некоторым углубиться в свои переживания и размышления о будущем, что для них актуально и важно, и потому нашло свое выражение в подобной развернутой форме.

Методика Олпорта предлагает респондентам подумать над своими ценностями будущего [1] [7], что будет для них значимо через несколько лет. И эта картина, созданная усилиями студентов факультета социальных наук ННГУ, предстает по большей части в благоприятном свете: семейная и профессиональная реализация и хобби. Семья представляется именно той сферой, в которой респонденты уверены больше всего, семейные ценности представляются максимально конкретными, по сравнению с остальными. Самое большое количество упоминаний приходится именно на семейную сферу (43%). В 72% всех анкеты поминаются ценности семейной сферы, респонденты пишут о детях, внуках и любимых людях рядом. Также интересной особенностью является то, что в общий образ семьи входят не только супруг(а) и дети, но и домашние животные (примерно в четверти работ). На втором месте по частоте профессиональная реализация (22,4%). И на третьем развлечения (12%). Однако выявлены и тревожные тенденции: 11% респондентов не

Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

способны выполнить задание и запланировать свое будущее, обладая крайне пессимистичным настроением из-за нестабильной ситуации в мире; еще 10% так же не представляют, чем хотят заниматься и плохо представляют собственную самореализацию, скупко привязывая ее к туманному концепту «успешности» [3]. При этом еще 33% респондентов показали полную готовность к планированию своего будущего, и предоставили интересные ответы, где глубоко раскрыта их рефлексия, и которые дали богатый материал для анализа [11, с. 92–103]. Также выявлено, что важное место для респондентов имеет творческая самоидентификация, что проявилось и в форме и содержании ответов на задание методики и в выборе псевдонимов в анкете. Поэтому творчеству тоже следует отнести к значимой для респондентов ценности, хотя это и не утверждалось открыто, но, тем не менее, нашло свое подтверждение в этой работе.

Библиографический список

1. Gillespie J. M., Allport G. W. Youth's outlook on the future: A cross-national study / J. M. Gillespie, G. W. Allport. – NY: Doubleday & Co, 1955. – 61 p.
2. Асмолов А. Г. Мир образования / А. Г. Асмолов // Культурно-историческая психология и конструирование миров. – М.: Институт практической психологии ; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996. – 767 с.
3. Браун О. А. Социальные и психологические факторы планирования своего будущего в юношеском возрасте / О. А. Браун, С. А. Дранишников, М. А. Ляхова, А В. Полетаева. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2013. – 131 с.
4. Денисенко В. Н., Чеботарева Е. Ю. Современные психолингвистические методы анализа речевой коммуникации: Учебное пособие / В. Н. Денисенко, Е. Ю. Чеботарева. – М.: РУДН, 2008. – 258 с.
5. Избасарова Н. Ю., Летучева Л. А. Профессионально-личностное самоопределение молодежи / Н. Ю. Избасарова, Л. А. Летучева // Дневник науки | www.dnevniknauki.ru | СМН ЭЛ № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

Инновационное развитие профессионального образования. –2013. – № 2 (04). – С. 76–80.

6. Мухина Е. А. Значимости семьи в ценностной системе студентов факультета социальных наук ННГУ им. Н.И.Лобачевского / Е. А. Мухина // Семья в современном мире. XI социологические чтения памяти В. Б. Голофаства: Материалы Всероссийской научной конференции (Санкт-Петербург, 28–31 марта 2019 г.). – СПб.: ООО «Реноме», 2019. – С. 231–235.

7. Олпорт Г. У. Личность в психологии / Г. У. Олпорт. – СПб.: Ювента, 1998. – 345 с.

8. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст: проблемы становления личности / Х. Ремшмидт / Пер. с нем. Г. И. Лойдиной; под ред. Т. А. Гудковой. – М.: Мир, 1994. – 319 с.

9. Шайдурова О. В., Гончаревич Н. А. Профессионально-личностное самоопределение молодежи / О. В. Шайдурова, Н. А. Горчаревич // Вестник КрасГАУ. – 2013. – № 6 (81). – С. 283–286.

10. Явон С. В. Жизненное самоопределение российской молодежи / С. В. Явон // Знание. Понимание. Умение. – 2012. – № 4. – С. 174–178.

11. Яницкий М. С. Ценностно-смысловая направленность и социокультурные детерминанты образа собственного будущего студенческой молодежи / М. С. Яницкий, А. В. Серый, О. А. Браун, Р. О. Балабашук // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. – 2019. – Т. 30. – С. 92–103.

Оригинальность 83%