

ЦЕННОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ МОЛОДЕЖИ

.....

Шамионов Р. М., Аренков А. П.

Шамионов Раиль Мунирович, Саратовский государственный университет,
490012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, 83. Эл. почта: shamionov@info.sgu.ru

Аренков Александр Павлович, Саратовский государственный университет,
490012, Россия, Саратов, ул. Астраханская, 83. Эл. почта: arenkov1987@mail.ru

В статье обсуждаются результаты исследования соотношения традиционных ценностей россиян и гражданской идентичности молодежи. В исследовании приняло участие 172 человека (56% мужчин), средний возраст 27,5 лет. На основе экспертных оценок выделены 80 категорий, характеризующих ценности россиян, которые предложено оценить испытуемым основной группы с использованием специальной шкалы. В результате анализа установлено, что в системе ценностных отношений молодежи приоритетными являются сферы поведения (почитание родителей, вежливость, культура быта и др.), высшие переживания (смысл жизни, вера в Бога и др.), отношения к стране (культурные ценности, экономическая стабильность, историческое прошлое), личные переживания (семья, свобода, выдержка и др.), а наименее значимые — власть, риск, деньги. Выделены 10 факторов, объясняющих 60% общей дисперсии. Установлено, что ценностные отношения молодежи объясняют 46% вариаций гражданской идентичности. Ценностное отношение к Родине является наиболее сильным предиктором идентичности.

Ключевые слова: личность, субъект, ценностное отношение, традиционные ценности.

Проблема ценностных ориентаций современной молодежи занимает одно из центральных мест в исследованиях социальных психологов по ряду оснований: во-первых, социальной значимостью ценностных ориентаций с точки зрения их роли в регуляции поведения личности; во-вторых, усилением процесса глобализации и взаимопроникновением ценностей культур, выработанных разными народами на протяжении длительной истории общественного развития; в-третьих, необходимостью различения традиционных общечеловеческих и культурно-специфических ценностных отношений. Наконец, прогрессом, как считал У. Мак-Даугалл, морально-нравственных норм в обществе, полным различными мнениями (Мак-Даугалл, 1916).

На неснижающийся интерес исследователей в изучении ценностной сферы личности указывает количество публикаций, выполненных за последние 5 лет. По нашим данным, полученным на основе анализа публикаций в крупных базах данных, аккумулирующих научные работы, выполненные в ведущих журналах,

в тематической области психологии были опубликованы более 5000 статей, касающихся данной темы (порядка 3950 в базе Web of Science и 1567 в базе РИНЦ).

Ценности, усваиваемые личностью в процессе социализации, в процессе включения в деятельность различных групп, являющихся их носителями, взаимодействия с Другими, становятся для нее ориентирами лишь в результате сознательного отношения к действительности (Додонов, 1978); реализация ценностей в социальном поведении индивида и рефлексия задают смысловой характер ценности (Леонтьев, 2007). Д. А. Леонтьев отмечает, что ценности «представляют собой «консервированные» отношения с миром, обобщенные и переработанные совокупным опытом социальной группы» (Леонтьев, 2007). С другой стороны, ценности являются регуляторами поведения личности в различных областях жизни (Солдатова, 1998; Журавлев, Дробышева, 2010; Фанталова, 2011; Капцов, 2012; Капцов, 2014; Miles, 2015; Buhanan, Bardi, 2015; Maxwell-Smith, 2015; Schwartz, Butenko, 2014). Большинство современных исследователей исходят из того, что существует определенный набор ценностей (убеждений) в той или иной степени общности для представителей разных культур (Rokeach, 1989; Schwartz, 2012; Miles, 2015). Поэтому в последние десятилетия были развернуты кросскультурные исследования, направленные на сравнение ценностных приоритетов в разных странах, их сопоставление с объективными данными (например, ВВП, развитие демократических институтов, социальных программ и т.п.). Отметим, что работа исследователей по выявлению универсальных ценностей оказалась весьма востребованной в связи с социально-экономическими и геополитическими процессами, реализующимися в мире, свободным движением информации, расширением виртуальных контактов по всему миру, что в значительной степени расширяет культурные границы; эффектом этого является взаимопроникновение культур, в результате чего традиционные для разных народов (культур) ценности либо вытесняются универсальными, либо вступают в конкурентные отношения с ними, либо существуют параллельно, либо взаимовключаются друг в друга.

Одним из наиболее авторитетных исследователей, стремившихся выделить универсальные ценности, был М. Рокич (Rokeach, 1979). Его исследования, выполненные 40 лет назад, оказались весьма востребованными. Принципиальная позиция М. Рокича заключается в том, что все люди обладают одинаковыми ценностями в разной мере предпочтительности и их количество невелико. Вместе с тем, культурные ценности представителей разных народов, цивилизаций могут в значительной степени различаться и эти различия обусловлены длительной историей жизни отдельных народов и развития их культуры (Бердяев, 1918; Бердяев, 2007; Гумилев, 1989). В отличие от подхода, в котором устанавливается универсализм ценностей, ряд кросскультурных психологов пришли к выводу о необходимости оперировать культурными универсалиями, воплощающими ценностные отношения. В соответствии с этой идеей выполнены работы С. Шварца, Инглхарта, Триандиса и др.

В настоящее время исследования ценностей представлены весьма широким спектром. Это и сравнительные исследования, направленные на отслеживание изменений в иерархическом строении ценностных ориентаций (Журавлева, 2012), соотнесение доминирующих ценностей и инновационного потенциала общества (Лебедева, 2009), соотношение ценностей и активности личности (Шамяионов, 2009; Григорьева, 2012; Caspersz, Olaru, 2015), ценностей и субъективного благополучия (Шамяионов, 2011; Бочарова, 2014; Норе, etc., 2014; Buchanan, Bardi, 2015), соотношения ценностей и характеристик самокатегоризации (Лузаков, 2005), реализуются и попытки пересмотреть ценности, выделенные М. Рокичем с использованием современного междисциплинарного инструментария (Tsirogianni, Gelfland, 1998), соотнести ценности, выделенные Шварцем и Инглхартом (Dobewoll, Strack, 2014) и др.

В отличие от представлений М. Рокича в том, что количество ценностей невелико и все люди обладают одинаковой системой ценностей, но дифференцированной (иерархически выстроенной) по выраженности внутри этой системы, мы полагаем, что разные сферы жизни предполагают как одинаковые (терминальные), так и различные ценности, регулирующие поведение личности в отношении этих сфер. Поэтому ограничения количества ценностей, равно как и их «принудительная» унификация представляются сужающими исследовательское поле. На протяжении длительного времени продолжаются дискуссии о специфичности ценностей представителей отдельных этнических групп, культурных общностей и т.д. (Levinetc., 2015). Известные русские философы подчеркивали особость ценностного склада россиян (Бердяев, 1918; Бердяев, 2007; Гумилев, 1989).

Ценностные отношения к действительности формируются в процессе социализации как результат усвоения ценностей, правил поведения, ролевых позиций личностью, включенной в межличностные отношения, а также в институциональные отношения. Вполне очевидно то, что их многообразие невозможно свести к какому бы то ни было ограниченному перечню. Вместе с тем, многие ценностные отношения предопределены всей историей человеческих отношений и являются универсальными для разных культур. Часть этих отношений в немалой степени касается культурно-специфичной области. История жизни народа имеет свои специфичные особенности бытия, которые накладывают отпечаток на установки последующих поколений, становятся важными обстоятельствами, влияющими на их адаптацию и функционирование в современных условиях. Научное познание оснований подобных ценностей является предметом исследования ряда областей, в числе которых и социальная психология. Поэтому цель данного исследования заключается в анализе приоритетных областей ценностных отношений, их типологии и обуславливании ими гражданской идентичности молодежи.

Методика

Исследование проводилось в два этапа: предварительный и основной.

На *первом этапе* исследования проведен опрос экспертов относительно традиционных ценностей россиян. В опросе приняли участие 22 эксперта, среди которых преподаватели вузов (3), школ (2), священники (5), культуролог (1), дизайнер (1), юрист (2), практикующий психолог (1), группа молодых мам (5), студент-магистрант (1), музыкант (1). В результате контент-анализа были выделены 80 категорий, на основе которых сформулированы утверждения (шкалы) для последующего опроса с использованием 5-балльной шкалы (1 — «совершенно не имеет значения для меня», 5 — «это очень значимо для меня»), например: «Успешность в жизни, карьерный рост», «Историческое прошлое страны, ее победы и великие битвы», «Обращение к Богу в горе и в радости» и др.

На *втором этапе* исследования приняли участие 150 человек (средний возраст $M = 27,5$; $SD = 5,39$; в том числе мужчин — 56%, женщин — 44%, состоящих в браке — 49,3%, высшее образование — 72%, среднее профессиональное — 16,7%; православных 87,3%, мусульман — 6,7%). Испытуемым были предложены утверждения «Опросника гражданской идентичности» (А. Н. Татарко) и разработанных нами шкал для оценки значимости тех или иных ценностей в соответствии с предварительным исследованием.

Все результаты обрабатывались с помощью статистического пакета SPSS19. Были проведены описательные статистики, вычислялся показатель надежности-согласованности альфа Кронбаха (при удалении пункта показатели варьировали 89–90, что относится к зоне высокой согласованности–надежности), факторный и регрессионный анализы.

Результаты исследования

Рассмотрим показатели значимости ценностей. В области наиболее значимых ценностей испытуемых выявлены такие, как семья ($4,62 \pm 0,56$), доступное образование ($4,53 \pm 0,51$), смысл жизни ($4,55 \pm 0,70$), вера в Бога/высшие силы ($4,33 \pm 1,06$), культура быта ($4,31 \pm 0,66$), многообразие интересов и хобби ($4,37 \pm 0,68$), уважение к себе и другим ($4,34 \pm 0,59$), почитание и уважение родителей ($4,49 \pm 0,55$), вежливость, культура поведения ($4,41 \pm 0,62$), экология, забота о природе ($4,21 \pm 0,68$), мир во всем мире ($4,13 \pm 0,83$), способность к творчеству, новизне ($4,10 \pm 0,87$), историческое прошлое страны, ее победы ($4,09 \pm 0,92$), безопасное окружение ($4,05 \pm 0,82$), свобода ($4,30 \pm 0,72$), здоровье ($4,27 \pm 0,73$), культурные ценности страны ($4,21 \pm 0,81$), выдержка (терпение лишений и невзгод) ($4,08 \pm 0,72$), мир красоты ($4,24 \pm 0,75$), помощь близкому ($4,18 \pm 0,67$), умение прощать ($4,27 \pm 0,74$), любовь к родному дому, городу, стране ($4,16 \pm 0,85$), экономическая стабильность ($4,09 \pm 0,79$). Как видно из приведенного списка, наиболее ценными для молодежи являются не только традиционно описываемые как терминальные («семья», «свобода», «мир» и пр.), но и те явления, которые характеризуют личностные свойства, проявляющиеся во взаимоотношениях («выдержка и терпение», «умение прощать», «вежливость» и др.), а также *ценностное*

отношение к Отечеству, его истории, победам и культурным достижениям; не малое значение придается миру во всем мире (данная ценность была выделена М. Рокичем в области терминальных ценностей (Rokeych, 1979)).

Такие явления, как власть ($2,21 \pm 1,12$), риск ($2,35 \pm 1,06$), деньги ($2,88 \pm 1,07$), развлечения ($2,02 \pm 1,00$), атеизм ($1,63 \pm 0,94$), публичность, желание быть в центре внимания ($2,67 \pm 1,17$), книги и прочие источники знания ($2,24 \pm 1,11$), удовольствия ($2,64 \pm 1,19$), личное геройство ($2,80 \pm 1,03$), экстрим ($2,67 \pm 1,29$), острые и сильные переживания и ощущения ($3,01 \pm 1,27$), большое количество партнеров по сексу ($1,65 \pm 1,15$), оказались наименее значимыми. Судя по показателям, абсолютное большинство респондентов склонно относить их к области незначимости. Интересным представляется то, что в этой зоне оказались столь часто приписываемые россиянам ценности риска, острых ощущений и личного геройства, что в очередной раз развенчивает достаточно распространенный миф. Книжки и иные источники знаний также вне значимости (хотя подавляющее большинство респондентов — лица с высшим образованием), что свидетельствует о том, что они перестают играть значимую роль в жизни молодежи.

Среднюю выраженность значимости составляют такие ценностные отношения, как успешность в жизни, карьерный рост ($3,67 \pm 1,05$), друзья ($3,98 \pm 1,07$), способность «показать себя на людях» ($3,23 \pm 1,11$), равные возможности ($3,41 \pm 1,02$), соблюдение правил и норм поведения при отсутствии внешнего контроля ($3,85 \pm 0,88$), скромность ($3,19 \pm 0,95$), благотворительность ($3,71 \pm 0,96$), соблюдение народных и семейных обычаев ($3,58 \pm 0,97$), бескорыстная любовь и служение Родине ($3,51 \pm 1,11$), справедливость ($3,89 \pm 0,88$), независимость ($3,84 \pm 0,91$), спокойная, размеренная жизнь ($3,25 \pm 1,08$), здоровый образ жизни ($3,80 \pm 0,98$), безопасность страны ($3,99 \pm 0,92$), жертвование собой ($3,74 \pm 0,94$), вкусная еда ($3,05 \pm 1,09$), отдых с друзьями ($3,46 \pm 1,11$), эстетика внешнего вида ($3,67 \pm 1,02$), терпимость межэтническая ($3,53 \pm 0,97$), социальная стабильность ($3,96 \pm 0,87$), увеличение материального достатка без особого труда ($3,23 \pm 1,11$). Как видно из полученных данных, среднюю зону значимости составляют такие ценностные отношения, которые можно отнести к нескольким категориям: с одной стороны, это терминальные ценности справедливости и независимости, и ценности безопасности страны и служения отечеству, социальная стабильность, составляющие верхнюю часть средней зоны, а с другой — карьерный рост, самопрезентация и увеличение материального достатка без особого труда, вкусная еда, составляющие нижнюю часть.

Исходя из полученных данных, можно отметить, что экономическая стабильность у молодежи находится в большем приоритете и значимости, нежели социальная; культурные ценности страны и мир красоты — более значимы, чем книжки и источники знаний; ценностное отношение к Отечеству и его истории находятся в приоритете над материальным. Небезынтересным является и то, что друзья и времяпрепровождение с ними относятся к средней области значимости у современной молодежи, а риск и «острые ощущения» практически не имеют значения.

Обратимся к результатам факторного анализа. После Varimax-вращения было выделено 10 факторов, описывающих 60,03% дисперсии. Первый фактор (16,8% дисперсии) включает такие ценностные отношения, как успешность в жизни, карьерный рост (0,566), власть (0,529), способность «показать себя на людях» (0,719), ценность денег и дорогих вещей (0,693), публичность, желание быть в центре внимания (0,710), экономическая стабильность (0,586), общественное признание (0,738), эстетика внешнего вида (0,418), удовольствия (0,459), скромность (-0,495). Анализ данного фактора позволяет обобщить включенные в него переменные как *«ценностное отношение к атрибутам общественного признания»*.

Второй фактор (12,94%) включает следующие категории: мир во всем мире (0,504), равные возможности (0,633), справедливость (0,638), вежливость (0,445), межнациональная терпимость (0,740), социальная стабильность (0,709), доступное образование (0,535). Взаимосвязанные категории, включенные в данный фактор, характеризуют желаемые отношения в обществе. Исходя из такой конфигурации, можно говорить о высокой значимости социально-ориентированного общества. Поэтому данный фактор назван нами как *«ценностное отношение к атрибутам социально-ориентированного стабильного общества»*.

Третий фактор (5,45%) назван нами *«патриотизм»*, поскольку включает такие ценностные отношения, как историческое прошлое страны, ее победы (0,731), соблюдение традиций (0,531), бескорыстная любовь и служение Родине (0,791), безопасность страны (0,532), любовь к родному дому, городу, стране (0,585). Анализ данного фактора позволяет предположить, что смысловое представление о патриотизме выступает в одной связке с безопасностью страны.

Четвертый фактор (4,53%) определяется *«ценность риска»* и включает такие категории, как риск (0,688), благотворительность (0,522), экстрим (0,711), острые и сильные переживания, ощущения (0,655). Возможно, в ценностных представлениях молодежи благотворительность выступает как своего рода действие, направленное на оказание помощи тем, кто либо пострадал в результате рискованных действий (братья по риску), либо не в состоянии предпринимать подобные действия, либо выполняет защитную функцию («предусмотрительный откуп»).

Пятый фактор (4,09%) назван нами *«ценностное отношение к творчеству»* и включает способность к творчеству, новизне (0,719), самоуважение (0,494), культурные ценности страны (0,581), мир красоты (0,720).

Шестой фактор (3,89%) объединил *ценности здоровья и безопасности*, поскольку включает такие характеристики, как безопасное окружение (0,512), свобода (0,518), здоровье (0,658), здоровый образ жизни (0,629), безопасность страны (0,453). Весьма показательным в данном факторе является наличие ценности свободы. Очевидно, свобода, в представлениях молодежи, выступает значимым для безопасности. Это также говорит о значении свободы и ее оценке для тех, кто социализировался уже после заката советской системы.

Седьмой фактор (3,44) интерпретирован нами как «*вера в Бога*» и включает такие ценности, как смысл жизни (0,710), вера в Бога (0,770), атеизм (-0,723). Интересным представляется то, что в него включена ценность смысла жизни. Очевидно, проблема поиска смысла жизни решается современной российской молодежью через обращение к религии. Совершенно неслучайно и то, что по данным социологов около 85% молодых людей заявляет о своей религиозности.

Восьмой фактор (3,19%) включил в себя два пункта, которые объединяет *социальная нормативность в отношении природы*: правила поведения в обществе (0,723), экология, забота о природе (0,623),

Девятый фактор (2,99%) включает такие характеристики, как почитание и уважение родителей (0,601), семья, семейные ценности (0,558), соблюдение традиций (0,429), которые объединяет общность *ценностных отношений традиционной семьи*.

Наконец, десятый фактор (2,70%) включает в себя ценность спокойной, размеренной жизни (0,806) и книги, прочие источники знаний (0,610). Возможно, в представлениях молодежи (сетующей на нехватку времени для чтения) *книги и спокойная, размеренная жизнь* выступают, своего рода желаемыми, но недоступными в актуальном бытии явлениями.

Как видно из результатов факторного анализа, наиболее «сильные» факторы отражают комплексы ценностных отношений молодежи, в большей степени характеризующие не столько традиционные, сколько современные, позволяющие добиться успеха в жизни, требующей инициативы, хорошей самопрезентации, риска и прочих атрибутов социальной активности. Между тем, ценностное отношение к Родине и ее безопасности также является немаловажным. Поэтому можно сказать, что ценностные отношения, основанные на представлениях (установках) жизненного успеха, сопровождаются с патриотическими чувствами.

Обратимся к результатам пошагового регрессионного анализа, проведенного с целью выяснения «вклада» ценностных отношений молодежи в вариации гражданской идентичности (см. таблицу).

Ценностное отношение к Родине ($R^2 = 0,28$, $F = 58,57$ $p < 0,001$) является наиболее сильным предиктором (28% вариаций объясняются этим параметром). Поэтому данный параметр был снят с дальнейшего анализа.

Как видно из приведенной таблицы, 46% вариаций гражданской идентичности молодежи объясняются их ценностными отношениями (попутно заметим, что социально-демографические параметры никак не связаны с гражданской идентичностью). Наиболее сильным предиктором является значимость исторического прошлого страны и ее побед. Сильными положительными предикторами являются также значимость власти, безопасности страны, дружеских отношений и стремления жить для других. Вместе с тем, значимость атеизма, удовольствий и выдержки в условиях лишений и невзгод является расшатывающим фактором

Результаты пошагового регрессионного анализа

Ценностные категории	ΔR^2	β	t	p
Историческое прошлое страны, ее победы	,17	,161	2,167	,032
Атеизм, отрицание религиозных представлений	,07	-,160	-2,413	,017
Удовольствия	,05	-,290	-4,010	,000
Власть, стремление управлять людьми	,03	,176	2,648	,009
Безопасность страны	,03	,235	3,265	,001
Выдержка (терпение лишений и невзгод)	,04	-,316	-4,372	,000
Стабильность экономическая	,03	-,200	-2,981	,003
Друзья	,02	,153	2,263	,025
Стремление жить для других	,02	,157	2,220	,028
	R2 = 0,46; F = 13,29 p < 0,001			

Примечание. Приняты следующие обозначения: β — стандартизированный регрессионный коэффициент; t — критерий Стьюдента, p — уровень значимости, R^2 — коэффициент множественной детерминации, ΔR^2 — приращение коэффициента множественной детерминации, F — критерий Фишера.

гражданской идентичности. Последнее, очевидно, свидетельствует о неготовности молодежи к жестким испытаниям в условиях современного мира с точки зрения готовности быть гражданином только России.

Полученные данные подтверждают известные идеи об особом строении гражданской идентичности в России, высказанные русскими философами XX в. В частности Н. Бердяев писал о том, что понятие истинного патриотизма и истинного гражданства «почти тождественны» (Бердяев, 1918) и, вместе с тем, первичная сущность любви к отчизне проявляет себя в способности бескорыстного служения России (Бердяев, 2007). Еще одной характеристикой, значимой для гражданской идентичности российской молодежи, выступает готовность отречения от своих интересов ради других, значимость посвящения своей жизни другим. Достаточно сильным отрицательным предиктором является атеизм, но в то же время ценность веры в Бога не включена в уравнение регрессии. Возможно, это связано с некоторой неопределенностью молодежи в отношении веры и религиозности.

Заключение

В результате проведенных исследований можно сделать несколько выводов.

1. В системе ценностных отношений молодежи приоритетными являются сферы поведения (почитание родителей, вежливость, культура быта и др.), высшие переживания (смысл жизни, вера в Бога и др.), отношения к стране (культурные ценности, экономическая стабильность, историческое прошлое), личные переживания (семья, свобода, выдержка и др.). Наименее значимые — власть, риск, деньги и т.п. — категории, которые отнесены экспертами к ценностям современной жизни.

2. В результате факторного анализа выделены 10 факторов, описывающих 60% общей дисперсии, которые интерпретированы как «ценностное отношение к атрибутам общественного признания», «ценностное отношение к атрибутам социально-ориентированного стабильного общества», патриотизм, ценностное отношение к риску, «ценностное отношение к творчеству», ценности здоровья и безопасности, «вера в Бога», социальная нормативность в отношении природы, ценностных отношений традиционной семьи, ценность спокойной, размеренной жизни.

3. Ценностные отношения молодежи объясняют 46% вариаций гражданской идентичности. Положительные предикторы: значимость исторического прошлого страны и ее побед. Значимость власти, безопасности страны, дружеских отношений и стремление жить для других; значимость атеизма, удовольствий и выдержки в условиях лишений и невзгод является расшатывающим фактором гражданской идентичности. Ценностное отношение к Родине служит наиболее сильным предиктором идентичности (28% вариаций).

Ограничения данного исследования — это недостаточно формализованный характер полученных данных, поскольку они основаны на опросе экспертов, и авторы не предполагали на данном этапе разработку формализованной техники для определения ценностей. Здесь речь идет о ценностных отношениях личности к разным сферам жизни (бытия). Следующим шагом может стать разработка формализованного метода измерения традиционных ценностей россиян в структуре ценностных ориентаций.

Библиографический список

1. Бердяев, Н. А. (2007). *Падение священного русского Царства: Публицистика 1914–1922*. Москва: Астрель.
2. Бердяев, Н. А. (1918). *Судьба России. Опыт по психологии войны и национальности*. Москва: Изд-во Г. А. Леман и С. И. Сахаров.
3. Бочарова, Е. Е. (2014). Аксиологическая направленность личности представителей разных социокультурных групп. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 14 (2–1), 58–63.
4. Бочарова, Е. Е. (2012). Ценностные предпочтения молодежи в представлениях различных социальных групп. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития*, 12 (4), 13–16.
5. Григорьева, М. В. (2012). Социальные представления о нормах и ценностях молодежи у представителей разных поколений. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития*, 12 (4), 8–13.
6. Гумилев, Л. Н. (1989). *Этногенез и биосфера Земли*. Ленинград: Изд-во ЛГУ.
7. Додонов, Б. И. (1978). *Эмоция как ценность*. Москва: Политиздат.
8. Журавлёв, А. Л., Дробышева, Т. В. (2010). Ценностные ориентации формирующейся личности в разные периоды развития российского общества. *Психологический журнал*, 31 (5), 5–16.
9. Журавлева, Н. А. (2012). Ценностные ориентации личности в изменяющемся российском обществе. *Психологический журнал*, 33 (1), 30–39.

10. Капцов, А. В. (2014). Роль асимметричных экопсихологических типов коммуникативного взаимодействия в развитии ценностей студентов. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития*, 3 (4), 352–355.
11. Капцов, А. В. (2012). Соотношение выраженности терминальных и инструментальных ценностей в аксиосфере работающей молодежи. *Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Психология*, 2, 96–107.
12. Лебедева, Н. М. (2009). Ценности культуры и отношение к инновациям в России и Китае. *Альманах современной науки и образования (Almanac of Modern Science and Education)*, 11 (30): в 2-х ч. Ч. II, 188–192. Режим доступа: www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/69.html
13. Леонтьев, Д. А. (2007). *Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности*. Москва: Смысл.
14. Ломова, Т. Е., Тимошенко, Е. Д., Ячин, С. Е. (2009). Трансформация ценностных ориентаций российской и китайской студенческой молодежи в условиях глобализации. *Вестник Дальневосточного отделения Российской академии наук*, 1, 81–90.
15. Лузаков, А. А. (2005). Структура ценностных предпочтений и категории самовосприятия. *Человек. Сообщество. Управление*, 4, 16–30.
16. Мак-Даугалл, У. (1916). *Основные проблемы социальной психологии*. Москва: Книгоиздательство «Космос».
17. Панкратов, С. А., Тельнова, Н. А. (2011). Специфика гражданской идентичности. *Известия Саратовского университета. Сер. Социология. Политология*, 11 (4), 75–79.
18. Рябикина, З. И. (2014). Личностная идентичность в ситуации изменения системы идентификаций (социально-психологические эффекты украинского разлома). *Известия Саратовского университета. Новая серия. Акмеология образования. Психология развития*, 3 (3), 263–267.
19. Савицкий, П. Н. (1927). *Россия — особый географический мир*. Прага: Евразийское книгоиздательство.
20. Солдатова, Г. У. (1998). *Психология межэтнической напряженности*. Москва: Смысл.
21. Фанталова, Е. Б. (2011). Уровень соотношения «ценности» и «доступности» в различных жизненных сферах: психометрическое исследование показателей. *Методика. Мир психологии*, 2, 228–243.
22. Шамионов, Р. М. (2011). Взаимосвязь групповых ценностей и субъективного благополучия представителей контактирующих этносов (на примере Поволжья). *Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология*, 4, 307–309.
23. Шамионов, Р. М. (2009). Характеристики ценностных ориентаций молодежи в сопоставлении с представлениями о России и ценностях россиян. *Социология образования*, 4, 39–49.
24. Buchanan, K. & Bardi, A. (2015). The Roles of values, Behavior, and Value-Behavior Fit in the Relation of Agency and Communion to Well-Being. *Journal of personality*, 83 (3), 320–333.
25. Caspersz, D. & Olaru, D. (2015). Why do students differ in the value they place on pro-social activities? *Journal of sociology*, 51 (4), 1017–1038.

26. Copestake, J. & Camfield, L. (2010). Measuring multidimensional aspiration gaps: A means to understanding cultural aspects of poverty. *Development policy review*, 28 (5), 617–633.
27. Dobewall, H. & Strack, M. (2014). Relationship of Inglehart's and Schwartz's value dimensions revisited. *International journal of psychology*, 49 (4), 240–248.
28. Hope, N. H., Milyavskaya, M., Holding, A. C. & Koestner, R. (2014). Self-Growth in the College Years: Increased Importance of Intrinsic values Predicts Resolution of Identity and Intimacy Stages. *Social psychological and personality science*, 5 (6), 705–712.
29. Levin, S., Roccas, S., Sidanius, J. & Pratto, F. (2015). Personal values and intergroup outcomes of concern for group honor. *Personality and Individual differences*, 86, 374–384.
30. Maxwell-Smith, M. A., Seligman, C., Conway, P. & Cheung, I. (2015). Individual Differences in Commitment to Value-Based Beliefs and the Amplification of Perceived Belief Dissimilarity Effects. *Journal of personality*, 83 (2), 127–141.
31. Miles, A. (2015). The (Re)genesis of values: Examining the Importance of values for Action. *American sociological review*, 80 (4), 680–704.
32. Rokeach, M. (1979). *Understanding human values: individual and societal*. New York: The free press.
33. Rokeach, M. & Ball-Rokeach, S. J. (1989). Stability and Change in American Value Priorities, 1968–1981. *American Psychologist*, 44 (5), 775–784.
34. Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J. E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O. & Konty, M. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103 (4), 663–688. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1037/a0029393>
35. Schwartz, S. H. & Butenko, T. (2014). Values and behavior: Validating the refined value theory in Russia. *European journal of social psychology*, 44 (7), 799–813.
36. Triandis, H. C. & Gelfand, M. J. (1989). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74 (6), 118–128.
37. Tsirogianni, S. & Sammut, G. (2014). Transitivity analysis: A framework for the study of social values in the context of points of view. *British journal of social psychology*, 53 (3), 541–556.

Статья поступила в редакцию 15.04.2016.

.....

VALUE ATTITUDES AND CIVIL IDENTITY OF YOUTH

Shamionov R. M., Arenkov A. P.

Shamionov Rail Munirovich, Saratov State University, 490012, Russia, Saratov, ul. Astrakhan, 83. E-mail: shamionov@info.sgu.ru

Arenkov Aleksandr Pavlovich, Saratov State University, 490012, Russia, Saratov, ul. Astrakhan, 83. E-mail: arenkov1987@mail.ru

The article dwells upon the results of the study of the correlation between traditional values of the Russians and civil identity of youth. The study covered 172 people (56% of them are men) with the average age of 27.5. Based on expert assessments, 80 categories characterizing values of the Russians were identified, and the research subjects from the main group were asked to assess them using a special scale. The analysis demonstrated that in the system of value attitudes of youth, the highest priority is given to the behavior domain (parents honoring,

politeness, culture of everyday life, etc.), highest feelings (meaning of life, belief in God, etc.), and attitude to one's country (cultural values, economic stability, historical past), personal experiences (family, freedom, endurance, etc.), while the least priority is given to power, risk, and money. The study identified 10 factors that account for 60% of total variance. It is found that value attitudes of young people explain 46% of variations in civil identity. Value attitudes towards one's homeland is the strongest predictor of identity.

Keywords: identity, subject, value attitude, traditional values.

References

1. Berdyaev, N. A. (2007). *Padenie svyashchennogo russkogo Tsarstva: Publitsistika* [Fall of the holy Russian Tsardom: Political essays] 1914–1922. Moscow: Astrel.
2. Berdyaev, N. A. (1918). *Sud'ba Rossii. Opyty po psikhologii voyny i natsionalnosti* [Destiny of Russia. Essays on the psychology of war and nationality]. Moscow: G. A. Leman and S. I. Sakharov Publishing House.
3. Bocharova, E. E. (2014). Aksiologicheskaya napravlennost lichnosti predstavitelei raznykh sotsiokulturnykh grupp [Axiological orientation of the personality of representatives of different socio-cultural groups]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Novaya seria. Seria: Filosofia. Psikhologia. Pedagoga*, 14 (2–1), 58–63.
4. Bocharova, E. E. (2012). Tsennostnye predpochtenia molodezhi v predstavneniyakh razlichnykh sotsialnykh grupp [Value preferences of youth as perceived by various social groups]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Novaya seria. Akmeologia Obrazovania. Psikhologia razvitiya*, 12 (4), 13–16.
5. Grigorieva, M. V. (2012). Sotsialnye predstavleniya o normakh i tsennostiakh molodezhi i predstavitelei raznykh pokoleniy [Social representations of the norms and values of the youth representatives of different generations]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Novaya seria. Akmeologia Obrazovania. Psikhologia razvitiya*, 12 (4), 8–13.
6. Gumilyov, L. N. (1989). *Etnogenez i biosfera zemli* [Ethnogenesis and biosphere of the Earth]. Leningrad: LSU Publishing House.
7. Dodonov, B. I. (1978). *Emotsiya kak tsennost'* [Emotion as a value]. Moscow: Politizdat.
8. Zhuravlev, A. L. & Drobysheva T. V. (2010). Tsennostnye orientatsii formiruyuschiysya lichnosti v raznye periody razvitiya rossiiskogo obschestva [Value orientations of emerging personality in different periods of Russian society development]. *Psikhologicheskii zhurnal*, 31 (5), 5–16.
9. Zhuravleva, N. A. (2012). Tsennostnye orientatsii lichnosti v izmenyayushchetsya rossiiskom obschestve [Personal value orientations in the changing Russian society]. *Psikhologicheskii zhurnal*, 33 (1), 30–39.
10. Kaptsov, A. V. (2014). Rol' asimmetrichnykh ekopsikhologicheskikh tipov kommunikativnogo vzaimodeystviya v razvitiy tsennostey studentov [Role of asymmetric ecopsychological types of communication interaction in the development of values of students]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Novaya seria. Akmeologia Obrazovania. Psikhologia razvitiya*, 3 (4), 352–355.
11. Kaptsov, A. V. (2012). Sootnoshenie vyrazhennosti terminalnykh i instrumentalnykh tsennostey v akiosfere rabotayushey molodezhi [The ratio of expression of terminal and

- instrumental values in the axiosphere of young workers]. *Vestnik Samarskoi gumanitarnoi akademii. Seria: Psikhologia*, 2, 96–107.
12. Lebedeva, N. M. (2009). Tsennosti kulturi i otnoshenie k innovatsiyam v Rossii i Kitae [Cultural values and attitudes to innovation in Russia and China]. *Almanakh sovremennoi nauki i obrazovania*, 11 (30), 188–192. Retrieved from: www.gramota.net/materials/1/2009/11-2/69.html
 13. Leontiev, D. A. (2007). *Psikhologia smysla: priroda, stroenie i dinamika smyslovoi realnosti* [The psychology of meaning: nature, structure, and dynamics of conceptual reality]. Moscow: Smysl.
 14. Lomova, T. E., Timoshenko, E. D. & Yachin, S. E. (2009). Transformatsia tsennostnykh orientatsiy rossiiskoy i kitayskoy studencheskoy molodezhi v usloviakh globalizatsii [Transforming value orientations of Russian and Chinese young University students in the context of globalization]. *Vestnik Dalnevostochnogo otdelenia Rossiiskoi akademii nauk*, 1, 81–90.
 15. Luzakov, A. A. (2005). Struktura tsennostnykh predpochteniy i kategorii samovospriatia [Structure of value preferences and categories of self-perception]. *Chelovek. Soobschestvo. Upravlenie*, 4, 16–30.
 16. McDougall, W. (1916). *Key problems of social psychology*. Moscow: Kosmos Publishing House.
 17. Pankratov, S. A. & Telnova, N. A. (2011). Spetsifika grazhdanskoy identichnosti [The specificity of civic identity]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Seria: Sotsiologia, Politologia*, 11 (4), 75–79.
 18. Ryabikina, Z. I. (2014). Lichnostnaya identichnost v situatsii izmeneniya systemy identifikatsii (sotsialno-psikhologicheskie efekty ukrainskogo razloma) [Personal identity in the situation of identification system change (socio-psychological effects of the Ukrainian breakup)]. *Izvestiya Saratovskogo Universiteta. Novaya seria. Akmeologia Obrazovania. Psikhologia razvitiya*, 3 (3), 263–267.
 19. Savitsky, P. N. (1927). *Rossia — osobiy geograficheskii mir* [Russia, a distinct geographical world]. Prague: Eurasian Publishing House.
 20. Soldatova, G. U. (1998). *Psikhologia mezhetneticheskoi napryazhennosti* [The psychology of ethnic tension]. Moscow: Smysl.
 21. Fantalova, E. B. (2011). Uroven sootnosheniya “tsennosti” i “dostupnosti” v razlichnykh zhiznennykh sferakh: psikhometricheskoe issledovanie pokazatelei [Level of correlation of “value” and “accessibility” in different life spheres: psychometric study of indicators]. *Methodology. Mir psikhologii*, 2, 228–243.
 22. Shamionov, R. M. (2011). Vzaimosvyaz gruppovykh tsennostei i sub'ektivnogo blagopoluchia predstavitelei kontaktiruyusch ikh etnosov (na primere Povolzhia) [The relationship of group values and subjective well-being of representatives of contact ethnic groups (Volga Region)]. *Vektor nauki Toliatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria: Pedagogika, psikhologia*, 4, 307–309.
 23. Shamionov, R. M. (2009). Kharakteristiki tsennostnykh orientatsii molodezhi v sootnoshenii s predstavleniyami o Rossii i tsennostiakh Rossii [Features of value orientations of youth as compared with perceptions of Russia and values of Russians]. *Sotsiologia obrazovania*, 4, 39–49.

24. Buchanan, K. & Bardi, A. (2015). The Roles of values, Behavior, and Value-Behavior Fit in the Relation of Agency and Communion to Well-Being. *Journal of personality*, 83 (3), 320–333.
25. Caspersz, D. & Olaru, D. (2015). Why do students differ in the value they place on pro-social activities? *Journal of sociology*, 51 (4), 1017–1038.
26. Copestake, J. & Camfield, L. (2010). Measuring multidimensional aspiration gaps: A means to understanding cultural aspects of poverty. *Development policy review*, 28 (5), 617–633.
27. Dobewall, H. & Strack, M. (2014). Relationship of Inglehart's and Schwartz's value dimensions revisited. *International journal of psychology*, 49 (4), 240–248.
28. Hope, N. H., Milyavskaya, M., Holding, A. C. & Koestner, R. (2014). Self-Growth in the College Years: Increased Importance of Intrinsic values Predicts Resolution of Identity and Intimacy Stages. *Social psychological and personality science*, 5 (6), 705–712.
29. Levin, S., Roccas, S., Sidanius, J. & Pratto, F. (2015). Personal values and intergroup outcomes of concern for group honor. *Personality and Individual differences*, 86, 374–384.
30. Maxwell-Smith, M. A., Seligman, C., Conway, P. & Cheung, I. (2015). Individual Differences in Commitment to Value-Based Beliefs and the Amplification of Perceived Belief Dissimilarity Effects. *Journal of personality*, 83 (2), 127–141.
31. Miles, A. (2015). The (Re)genesis of values: Examining the Importance of values for Action. *American sociological review*, 80 (4), 680–704.
32. Rokeach, M. (1979). *Understanding human values: individual and societal*. New York: The free press.
33. Rokeach, M. & Ball-Rokeach, S. J. (1989). Stability and Change in American Value Priorities, 1968–1981. *American Psychologist*, 44 (5), 775–784.
34. Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J. E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O. & Konty, M. (2012). Refining the Theory of Basic Individual Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103 (4), 663–688. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1037/a0029393>
35. Schwartz, S. H. & Butenko, T. (2014). Values and behavior: Validating the refined value theory in Russia. *European journal of social psychology*, 44 (7), 799–813.
36. Triandis, H. C. & Gelfland, M. J. (1989). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74 (6), 118–128.
37. Tsirogianni, S. & Sammut, G. (2014). Transitivity analysis: A framework for the study of social values in the context of points of view. *British journal of social psychology*, 53 (3), 541–556.