



Эмпирическая модель анализа социальных ценностей студенческой молодежи

Инна Александровна Газиева

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ,
Москва, Россия, gazieva-ia@ranepa.ru

Аннотация

Введение. Тема ценностей вообще, равно как и проблема их изучения, в частности, набирает все большую популярность в современном российском дискурсе, что объясняется значимым ускорением социальных изменений, опосредованных геополитическими и внутриполитическими процессами, а также обновленными рамками нормативно-правового регулирования: усиления интеграции в общественную жизнь традиционных российских ценностей, закрепленных Указом Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Такое положение дел предполагает необходимость социологической диагностики ценностного пространства современного российского общества вообще и студенческой молодежи, как потенциала социально-экономического развития страны, в частности.

Цель. Разработать и описать эмпирическую модель анализа социальных ценностей, в основе которой лежит представление о необходимости использования комплекса индикаторов для их совокупной оценки.

Методы. К индикаторам оценки социальных ценностей автором отнесены: ценностные отношения, ценностные предпочтения, ценностные установки, ценностные действия. На основе предложенного подхода разработан социологический инструментарий, апробированный в ходе диагностики пространства ценностей студенческой молодежи. Опрос проведен с 17 мая по 1 июня 2023 г. (N=4338).

Результаты. Результаты апробации эмпирической модели анализа социальных ценностей продемонстрировали выраженную разрозненность отношения респондентов к предложенным индикаторам их измерения, что объясняется наличием заметного разрыва между пониманием идеального представления о ценностях и реального следования им.

Выводы. Апробированная эмпирическая модель анализа социальных ценностей может лечь в основу изучения социальных ценностей не только иных социально-демографических групп, но и российского общества в целом.

Ключевые слова: социальные ценности, молодежь, социология ценностей, социология молодежи, традиционные ценности, высшее образование

Для цитирования: Газиева И. А. Эмпирическая модель анализа социальных ценностей студенческой молодежи // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2025. № 2. С. 230–240. EDN [VRZLPQ](#)

Original article

An empirical model for the analysis of Russian state values (based on the results of a survey of students)

Inna A. Gazieva

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia,
gazieva-ia@ranepa.ru

Abstract

Introduction. The topic of values in general, as well as the problem of their study, in particular, is gaining increasing popularity in modern Russian discourse, which is explained by the significant acceleration of social changes mediated by geopolitical and domestic political processes, as well as the updated framework of legal regulation: strengthening the integration into public life of traditional Russian values, enshrined by Decree of the President of the Russian Federation 09.11.2022 No. 809 "On the approval of the Fundamentals of State Policy for the preservation and strengthening of Traditional Russian spiritual and Moral values." This state of affairs suggests the need for a sociological diagnosis of the value space of modern Russian society.

Purpose. Today, there are many tools for studying values, but most of them are aimed at assessing individual values, while we are interested in social values, which determined the purpose of the article: to develop and describe an empirical model for analyzing social values, which is based on the idea of the need to use a set of indicators for their cumulative assessment.

Methods. The indicators of the assessment of social values by the author include: value relations, value preferences, value attitudes, value actions. Based on the proposed approach, a sociological toolkit has been developed, which has been tested during the diagnostics of the student youth's value space. The survey was conducted from May 17 to June 1, 2023 (N=4338).

Results. The results of the testing of the empirical model of the analysis of social values demonstrated a pronounced disparity in the respondents' attitude to the proposed indicators of their measurement, which is explained by the presence of a noticeable gap between the understanding of the ideal idea of values and the actual adherence to them.

Conclusions. The proven empirical model of social values analysis can form the basis for studying social values not only of other socio-demographic groups, but also of Russian society as a whole.

Keywords: social values, youth, sociology of values, sociology of youth, traditional values, higher education

For citation: Gazieva I. A. An empirical model for the analysis of Russian state values (based on the results of a survey of students). *State and Municipal Management. Scholar Notes*. 2025;(2):230–240. (In Russ.). EDN [VRZLPQ](#)

Введение

Социальная природа ценностей, органично вплетенных во все социальные процессы, являясь и их регуляторами, и ориентирами, объясняет их интеграцию во все сферы жизни общества. Ценности, говоря словами М. А. Розова, представляют собой некие «социальные образцы», окружающие человека с первых до его последних дней, это «некоторое «социальное поле», которое определяет его поступки, деятельность, отношение к миру» [1, с. 7].

В условиях быстро меняющегося мира, глобализации и цифровизации, понимание социальных ценностей становится все более важным для решения сложных социальных, экономических и политических проблем. В этой связи становится все более очевидной потребность в разработке эффективных инструментов для анализа пространства ценностей, нацеленного на получение необходимой информации для принятия обоснованных решений на всех уровнях организации социальной жизни. Кроме того, актуальность разработки такого инструментария объясняется и тем, что сегодня на первый план в формировании современного российского общества выходит все большая ориентация на традиционные российские духовно-нравственные

ценности, закрепленные сразу в нескольких нормативных правовых актах¹. Такой подход предполагает, что эти ценности не только могут разделяться большинством граждан РФ, но и быть некими универсалиями, передаваемыми от поколения к поколению, что определило автором их выбор в качестве основы для дальнейшего исследования.

Однако несмотря на очевидную высокую актуальность социального запроса на использование инструментария, обеспечивающего глубинное изучение социальных ценностей, на сегодняшний день методологический фундамент как основание для необходимых эмпирических исследований остается недостаточно сформированным, что требует обращения к теоретической концептуализации изучения ценностей.

Важно заметить, что в современной науке сложилось немало теоретико-прикладных подходов к изучению и оценке ценностей, которые преимущественно делают акцент на определении положения каждой ценности в иерархии относительно друг друга, как, например, предлагается в известных концепциях эмпирического изучения ценностей М. Рокича [2], Р. Инглхарта и К. Вельцеля [3; 4] и др., в то время как нас интересует оценка уровня сформированности каждой ценности. В том числе поэтому не представляется возможным оценить изучаемые нами ценности и через призму ценностного континуума Ш.Шварца [5; 6], успешно используемого в ряде отечественных исследований, проведенных по его методологии [7–9]. Однако в первую очередь не будем забывать о том, что в большинстве своем эмпирические исследователи ценностей, в том числе упомянутые выше, работают с характеристиками, определяющими одновременно идеальность и значимость различных элементов жизни для отдельно взятого индивида, поэтому в данном контексте речь идет о **ценностях личности**, *ценностях, основанных на уникальном жизненном опыте индивида*, в то время как традиционные российские ценности, на наш взгляд, являются **социальными ценностями**. В терминах В. Томаса и Ф. Знанецкого социальные ценности представляют собой «исходный факт, обладающий эмпирическим содержанием, доступный членам определенной социальной группы, и значением, в отношении которого он является или может являться объектом деятельности» [10, р. 21]; т.е. это *ценности, обусловленные включенностью в социальную деятельность или в ее результат*.

Таким образом, в данной статье делается попытка *концептуализации понятия социальной ценности и разработки методологии ее социологической диагностики на примере традиционных российских ценностей, а также описания результатов апробации данной методологии*.

В силу того, что в основе авторской эмпирической модели лежит представление о необходимости использования комплекса индикаторов для совокупной оценки восприятия ценностей, в ходе проработки данного подхода мы опирались на идеи В. А. Ядова, заложенные в основу его диспозиционной концепции структуры личности [11] и предполагающие наличие у социального субъекта сложной системы различных диспозиционных образований, которые регулируют его поведение и деятельность. В то же время мы сделали попытку уйти от иерархизации исследуемых элементов, равно как и от лежащей в основе концепции В. А. Ядова изначально психологической идеи Д. Н. Узнадзе о формировании установок на фоне незакрытых потребностей.

Рассмотрим детально категории анализа социальных ценностей, предлагаемых нами для проведения социологической диагностики традиционных российских ценностей.

Теоретические основы

Смысло-определяющие категории анализа социальной ценности

Длительное время понятие ценности было синонимичным таким общечеловеческим смыслам как добро, счастье, истина, честь и т. д. Такое понимание ценности сохранилось в повседневной жизни и сегодня. Многие понимают ценность именно как «социально одобряемые и разделяемые большинством людей представления о том, что такое добро, справедливость,

¹ Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»; Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»; Распоряжение Правительства Российской Федерации от 1 июля 2024 г. N 1734-р «О Плане мероприятий по реализации в 2024–2026 гг. Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

патриотизм, романтическая любовь, дружба и т. п.» [12, с. 306]. В ходе изучения научной литературы, отражающей различные взгляды и подходы к раскрытию понятия ценностей, автор выделил несколько ключевых смысло-определяющих категорий для их анализа, на которых мы остановимся более подробно.

Первая категория: «идеальное», – которая изначально в диалектической философии ассоциируется, в первую очередь, с миром идей или миром мыслей, а в дальнейшем в социологии, применительно к ценностям, используется М. Шелером и Э. Дюркгеймом в диаметрально противоположных смыслах.

Так, Э.Дюркгейм считает, что ценности необходимо рассматривать через идеалы, ибо за идеалами всегда стоит коллективное, социальное начало [13, с. 300], в то время как М. Шелер видит в ценностях некое материальное *a priori*, определяемое им как «все те идеальные единства значения и все те положения, которые становятся *самоданными* в содержании *непосредственного созерцания* при условии воздержания от всех утверждений о субъектах, мыслящих их, о реальных естественных свойствах этих субъектов, а также при условии воздержания от всех утверждений о предмете, к которому они могли бы быть применены» [14, с. 266]. По сути, идеалистическое понимание М. Шелером ценности сводится к *особого рода сущности, которая имеет место в ценностно окрашенном положении дел*, что, на наш взгляд, скорее похоже на мистическое созерцание действительности и скорее близко учению о сущностях, чем социологии ценностей, и потому не отражает наших взглядов.

Э. Дюркгейм содержательно понимает идеалы как «просто идеи, в которых изображается и обобщается социальная жизнь в том виде, как она существует в кульминационных пунктах своего развития» [13, с. 300], а функционально – как некий регулятор ценности любой вещи, ибо она может измениться в соответствии с изменением идеала. Поэтому, согласно Дюркгейму, ценность, с одной стороны, должна «выражать реальности, к которым они прилагаются», а с другой, «преобразовывать реальности, к которым они относятся». И если в первом случае речь идет лишь о констатации свойства и содержания вещи, «понятия в собственном смысле», то во втором случае имеют в виду некие «ценностные идеалы», на которые необходимо ориентироваться в деятельности [13, с. 303], т.е. по сути, декларируемые и поддерживаемые социальными институтами ценностные идеалы, цели, сформированные в ходе исторического развития общества; они являются перспективными, развивающимися, своего рода референтами для ориентации в социальной реальности.

Отсюда сформулируем вторую категорию анализа ценностей, согласно Э. Дюркгейму, связанную с категорией «идеального» – **кате́горию «реального».** Разница между идеальным и реальным заключается в том, что идеальное представляет собой определенную идею, которая может служить целью, к которой мы стремимся, а реальное представляет собой фактическое состояние вещей.

Индикаторы, описывающие категорию идеального, лежат в плоскости представлений респондентов о «наилучшем вообще»; это некие абстрактные утверждения о важнейших особенностях конкретного социального феномена, характеризующие собой осознанное понимание своего положения в пространстве ценностей, определяющее общее ценностное отношение человека к миру; это общее понимание респондентов о том, что в идеале приемлемо для общества применительно к конкретной ценности.

Разницу между ценностными индикаторами «идеального» и «реального» можно увидеть при анализе такой традиционной ценности как здоровье. Здесь формулировка «идеального» может звучать, например, как утверждение тезиса: «Любому человеку хорошо бы обладать крепким здоровьем», – а вот «реальное» представляет собой степень согласия или несогласия с теми действиями, которые человек реально предпринимает для того, чтобы сохранить это здоровье: «В случае недомогания (болезни) я обычно обращаюсь к врачам»; «Стараюсь соблюдать баланс труда и отдыха»; «Стараюсь питаться рационально» и т.д.

Третья категория измерения ценностей: «значимое». Понятие ценностей, имея изначально философские корни как смыслообразующих оснований человеческого бытия, благодаря представителям Баденской школы, В. Виндельбанда и Г. Риккерта, проложивших своеобразный мостик между философией и социологией, получило свое дальнейшее интерпретативное развитие в социологии.

Г. Риккерт предполагает сущность ценностей «в их значимости, а не в их фактичности» [15, с. 69-101]; для него ценности не представляют собой ни физической, ни психической действительности, однако они все же с нею связаны через культуру и через прогресс.

М. Вебер, продолжая традицию Г. Риккерта, впервые применяет в социологии основанный на неокантианском подходе особый подход к интерпретации понятия ценности, который исключает позитивистское отождествление ценностей и благ. М. Вебер, как и Г. Риккерт, раскрывает понятие ценности через определение культуры, считая ее ценностным понятием, однако имеет противоположное понимание понятийного соотношения «ценности» и «значимости». Соответственно, для индивида является значимой лишь та часть реальности, которая соотносена с его ценностными идеями, определяющими его индивидуальные интересы [16, с. 374].

Здесь М. Вебер, как и Г. Риккерт, для понятийного осмысления ценности прибегает к использованию «значимости», однако в его зеркальной противоположности: у Г. Риккерта ценностью обладает то, что значимо; у Вебера напротив: значимым является то, что обладает некой ценностью. Такая дуалистичность понимания социологами сущности ценности представляет для нас безусловный интерес. Ведь, по Г. Риккерту, между ценностью и значимостью существует причинно-следственная связь, в соответствии с которой ценность определяется причинностью ее значимости, что можно отразить формулировкой: «для меня нечто является ценным, потому что является значимым». У М. Вебера же значение качественно идентифицируется через ценность, что звучит так: «для меня является значимым то, что является ценным».

Заметим, что Г. Риккерт [15, с. 69–101], а немногим ранее и В. Виндельбанд [17; 18], предполагает, что ценности не являются объективными свойствами вещей, они значимы для человека в качестве неких познавательных, эстетических и этических принципов. Другими словами: ценности организуют все возможные виды отношения субъекта к реальности. Именно основываясь на ценностных предпосылках, социальный субъект наделяет объекты материального и духовного мира определяемой для себя значимостью, в соответствии с которой он реализует некую поведенческую стратегию.

В этой связи в контексте данной статьи мы все же остановимся на позиции Г. Риккерта о том, что именно *ценность определяется значимостью*, а не наоборот.

Близкой по смыслу категории «значимое», но все же несколько отличной от нее является **четвертая категория: «желаемое»**.

Согласно позиции современного югославского социолога Драгомира Пантича, ценности представляют собой «желательные характеристики» индивида или группы, которые «направляют поведение своих носителей к определенным целям» [19, с. 646–647]. В такой формулировке категория «желаемого» идентична нашему пониманию категории «значимого», однако данные категории все же существенно расходятся, что достаточно четко демонстрирует позиция Т. Парсонса.

Так, в рамках представлений Т. Парсонса о социальной системе ценности являются собой «представления о желаемом типе социальной системы, которые регулируют процессы принятия субъектами действия определенных обязательств» [20, с. 17–21]. Социальная система, по мнению Т. Парсонса, включает в себя роли и институты, которые помогают обществу функционировать и достигать свои цели. Эти роли и институты основываются на ценностях, которые признаются данной социальной системой. Например, ценность семьи является одной из основных традиционных ценностей российского общества, и социальная система, включая законы, образование, экономические институты и т. д., создана таким образом, чтобы поддерживать и продвигать эту ценность.

Поскольку ценности представляют собой совокупность принципов, выступающих регуляторами действий и реализующихся через принятие обязательств в рамках системы желаемого типа, очевидной является диалектическая связь категорий «значимого» и «желаемого», ибо они связаны как причина и следствие: нечто является для индивида желаемым, потому что является значимым.

Заметим, что каждая социальная система сначала существует потенциально, а потом может стать действительностью. Отсюда следует, что характеристикой ценности является ее «желаемость», а индикатором — «значимость», что соответствует категории диалектической

философии **«возможное»**, описывающей, например, потенциал совершения некоего действия в будущем, то есть нечто еще не действительное, но желаемое, потому что является значимым.

Таким образом, мы говорим о такой характеристике как «желаемое» и потому «возможное», имея в виду определенные предпочтения, формирующиеся исходя из социально-психологических склонностей как результат обоснования выбора между возможными решениями. Измеряется это «желаемое» посредством измерения «значимости» – системного значения (смысла) объекта, т.е. того значения, которое обретает объект, будучи включенным в определенный социальный контекст или в социальную систему. Например, если речь идет о ценности крепкого здоровья, то желаемость его определяется через анализ шкалированных утверждений о том, насколько для респондента значимо «иметь крепкое здоровье»; если мы говорим о ценности созидательного труда и коллективизма, то мы используем анализ оценок значимости для респондентов «Иметь возможность трудиться для достижения коллективных целей, созидать что-то новое».

Говоря о «желаемом» как об относительно возможном, основанном на том, что некое событие может произойти, поскольку значимо, а может и не произойти, поскольку индивид переоценивает для себя значимость индикатора и в реальности может не реализовать ни одного соответствующего действия, необходимо сказать и об абсолютной возможности, которая предполагает более приближенное к реальности действие, и может быть выражена **пятой категорией определения ценностей** – «ожидаемым», измеряемым через оценку степени «готовности» к реализации того или иного действия в рамках разделяемой ценности. В терминах, сформулированных польским ученым Ф. Знанецким и американским ученым В. Томасом [10, р. 22], речь идет, безусловно, о социальной установке.

Согласно концепции В. Томаса и Ф. Знанецкого, социальная установка является индивидуальным аналогом социальной ценности, а деятельность, в какой бы то ни было форме, является связующим звеном между ними. По сути, социальная установка есть готовность индивида к проявлению определенного типа поведения или реакции в социальной ситуации, которая формируется под воздействием ценностей.

Нельзя исследовать социальные ценности без социальных установок и социальные установки – без социальных ценностей. В контексте построения эмпирического инструментария для социологической диагностики ценностей, для оценки ценностных суждений в рамках категории «ожидаемого» мы используем индикатор «готовность» к совершению того или иного действия в рамках разделяемой ценности. Например, если речь идет о ценности крепкого здоровья, то оценить «ожидаемость» действия можно с помощью утверждения: «Я готов вести ЗОЖ, чтобы иметь крепкое здоровье».

В результате проведенного анализа подходов к концептуализации понятия ценности выделились четыре категории и четыре соответствующие каждой из них индикативные характеристики, совокупно описывающие эмпирическую модель анализа социальной ценности (табл. 1).

Описанная эмпирическая модель анализа социальной ценности формирует методологическую основу для социологической диагностики, определяя ее этапность, и включает:

- оценку **идеального ценностного отношения** к социальной реальности в рамках каждой изучаемой ценности;
- оценку **значимости** каждого индикатора, входящего в описание конкретной ценности;
- оценку **готовности** к совершению действий, отвечающих каждой изучаемой ценности;
- оценку отражения следования ценности в конкретных действиях и поступках (**действие**);
- соотнесение указанных оценок и определение разрывов между реальными действиями и идеальным уровнем значимости ценностей.

Исходя из приведенных выше элементов анализа ценности, можно сделать вывод о том, что социальные ценности являются собой некие **устойчивые во времени, общественно-значимые универсалии, которые: определяют отношение человека к социальной реальности; характеризуют потенциальную готовность следования этим универсалиям; включают совокупность действий, отражающих следование этим универсалиям; выступают индивидуальными или групповыми ориентирами социальной деятельности, одновременно побуждая к ней и являясь её социальными регуляторами** [21].

Таблица 1 – Эмпирическая модель анализа социальной ценности

Table 1 – An empirical model of social value analysis

Категория	Индикативная характеристика / признак	Проявление
Идеальное	<i>Ценностное отношение</i> к социальной реальности	Представление о наилучшем вообще; - абстрактное утверждение о важнейших особенностях любого социального феномена; - утверждение: «то, что идеально для общества»
Желаемое (возможное)	<i>Ценностное предпочтение (значимость)</i>	Предпочтения, исходя из склонностей (обоснование выбора между возможными решениями); - что значимо в привязке к построению карьеры; - утверждение: «мы хотим»; «для нас значимо»
Ожидаемое (вероятное)	<i>Ценностная установка (готовность)</i>	Конкретные намерения; социальные установки; - готовность к реакции на объект отношения - что человек готов сделать ради конкретной ценности; - утверждение: «я готов»
Реальное (действительное)	<i>Ценностное действие</i>	Фактическое проявление отношения к ценности в действии; - что человек делает сейчас «в рамках» конкретной ценности; - утверждение: «Есть по факту»

Результаты

Апробация методологии оценки ценностей

С целью апробации авторской методологии социологической диагностики социальных ценностей на примере традиционных российских ценностей с 17 мая по 1 июня 2023 г. автором было проведено социологическое онлайн-исследование «Традиционные и стратегические ценности студенческой молодежи» [22] среди студентов РАНХиГС очной формы обучения (N=4338) через их личные кабинеты, из которых 89% составляют обучающиеся по программам бакалавриата, 11% — обучающиеся по программам магистратуры, равномерно распределенные по курсам и регионам обучения; 64,5% – девушек, 35,5% юношей – пропорционально структуре обучающихся в РАНХиГС по полу.

Важно заметить, что в качестве объекта нашего исследования были выбраны представители студенческой молодежи как социально-демографической группы, являющей собой потенциал социально-экономического роста и развития российского общества, а также находящейся в фокусе формирования традиционных ценностей, будучи включенными в образовательный процесс, все более интегрирующий в свою программу ценностно-ориентированные мероприятия.

Диагностический инструментарий, ставший основой для данного исследования, структурно соответствует ранее описанной нами структуре анализа социальных ценностей. Что касается перечня диагностируемых ценностей, то он несколько отличается от первоначального перечня, приведенного в Указе Президента РФ № 809, в силу специфики социологического подхода к анализу каждой ценности в отдельности.

По результатам опроса оценки каждого элемента ценности были соотнесены друг с другом, результаты выстроены в иерархическом порядке по уровню значимости для респондентов, благодаря чему наглядно видно, какие ценности разделяются полностью, а какие разделяются лишь частично (табл. 2). Итоговое отнесение той или иной ценности к конкретной группе оценок определялось по максимальной доле респондентов, оценивших максимально каждый ее индикатор; если, например, среди четырех индикаторов три входят в первую группу, а один – в четвертую, то ценность попадает в четвертую группу.

Таблица 2 – Распределение ценностей по группам оценок, баллы

Table 2 – Distribution of values by assessment groups, points

№	Ценность	И ¹	Ж	О	Р	Группа оценок
1.	Права и свободы человека	1	1	1	1	1
2.	Гуманизм	2	1	2	2	2
3.	Справедливость	2	1	1	2	2
4.	Достоинство	1	2	2	1	2
5.	Ответственность	2	1	1	1	2
6.	Патриотизм и гражданственность	2	2	1	1	2
7.	Служение Отечеству и ответственность за его судьбу	2	2	2	2	2
8.	Преемственность поколений	2	2	2	2	2
9.	Единство народов России	1	2	1	1	2
10.	Здоровье	1	1	2	3	3
11.	Семья	3	2	2	2	3
12.	Взаимопомощь	2	2	3	2	3
13.	Историческая память	2	2	2	3	3
14.	Жизнь	2	2	4	1	4
15.	Милосердие	4	3	3	4	4
16.	Взаимоуважение	2	1	2	4	4
17.	Созидательный труд	4	2	3	3	4
18.	Коллективизм	4	3	3	4	4

Обсуждение

Благодаря данным, представленным в табл. 2, можно увидеть заметную неравномерность в следовании респондентов изучаемым ценностям, что потребовало разработки дополнительного инструмента для обеспечения единообразия описания результатов и наглядности их отображения: использована шкала, выстроенная на основе пропорционального соответствия доли оценок каждого высказывания и значения порядковой шкалы.

В итоге получены следующие группы ценностей:

- **первая группа – «полностью сформированные ценности»** (81–100 % респондентов): ценность прав и свобод человека;
- **вторая группа – «скорее сформированные ценности»** (61–80 % респондентов): духовно-нравственные ценности (гуманизм, справедливость, достоинство, ответственность) и ценности, характеризующие отношение к стране (патриотизм, служение Отечеству и ответственность за его судьбу, преемственность поколений, единство народов России);
- **третья группа – «ценности, сформированные наполовину»** (41 – 60 % респондентов): ценности, в основе которых, лежат преимущественно характеристики отношения человека к себе и особенности социального взаимодействия (здоровье, семья, взаимопомощь, историческая память);
- **четвертая группа – «скорее не сформированные ценности»** (21 –40 % респондентов): ценности, которые, в целом, характеризуют отношение человека к окружающим и к труду (жизнь, милосердие, взаимоуважение, созидательный труд и коллективизм);
- **пятая группа – «полностью несформированные ценности»** (менее 20 %): ни одна ценность.

Здесь важно отметить, что в ходе данного исследования мы не ставили перед собой цели охарактеризовать отношение к традиционным российским ценностям всей студенческой молодежи страны. Нам было важно апробировать разработанную методологию ценностной диагностики, поэтому выборка, безусловно, не репрезентирует всю студенческую молодежь России и характеризует лишь студентов одного конкретного вуза.

¹ И – Идеальное; Ж – Желаемое; О – Ожидаемое; Р – Реальное.

Выводы

Безусловно, изучаемые нами ценности в целом не новы для российского общества вообще и для студенческой молодёжи, в частности. Однако многие из них появились в общественном дискурсе относительно недавно, практически одновременно с появлением устанавливающих их НПА. Многие из этих ценностей либо замалчивались, либо переоценивались, либо вовсе – многие годы обесценивались, что отразилось на уровне их значимости для респондентов, поэтому система ценностей студенческой молодёжи является весьма неоднородной.

В первую очередь обратим внимание на ценности, на формирование которых направлен целый ряд мероприятий, организуемых субъектами разных уровней молодёжной кадровой политики, они входят в первые две группы оценок, являясь полностью или почти полностью разделяемыми большинством респондентов. В то же время выделяются ценности, часть которых попала в сферу внимания широкой общественности сравнительно недавно, с принятием содержащих их НПА. Однако фокус внимания на этих ценностях все еще не сосредоточен у большинства субъектов молодёжной политики, что отражается на их положении в структуре ценностей респондентов. Исключением являются, пожалуй, лишь две ценности: ценность здоровья и ценность семьи, – которые достаточно длительное время являются ключевыми для целого ряда и национальных проектов, и федеральных программ, однако по состоянию на момент проведения данного исследования не являются полностью сформированными в среде студенческой молодёжи.

Исходя из результатов социологической диагностики ценностей, проведенной с использованием описанного в данной статье методологического подхода, можно говорить о том, что на сегодняшний день сложившая структура ценностей студенческой молодёжи не является вполне устойчивой, поскольку практически все элементы, входящих в нее ценностей, находятся на разных уровнях сформированности.

Кроме того, очевидным является серьезный разрыв между идеальным, абстрактным пониманием ценностей и реальными фактическими действиями, которые должны совершаться, следуя конкретным ценностям. Отсюда нельзя не заметить необходимость разработки социальных технологий работы с каждой ценностью в отдельности на основе их анализа в разрезе оценок каждой составляющей: ценностные отношения, ценностные предпочтения, ценностные установки, ценностные действия.

Список источников

1. Розов М.А. Проблема ценностей и развитие науки / Наука и ценности. Новосибирск: Наука, 1987. С. 5–27.
2. Rokeach M. (1973) *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 438 p.
3. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества. // Полис. Политические исследования. 1997. № 4. С. 6–23.
4. Инглеарт Р. Модернизация и постмодернизация / Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под редакцией В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 640 с.
5. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25. Academic Press, 1992. P. 1–65.
6. Schwartz, S. H., Bilsky, W. Toward a psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1987, volume 53, issue 3. P. 550–562.
7. Магун В. С. Руднев М.Г. Ценностная гетерогенность населения европейских стран: типология по показателям Р. Инглхарта // Вестник общественного мнения. № 3-4 (113), июль – декабрь 2012. С. 12–24.
8. Магун В. С., Руднев М. Г. Альтернативные структуры ценностных переменных III. Шварца в Европе // XV апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества / Кн. 4. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2015. С. 488–499.
9. Магун В. С., Руднев М.Г., Шмидт П. Европейская ценностная типология и базовые ценности россиян // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2015. Т. 121. № 3-4. С. 74–93.

10. Thomas W., Znaniecki F. *The Polish Peasant in Europe and America*. Vol. 1. Second edition. N.Y., 1927. 129 p.
11. Ядов В.А., Магун В.С., Борзикова П.В., Водзинская В.В., Каюрова В.Н., Саганенко Г.И., Узунова В.Н., Семенов А.А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под. ред. В.А. Ядова. Л.: Наука, 1979. 264 с.
12. Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология. М.: «Инфра-М», 2007. 624 с.
13. Дюркгейм Э. Ценностные и «реальные» суждения // Социология ее предмет, метод, назначение. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация», 2006. 352 с.
14. Шелер М. Избранные произведения. М.: Гнозис, 1994. 490 с.
15. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре // Культурология XX век. Антология. М., 1995. С. 69–101.
16. Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
17. Виндельбанд В. Нормы и законы природы // Виндельбанд В. Философия культуры: Избр. М.: ИНИОН, 1994. С. 228–259.
18. Виндельбанд В. От Канта до Ницше: История новой философии в ее связи с общей культурой и отдельными науками / пер. с нем. Введенский А. И. М.: КАНОН-пресс, Кучково поле, 1998. 496 с.
19. Пантич Д. Конфликты ценностей в странах транзисии / Социология в странах Центральной и Восточной Европы: Хрестоматия. М.: Изд-во РУДН, 2005. С. 646–667.
20. Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1998. С. 17–21.
21. Газиева И.А. Социология ценностей: методология исследования: монография. М.: Инфра-М, 2024. 253 с. DOI 10.12737/2133680 (RSCI).
22. Газиева И.А. Традиционные и стратегические ценности студенческой молодежи. Свидетельство о регистрации базы данных RU 2023624330, 01.12.2023. Заявка от 15.11.2023.

References

1. Rozov M.A. The problem of values and the development of science. In: *Science and values*. Novosibirsk: Nauka Publ., 1987:P. 5–27. (In Russ.)
2. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973. 438 p.
3. Inglehart R. Postmodernity: changing values and changing societies. *The policy. Political Studies*. 1997;(4):6–23. (In Russ.)
4. Inglehart R. Modernization and postmodernization In: *New post-industrial wave in the West. The Anthology*. Moscow: Academia; 1999. 640 p. (In Russ.)
5. Schwartz S. H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In: M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Academic Press, 1992;(25):1–65.
6. Schwartz S. H., Bilsky W. Toward a psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987;53(3):550–562.
7. Magun V. S. Rudnev M.G. The value heterogeneity of the population of European countries: a typology according to R. Inglehart's indicators. *Bulletin of Public Opinion*, No 3-4 (113), July – December 2012:12–24. (In Russ.)
8. Magun V. S., Rudnev M. G. Alternative structures of value variables of Schwartz in Europe. In: *XV April International Scientific Conference on problems of Economic and Social Development*. Book 4. Moscow: HSE Publishing House; 2015:488–499. (In Russ.)
9. Magun V.S., Rudnev M.G., Schmidt P. European value typology and the basic values of Russians. *Bulletin of Public Opinion. Data. Analysis. Discussions*. 2015;121(3-4):74–93. (In Russ.)
10. Thomas W., Znaniecki F. *The Polish Peasant in Europe and America*. Vol. 1. Second edition. New York; 1927. 129 p.
11. Yadov V.A., Magun V.S., Borzikova P.V., Vodzinskaya V.V., Kayurova V.N., Saganenko G.I., Uzunova V.N., Semenov A.A. *Self-regulation and forecasting of social behavior of a personality*. Leningrad: Nauka; 1979. 264 p. (In Russ.)
12. Dobrenkov V.I., Kravchenko A.I. *Sociology*. Moscow: Infra-M; 2007. 624 p. (In Russ.)
13. Durkheim E. Value and «real» judgments. In: *Sociology, its subject, method, purpose*. Moscow: Canon+ ROOI «Rehabilitation»; 2006. 352 p. (In Russ.)
14. Scheler M. *Selected works*. Moscow: Gnosis; 1994. 490 p. (In Russ.)

15. Rickert G. Sciences of nature and sciences of culture. In: *Cultural studies of the twentieth century. Anthology*. Moscow; 1995:69–101. (In Russ.)
16. Weber M. *Selected works*. Moscow: Progress; 1990. 808 p. (In Russ.)
17. Windelband V. Norms and laws of nature. In: *Philosophy of culture: Selected*. Moscow: INION; 1994:228–259 (In Russ.)
18. Windelband V. *From Kant to Nietzsche: The History of New Philosophy in its Connection with General Culture and Individual Sciences*. Moscow: CANON-press, Kuchkovo pole; 1998. 496 p. (In Russ.)
19. Pantich D. Conflicts of values in the countries of transit. In: *Sociology in the countries of Central and Eastern Europe: A textbook*. Moscow: RUDN Publishing House; 2005:646–667. (In Russ.)
20. Parsons T. *The system of modern societies*. Moscow: Aspect Press; 1998:17–21. (In Russ.)
21. Gazieva I.A. *Sociology of values: research methodology*: monograph. Moscow: Infra-M; 2024. 253 p. DOI 10.12737/2133680 (RSCI) (In Russ.)
22. Gazieva I.A. *Traditional and strategic values of student youth. Certificate of registration of the database RU 2023624330, 12/01/2023. Application dated 11/15/2023.*

Информация об авторе

И. А. Газиева – кандидат социологических наук, доцент, старший научный сотрудник Научно-исследовательского центра социально-политического мониторинга Института общественных наук РАНХиГС.

Information about the author

I. A. Gazieva– Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor, Senior Researcher at the Scientific Research Center for Socio-Political Monitoring at the Institute of Social Sciences of the RANEPA.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares that there is no conflict of interest.

Статья поступила в редакцию 21.01.2025; одобрена после рецензирования 27.02.2025; принята к публикации 28.02.2025.

The article was submitted 21.01.2025; approved after reviewing 27.02.2025; accepted for publication 28.02.2025.