

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

УДК 159.922.8:316.754

На правах рукописи

КАСЫМОВА ЛАУРА СЕРИКОВНА

**Психологические аспекты ценностных ориентаций казахстанской
молодежи**

6D050300 – Психология

Диссертация на соискание ученой степени
доктора философии (PhD)

Научные консультанты
Доктор психологических наук,
Профессор О.Х.Аймаганбетова
PhD, профессор С.Сафдар
(Университет Гуэлфа, Канада)

Республика Казахстан
Алматы, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ	9
1.1 Система ценностных ориентаций в структуре личности	38
1.2 Современные исследования ценностных ориентаций в психологии	51
Выводы по 1 разделу	63
2 ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ (ОРГАНИЗАЦИЯ, АПРОБАЦИЯ И ВЫБОР МЕТОДОВ)	65
2.1 Программа научного исследования испытуемых, психологические методы и современные инновационные компьютерные технологии	66
3 АНАЛИЗ, ОБРАБОТКА И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ	80
Выводы по 3 разделу	111
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	113
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	116
ПРИЛОЖЕНИЯ	127

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на период 2011-2020 годы указывает на ценность человеческого капитала, необходимость личностного развития граждан Казахстана как базового составляющего цивилизованного общества [1]. В связи с этим актуальность данного исследования очевидна. Она определяется рядом тенденций развития современного общества, так как человеческая цивилизация на современном этапе вошла в качественно новую фазу развития, для которой характерны усиление интернационализации жизни, рост информационного, культурного, экономического обмена и сотрудничества. Интеграционные процессы способствуют тому, что социальная среда подчас кардинально модифицируется уже при жизни одного поколения. Обособленное существование народов и культур становится невозможным, так как рост миграционных и демографических процессов значительно расширяют рамки межкультурного и межэтнического общения. Обретение независимости и смена политического режима в Казахстане повлияли на социально-психологические феномены, в том числе социальные нормы, ценности и убеждения. В настоящее время прослеживается тенденция переоценки ценностных ориентаций и убеждений, соответствующая новой социальной действительности в государстве. Вместе с тем казахстанское общество столкнулось также с проблемой аномии, «вакуума ценностей», в котором важнейшими ориентирами для молодежи стали накопление материальных благ и достижение социального статуса посредством престижного потребления.

Социальные факторы, вызвавшие различные изменения в структуре ценностных ориентаций казахстанцев, прежде всего, коснулись современной молодежи, восприимчивой к социальным переменам.

Молодежь представляет собой важный объект социально-психологического исследования динамики развития современного общества, поскольку она составляет значительную часть общества, выражающей главные тенденции его развития и, в то же время, является источником и носителем наиболее острых социальных противоречий и проблем. Молодежь вынуждена адаптироваться не столько к внешней, объективно существующей среде, сколько к социальному пространству, которое они создают сами. Процесс и результат включения человека в общество происходит благодаря усвоению и воспроизводству системы ценностей.

В процессе становления личности молодого человека формируется определенная система ценностных ориентаций с более или менее развитой структурой поведения личности. Система ценностных ориентаций личности, хотя и формируется под влиянием ценностей, господствующих в обществе и непосредственной социальной среде, окружающей личность, не predetermined ими жестко. Ценности, предлагаемые обществом, личность «усваивает» избирательно. На формирование ценностных ориентаций оказывают влияние не только социальные факторы, но и некоторые

характеристики самого индивида, его личностные особенности. Система ценностных ориентаций не является раз и навсегда данной: с изменениями условий жизни, самой личности появляются новые ценности, а иногда происходит их полная или частичная переоценка. Ценностные ориентации молодежи как самой динамичной части общества первыми претерпевают изменения, вызванные изменениями в обществе [2].

Ценностные ориентации – это элементы структуры личности, которые характеризуют содержательную сторону направленности личности. Система ценностных ориентаций выступает «свернутой» программой жизнедеятельности и служит основанием для реализации определенной модели личности. Той сферой, где социальное, переходит в личностное и личностное становится социальным. Ценность представляет собой один из основных механизмов взаимодействия личности и общества, личности и культуры [3].

От того, насколько сформированной является система ценностей личности, зависит психическое здоровье человека и его духовное благополучие. В современной психологии все большее внимание уделяется рассмотрению человека как субъекта жизненных изменений, признается важность субъективного понимания мира, возрастает значимость ценностных аспектов человеческого бытия [4]. Все это свидетельствует об актуализации научного интереса к проблемам изучения ценностных ориентаций, в раскрытии психологических аспектов формирования, развития, трансформации, преломления и передачи ценностных ориентаций молодежи. Как утверждает ряд ученых, под психологическими аспектами ценностных ориентаций подразумевается изучение ценностей и убеждений [5-7].

В связи с этим, **проблему исследования** составило изучение психологических аспектов системы ценностных ориентаций казахстанской молодежи.

Ценности и убеждения являются хорошим показателем для отслеживания прогресса социальных и индивидуальных изменений, в результате исторических, социальных и личных событий. Поэтому, важно исследовать ценности и социальные аксиомы казахстанской молодежи и определить диалектическую связь целостности, устойчивости и динамики в инвариантности системы ценностных ориентаций в ходе социально-экономических, политических, религиозных, эстетических и культурно-исторических изменений в казахстанском обществе. Понимание проблемы трансформации и передачи ценностей позволит рассмотреть глубинные психологические процессы, лежащие в основе формирования личностных ценностей и социальных аксиом.

Таким образом, налицо, противоречия между меняющимися социальными условиями, оказывающими влияние на ценностные ориентации современной казахстанской молодежи, и неразработанностью в психологической науке особенностей ценностных ориентаций с учетом возрастных и гендерных факторов.

Гипотеза. Мы предполагаем, что **если** экспериментально установить особенности ценностных ориентаций современной молодежи и выявить роль возрастных и гендерных факторов, **то** это позволит прогнозировать и оптимизировать пути формирования и развития базовых ценностей, убеждений и личности в целом.

Эта проблема еще и усиливается тем, что основными задачами Программы развития образования на период 2011-2020 гг. являются образование и социальное формирование подрастающего поколения, духовно-нравственных, конкурентоспособных, самодостаточных специалистов.

Цель исследования - изучить психологические аспекты ценностных ориентаций казахстанской молодежи в контексте гендерных и возрастных факторов.

Объект исследования – процесс развития личности современной молодежи.

Предмет исследования - психологические аспекты ценностных ориентаций казахстанской молодежи.

В соответствии с целью, объектом, предметом и гипотезой исследования сформулированы следующие **задачи**:

1. Осуществить анализ теоретико-методологических основ ценностных ориентаций в зарубежной и отечественной литературе с точки зрения психологических аспектов;

2. Определить место и роль системы ценностных ориентаций в структуре личности и ее развитии, дать расширенную сущностную им характеристику;

3. Экспериментально изучить ценностные ориентации через применение авторской модификации опросников ценностей Ш. Шварца и опросника «Социальных аксиом» М. Бонда и К. Леунга для казахстанской выборки, а также с применением современных инновационных компьютерных технологий;

4. Создать практические рекомендации, основанные на авторской технологии изучения ценностных ориентаций казахстанской молодежи и использование новейшего методического инструментария.

Теоретико-методологическая основа исследования. Разрабатывая теоретико-методологический подход к исследованию психологических аспектов ценностных ориентаций современной молодежи, мы опирались на:

- историко-психологический анализ взаимодействия личности с социальной средой (В.Г. Плеханов), принцип единства сознания и деятельности (С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев), принцип системности (Б.Ф. Ломов), принцип активности субъекта деятельности (К.А. Абульханова-Славская, А.В. Брушлинский, В.А. Петровский) и интегративный подход (В.В. Козлов);

- социологические и психологические положения, составившие общую теорию ценностей, отраженные в трудах российских и зарубежных психологов (В.А. Ядов, Б.Г. Ананьев, С.Л. Рубинштейн, Б.С. Братусь, Л. Лэнгле, М. Рокич, Я.Мусек, Ш.Шварц, и др.);

- концепцию ценностей и личностных смыслов (Д.А. Леонтьев, Н.Р.Салихова, А.С. Буреломова, М.С. Яницкий, А.В.Серый, С.С.Бубнова);

- авторские подходы в исследовании ценностных ориентаций (Д.А.Леонтьева, М.А. Одинцова, Ш. Шварца, Д.Т. Ихсанова, М.А.Хачатрян, О.Х. Аймаганбетова, Л.С. Альжанова).

- труды по проблеме преемственности поколений (Т.И. Шнуренко, Н. Хоув, У. Штраусс, Е.Шамис);

- теории индивидуальных ценностей Ш. Шварца, и теория социальных аксиом (К. Леунга и М. Бонда).

Основные положения, выносимые на защиту

1 Несмотря на глубинные систематические трансформации казахстанского общества, ценностные ориентации тяготеют к сохранению базового ценностного компонента, который является механизмом передачи устойчивых элементов ценностной системы от поколения к поколению. Ценностные ориентации имеют общий характер в разных поколениях.

2 Ценностные ориентации казахстанцев как молодого, так и старшего поколения реализуются через механизмы роста и развития, самозащиты.

3 Авторская модификация и адаптация различных современных технологий изучения ценностных ориентаций позволит дать объективную характеристику базовых ценностей личности.

4 Основными факторами определяющие становление ценностных ориентаций являются возрастные, гендерные и общие социально-экономические факторы.

5 Нравственно-духовное становление современной личности в значительной степени определяются убеждениями, в которых базовые ценностные ориентации занимают центральное место.

Научная новизна работы состоит:

- дана комплексная сущностная характеристика ценностных ориентаций, исходя из современных реалий

- экспериментально установлены особенности ценностных ориентаций современной молодежи

- разработан оригинальный подход в соотнесении ценностных ориентаций и социальных аксиом как элементов более общей системы социальных убеждений;

- теоретически и эмпирически доказано, что в менталитете казахстанской молодежи сохраняются устойчивые и типичные черты, проявляющиеся в базовых ценностных ориентациях и убеждениях;

- впервые использовано программное обеспечение «Qualtrics» для изучения системы ценностных ориентаций и социальных аксиом в режиме онлайн;

- впервые в Казахстане была произведена модификация опросников Социальных аксиом К.Леунга и М.Бонда и опросник ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца и исследование включает в себя оценку валидности пересмотренной теории ценностей Ш.Шварца казахской и русской версии методики на казахстанской выборке;

Теоретическая значимость исследования состоит

- в обогащении теоретических изысканий в социальной, возрастной, психологии личности и дифференциальной психологии о социально-психологических особенностях ценностей современной молодежи, их гендерной и возрастной динамике;

- в изучении теоретико-методологических основ формирования и развития ценностных ориентаций в структуре личности, меж поколенных механизмов трансляции ценностей, обеспечивающих культурную преемственность и стабильность общества;

- в обосновании соотношения в структуре социальных представлений (социального мышления) ценностных ориентаций и социальных убеждений;

Практическая значимость исследования

- создана авторская модификация опросников ценностей Ш. Шварца и опросника «социальных аксиом» М.Бонда и К. Леунга на русском и казахских языках, выполненная методом двойного перевода для казахстанской выборки;

- полученные результаты исследования изменений в ценностных ориентациях и убеждениях социально-демографических групп могут быть использованы для прогнозирования дальнейшего развития социально-психологических процессов в казахстанском обществе;

- созданный оригинальный подход к изучению ценностных ориентаций может быть использован для построения концепции развития личности современной молодежи,

- материалы по результатам исследования могут быть использованы в прикладной деятельности психологов, педагогов, социальных работников, занимающихся психологическим сопровождением и поддержкой молодежи а также в ходе проведения лекционных курсов по социальной, возрастной, педагогической психологии, педагогики, социологии, культурологии;

Публикации по теме диссертации

По материалам диссертации опубликованы 10 научных работ, из них 3 статьи в журналах, рекомендованных Комитетом по контролю в сфере образования и науки МОН РК, 6 публикаций в сборниках международных и зарубежных конференций, 2 статьи в отечественных научных журналах, 1 статья в зарубежном журнале XXX International congress of psychology с ненулевым импакт - фактором, (Indexed by Thompson Reuter).

Апробация работы. Основные идеи исследования сообщались на конференциях республиканского и мирового уровня:

- International Conference on Behavioral and Psychological Sciences, (Paris, 2011);

- XXX International congress of psychology (Cape Town, 2012);

- International Conference on Education and Psychological Sciences (Venice, 2012)

- Международная конференции студентов и молодых ученых «Мир науки» (Алматы, 2012);

- International Conference on Psychology and Psychological Sciences (Amsterdam, 2012).

Структура диссертации

Диссертация состоит из следующих частей: содержания, введения, 2 разделов, заключения, списка использованных источников и приложения. Общий объем диссертации составляет 146 страниц. Материал представлен в 47 таблицах, 11 рисунках, 6 приложениях. Библиография включает 167 наименований.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

В настоящее время проблема изучения ценностей приобретает системный характер, являясь предметом исследования различных гуманитарных дисциплин. Сегодня это представляет собой важную область исследований, расположенную на стыке различных отраслей знания о человеке – философии, социологии, культурологии, психологии.

Нельзя не отметить усилившийся исследовательский интерес к данной проблеме, что с одной стороны обусловлено кардинальными изменениями в социальной среде, с другой, – связано с трансформацией ценностной системы самого человека. Все это приводит к необходимости более глубокого осмысления теории ценностей и поиска новых подходов для изучения наиболее важных ее аспектов [8].

Понятие «ценность» уже давно и широко использовалось не только в научной литературе, но и в разговорном языке как самое обычное слово. В него не вкладывался какой-либо строго однозначный смысл, и употреблялось оно как синоним множества других слов: например, достоинства, заслуги, пользы, блага, стоимости и т.п. В ряде европейских языков понятия «ценность» и «стоимость» являются идентичными, в силу чего они не разграничиваются (немецкое «wert», английское «value», французское «valeur», испанское «valor») [9].

Интерес к пониманию феномена «ценностей» наблюдался ещё в античности. Например, Платон в своём учении о благе выстраивал иерархию элементов блага, стремился к созданию совершенной модели идеального государства, образов и ценностных идеалов, форм существования человека и мироустройства античного общества. В Средневековье сложилась западно-христианская доктрина ценностей: понятия о благе, добре и зле, смысле жизни, счастье, добродетели, в основу которой легли труды Амвросия Медиоланского, Аврелия Августина, Фомы Аквинского.

Однако, понятия «ценности» в категориальном смысле в эпохи античности и Средневековья как такового не существовало: ценностные характеристики включались в само понятие реальности, истинного бытия. Слово «ценность» употреблялось как синоним понятиям «благо», «добро», «красота», «истина», «идея», «справедливость», «закон», «счастье», «блаженство» и другим, которые позднее будут отнесены к различным проявлениям ценности [10].

Наибольшее влияние на формирование и изучение ценностной тематики оказали мыслители и ученые рубежа XIX- XX веков, пытающиеся осмыслить происходящие на их глазах широкомасштабные изменения в мировоззрении и образе жизни своих современников.

В философскую лексику понятие «ценность», как категория вводится в 60-х гг. XIX века немецким философом Р.Г. Лотце, который рассматривал ценность как её «значимость» для субъекта. Однако до него И. Кант в своем учении об абсолютных (категорический императив) и относительных

(гипотетический императив) ценностях отмечает их непреходящее значение не только для философской мысли, но и для развития западноевропейской культуры в целом. Ценности, в его воззрении, - это требования, обращенные к воле; цели, стоящие перед человеком; значимость тех или иных факторов для личности [10, с.83]. Другой представитель классической немецкой философии – Г.Гегель особое внимание уделял разграничению ценностей на утилитарные и духовные. Утилитарные (экономические) ценности выступают как товары. Эти ценности всегда относительны, то есть зависят от спроса, от вкуса публики и т. п. Духовные же ценности Г. Гегель связывал со свободой духа. Абсолютные ценности «духовны по своей природе» [11].

В начале двадцатого столетия, когда аксиология стала общепризнанным самостоятельным философским разделом, сформировалось несколько специфических теорий ценностей: натуралистический психологизм, аксиологический трансцендентализм, персоналистический онтологизм и социологическая концепция ценностей [12].

Представители *натуралистического психологизма* (Дж. Дьюи, Р. Перри и др.) настаивали на субъективизации понятия ценности в идеалистическом аспекте. Источники ценностей они связывали с биологическими и психологическими потребностями человека, а сами ценности трактовали как возможные факты эмпирической реальности. С этой точки зрения любой предмет, удовлетворяющий какую-либо потребность людей, является ценностью.

Аксиологический трансцендентализм представлен работами В. Виндельбанда, Г. Когена и др. Согласно учению В. Виндельбанда, мир состоит из двух сфер: действительности и ценностей. Ценности при этом не обладают бытием, не существуют, они – значат. С точки зрения В. Виндельбанда, всякая ценность выступает как цель сама по себе, к ней стремятся ради нее самой, а не ради чисто материального интереса, выгоды или чувственного удовольствия. Ценность – это не реальность, а идеал, носителем которого является трансцендентальный субъект. Согласно Г. Когену, истинные ценности порождает «чистая воля», носителем которой опять же является трансцендентальный субъект [5, с. 110].

Самое фундаментальное исследование в области аксиологии в XX веке принадлежит М. Шелеру, представителю *персоналистического онтологизма*. Он полагает, что ценность - это феномен, которого нет вне направленности на него сознания субъекта. Ценность, будучи объективной, по сути, обнаруживает себя только в эмоциональном созерцании и не может быть выражена в формах логического мышления. Познание ценностей основано, в конечном счете, на чувстве любви или ненависти. Сущность всякого познания ценностей составляет предпочтение, за счет которого устанавливаются ранги ценностей. Ценности тем выше, чем они долговечнее и чем выше удовлетворение, которое мы от них получаем, отмечает М. Шелер в своем исследовании [12].

Резюмируя выше сказанное, можно выделить центральный, стержневой момент. Во-первых, ценности понимаются как значимые для субъекта

предметы и явления окружающей действительности, ценностно-смысловая сфера личности как результат особого вида деятельности - ценностно-ориентационной деятельности сознания. Во-вторых, именно в ней происходит формирование представлений о «социально полезном, идеальном, должном, о том, к чему следует стремиться, а чего следует избегать» [13].

Социологический подход к ценностям отражен в работах таких зарубежных ученых, как Э. Дюркгейм, Р. Мертон, Т. Парсонс, Г. Риккерт, М. Вебер, А. Тойнби, и др.

С точки зрения М. Вебера, ценность – это норма, которая имеет определенную значимость для социального субъекта. Он обозначил главной чертой ценности историчность, полагая, что она есть лишь выражение общих установок своего времени. М. Вебер впервые определяет влияние ценностей на характер культуры общества, сравнивая их со стрелочником, который указывает путь, по которому развивается динамика интересов [8, с. 206].

Г. Риккерт [14] выделил шесть областей ценностей:

- 1) ценность научного познания (логические ценности);
- 2) ценности искусства;
- 3) ценности мистического характера;
- 4) ценности нравственной жизни (социально-этические ценности);
- 5) ценности личной жизни («ценности жизни»);
- 6) ценности религиозной жизни.

В теории структурного функционализма Т. Парсонса и Р. Мертона подход к ценностям позволяет установить связь идеальной сферы сознания и сферы социального бытия, выявить функции ценностей в процессе трансформации и стабилизации социальной системы. Связь между социальной и личностной системой достигается принятием ценностей через процесс социализации. Ценности не могут быть редуцированы или объяснены интересами, биологическими потребностями или классовой принадлежностью [12]. Согласно структурно-функциональному подходу Т. Парсонса, значение «мотивационных ориентаций» состоит в том, что они непосредственно связывают ситуацию с деятелем. Механизм действия ценностных ориентаций опосредован всеми социально-культурным опытом индивида [9].

В русской философской мысли, как и в зарубежной, пристальный интерес к теории ценностей также возник во второй половине XIX века. Среди исследовательских проблем в рамках ценностной проблематики русских философов в первую очередь привлекала ценностная триада - Истина (Правда), Добро и Красота. Наиболее разработана данная проблема в работах русских религиозных философов В.С. Соловьева, П.А. Флоренского, С.Л. Франка, Н.О. Лосского и др. [12].

В советском марксистском подходе к пониманию сущности ценности можно четко разграничить три позиции. Первая позиция наиболее ярко выражена в работах В.А. Василенко, вторая - в научных трудах И.С. Нарского, а третья - в философских работах В.П. Тугаринова и О.Г. Дробницкого [15].

Согласно первой позиции, ценность определяется как значимость объектов реальности для индивида, способность этих объектов удовлетворять его потребностям. Тем самым осуществляется отождествление феномена ценности с категорией полезности. В рамках второй позиции под ценностями понимаются высшие общественные идеалы [16]. Третья позиция является компромиссной. Ценность определяется как двойственный феномен - и как значимость, и как идеал [15, с.78].

Ряд известных авторов (В. Брожик, А.А. Ручка, М. Рокич) рассматривают индивидуальные ценности как критерии, которые используют люди для выбора и обоснования своих действий, оценки себя, событий, других людей, то есть как понятия, сходные с представлениями и убеждениями [17].

По определению Е.А. Яблоковой, ценности – это свойства предметов, явлений, действий, мыслей, поступков, в которых проявляется их значение для общества в целом или отдельных социальных групп. В.Б. Ольшанский определяет ценности как выработанные в ходе истории общества представления о подобающих стремлениях и целях жизни (терминальные ценности) и путях их достижения (инструментальные ценности). По взглядам О.М. Вовченко, ценность - значение той или иной вещи, явления, определяемое исходя из насущных потребностей и интересов. А.Т. Москаленко и В.Ф. Сержантов трактуют ценность как предмет потребностей [18]. В.А. Гордилов под ценностью понимает значимость объекта для субъекта. С позиций Т.Шибутани, ценностями являются значения, особенно важные для человека [19].

М.С. Каган дает следующее определение: ценность – это внутренний, эмоционально освоенный субъектом ориентир его деятельности, и потому она воспринимается им как его собственная духовная интенция. В данном определении автором отмечается важный аспект: ценности направляют, ориентируют, регулируют отношения людей, сплачивая одних и разъединяя других, обладающих иными ценностями индивидов [20].

Признавая индивидуальный характер ценностей, как феномен, существующий внутри субъекта, американский социолог М. Рокич рассматривает ценности как разновидность убеждения, определяя ее как «устойчивое убеждение» в том, что определенный способ поведения предпочтительнее личной или социальной точек зрения. По его мнению, ценности личности характеризуются следующими признаками: истоки ценностей прослеживаются в культуре, обществе и личности; влияние ценностей прослеживается практически во всех социальных феноменах, заслуживающих изучения. Согласно М. Рокичу, общее число ценностей, как достояний личности сравнительно невелико. Большинство людей обладают одними и теми же ценностями, которые, в свою очередь, организованы в определенные системы [7, с. 38].

В типологии ценностей М. Рокича ценности могут быть выделены по мотивационно-целевому и процессуальному компонентам. Мотивационно-целевой компонент лежит в основе терминальных ценностей, которые

обобщенно выражают важнейшие идеалы, цели, смысло-жизненные ориентации людей – такие как ценность человеческой жизни, семьи, межличностных отношений, труда, самореализации и т.д. Терминальные ценности (ценности-цели) в свою очередь делят на конкретные и абстрактные ценности, ценности профессиональной самореализации и личной жизни. Инструментальные ценности представляют собой средства деятельности и включают в себя этические ценности, ценности общения, ценности дела; индивидуалистические, конформистские и альтруистические ценности; ценности самоутверждения и ценности принятия других людей. В инструментальных ценностях отражены поощряемые в данном обществе средства достижения целей. С одной стороны, это нравственные и этические нормы поведения, а с другой – качества и способности людей [21].

В последние три десятилетия проблемой трансформации ценностей в мировом масштабе занимается американский социолог Рональд Инглхарт, который прослеживает экономическое и технологическое развитие общества и процесс модернизации и демократизации с помощью двух ключевых биполярных измерений культуры - выживание против самовыражения (survival/self-expression) и традиционный авторитет против секулярно-рационального авторитета (traditional/secular-rational authority) [22].

Центральным компонентом первого измерения является альтернатива материальные–постматериальные ценности. Материалистичные общества подчеркивают необходимость выживания, физического сохранения, безопасности и материального благополучия, в то время как в постматериалистичных обществах растет стремление к автономии, самовыражению, для достижения процветания, доверия и толерантности в межличностном общении, групповой принадлежности, улучшения качества жизни и окружающей среды. Второе измерение кросс-культурного разнообразия выражает отношение к авторитету. В традиционных обществах сильны духовные и религиозные убеждения, доминируют представления о ведущей роли мужчины в экономической и политической жизни и существует относительно низкая терпимость к абортam и разводам. Светские общества имеют противоположные характеристики [23].

В зависимости от того, признает ли человек господствующие в обществе ценности и средства их достижения, Р. Мертон выделил пять моделей социальной адаптации к действующим культурным нормам: конформизм (полное принятие целей и средств их достижения), инновация (достижение одобряемых целей непризнанными средствами), ритуализм (соблюдение внешних правил ради собственных целей), эскейпизм (отрицание доминирующих целей и средств достижения), мятеж (амбивалентное отношение к общественным целям и нормам) [7, с. 40].

По мнению А.С. Буреломовой, в данной типологии не представлена модель поведения с осознанным внутренним принятием социальных ценностей. Иная ценностная типология социального характера представлена в работе у американского социолога Д. Рисмена [24]. Она построена на преобладании

внутреннего или внешнего источника ценностных ориентаций личности. Поведение первого определяется интернализированными в раннем детском возрасте нормами, ценностями и жизненными принципами. «Ориентированная на себя» личность является более целеустремленной, динамичной, предприимчивой, более открытой к переменам и нововведениям, требующей или осуществляющей «позитивное лидерство». Поведение «ориентированной на другого» личности определяется не собственными принципами, а «другими», то есть ценностями окружающих, модой, внешними влияниями, существующей системой общественных связей. Такой человек обезличен, стандартизован современным потребительским обществом, пассивен и становится объектом манипулирования [18, с. 38].

В российской социологии ценности и ценностные ориентации исследовались через взаимодействие личности и группы. Признавая тот факт, что ценности являются продуктом, как общества, так и группы, исследована связь общества и ценностей через трансформацию потребностей в социально значимое поведение, ценности изучены как автономные источники смыслообразования по отношению к потребностям личности, раскрыты их адаптационная и регуляционная функции.

Понятие ценностных ориентаций занимает одно из ведущих мест в диспозиционной концепции личности В.А. Ядова [25]. Автор предположил, что установки, социальные установки, ценностные ориентации находятся в определенной иерархии и вместе образуют своеобразную диспозиционную систему. Система ценностных ориентаций, отражая условия образа жизни сквозь призму общественного сознания, является одним из компонентов мировоззрения личности.

В.А. Ядов выделяет 4 группы ценностей: ценности-нормы («я должен»), ценности-идеалы («я хочу»), ценности-цели («то, к чему стремлюсь») и ценности-средства («то, как достигаю»). Классифицируя ценности, таким образом, В. А. Ядов подчеркивает, что ценностные ориентации так или иначе согласуются с идеалом, формируя ценностную иерархию жизненных целей, более отдаленных, относительно близких и ближайших, а также ценностей-средств или представлений о нормах поведения, которые человек рассматривает в качестве эталона. Наряду с общей направленностью интересов в определенной сфере деятельности высший уровень диспозиционной иерархии образует ценностные ориентации. В свою очередь, имеется иерархия в системе ценностных ориентации. Причем, вершину ее составляет жизненный идеал как образ желаемого будущего [26].

Таким образом, ядерно-центрическая модель ценностей В.А. Ядова включает в себя:

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

Первые и последние ценности малоподвижны, а те, что занимают промежуточное положение, находятся в постоянном движении. Таким образом, согласно В.А. Ядову, ценностные ориентации наряду с общей направленностью интересов личности регулируют её социальное поведение [25, с.110].

Представляет интерес типология ценностей, созданная на основе потребностей индивидов. Так, Ю.М. Плюснин, Г.В. Давыдова (цит. по 24) выделяет пять групп ценностей в соответствии с иерархией потребностей А.Маслоу:

1) группа низших ценностей, которые связаны с удовлетворением физиологических потребностей (простая жизнь, жизнь в удовольствие, благополучие);

2) группа ценностей, связанных с удовлетворением потребности в безопасности, личной и социальной защищенности (здоровье, жизнь, безопасность);

3) группа ценностей, связанных с удовлетворением потребности в социальных контактах, межперсональных связях (любовь, семья, общение);

4) группа ценностей, связанных с удовлетворением потребности в самоуважении (интересная работа, общественная признание, самостоятельность, равенство);

5) группа высших ценностей, связанных с самоактуализацией личности (продуктивная жизнь, свобода, творчество, познание, понимание, красота.

При соотношении ценностей с потребностями индивидов Н.И. Лапин выделяет витальные – первичные потребности, которые значимы для сохранения и продолжения жизни; интеракционистские – потребность в общении, взаимодействии с другими людьми; социализационные – потребности в усвоении ценностей, норм, образцов поведения, одобряемых в данном этносе, обществе, культуре; смысложизненные – потребность в наполнении своей деятельности жизненным смыслом [27].

Итак, с точки зрения социологического подхода ценности определяются, с одной стороны, как объективный феномен, отражающий общественный идеал, с другой стороны, как феномен, существующий внутри субъекта в качестве источников активности личности. Ценностное регулирование социальных отношений выступает важнейшим фактором функционирования любой социальной группы, общности, коллектива, социальной системы. Не менее важным является ценностный фактор в структуре отдельной личности, где он выступает базовым элементом социального действия и интересубъективной жизни.

Ценности и ценностные ориентации относятся также к одному из важнейших явлений психики и базовых категорий психологии. Несмотря на большой интерес психологов к проблеме ценностей до сих пор нет однозначных ответов на такие вопросы, как: что такое ценность как феномен, как формируется ценностная сфера психики, как происходит усвоение ценностей [28].

Важной проблемой является отсутствие единства взглядов в понимании категории «ценность». Прделанная Д.А. Леонтьевым [29], систематизация существующего многообразия трактовок понятия «ценность», убедительно показывает их зачастую противоположный характер, принадлежащий к сферам как личностного, так и социального, что обусловлено онтогенетическими особенностями формирования категории «ценность» в рамках существующих подходов.

Понятие «ценность» в его психологической трактовке эквивалентно некоторому комплексу психологических явлений, которые, хотя и терминологически, обозначаются разными понятиями, но семантически однопорядковы: Н.Ф. Добрынин называет их «значимостью»; А.И. Божович – «жизненной позицией»; А.Н. Леонтьев – «значением» и «личностным смыслом»; В.Н. Мясищев – «психологическими отношениями» [30].

По мнению А.Г. Здравомыслова, ценности выступают важным связующим звеном между обществом, социальной средой и личностью, ее внутренним миром. Ценностные отношения субъекта к внешнему миру опосредованы ориентацией человека на других людей, на общество в целом, на существующие в нем идеалы, представления и нормы [31].

Критический анализ различных трактовок данного понятия позволил А.С.Буреломовой описать весь спектр определений: от понимания ценности как синонима значимости, как потребности, интереса, до трактовки ценности как объективного феномена, принадлежащего идеальному бытию, трансцендентному миру. Можно выделить две важнейшие характеристики ценности: значимость и вторичный, производный от человеческого бытия характер [24, с.62].

Обобщающее определение понятия ценности также приводят А.В.Серый и М. С. Яницкий: «Ценности - это социальный феномен, существующий в диалектическом отношении субъект-объект, который является важным связующим звеном между личностью, ее внутренним миром и окружающей действительностью» [32]. При этом ценностные ориентации понимаются как личностно присвоенные ценности, характер которых носит уже субъективный, персонально окрашенный характер.

Н. Р. Салихова [33] отмечает, что в психологии относительно исследования ценностных ориентаций сложились следующие подходы:

1. **Ценности как наиболее глубокие пласты личности**, составляющие ее ядро, центр, то в этом случае ценности – это то, чем личность и является. Такое понимание ценностей созвучно позиции Б.С.Братуся, определяющего личностные ценности как осознанные принципы жизни, которые человек сам воплощает в своих реальных деяниях и поступках [34]. Они являются важной составляющей Эго-идентичности в ее понимании Э.Эриксоном [35], аналогичные мысли высказывает и Б.С. Алишев [36, 37]. В этом случае ценности субъективно могут отражаться как свое собственное основание, как часть себя, как ощущение принадлежности себя «родовой человеческой сущности», а ценностное переживание является соприкосновением с самим собой, своей

внутренней сущностью. Ценности являются постоянным критерием и мерилем всех действий, поступков, событий, частью самого человека и потому всегда присутствуют в его жизни, имманентно присущи ей.

2. Ценности как проецируемое им вовне **внутреннее содержание**, выступающее для него в форме целей, к которым он стремится, в виде направления, в соответствии с которым движется. В данном понимании ценности можно рассматривать, скорее, как идеальные цели, которые по определению всегда недостижимы: они определяют направление движения и не содержат достижимого конечного пункта этого движения, как это описано у Д.А. Леонтьева [38]. И то, в какой мере человек воспринимает свое движение как соответствующее выбранному направлению или приближающее к представленному в сознании идеальному образу, и станет для него мерилем реализации ценности.

3. Ценность как некоторая модель «правильного» устройства мира и жизни, в форме неосознаваемого фонового ожидания того, что должно присутствовать в мире и жизни в качестве обязательных или естественных ее компонентов. Например, или здоровье, которые не замечаются при обычном ходе жизни, составляя часть нормы жизни, но при исчезновении, которого возникает ощущение дискомфорта или даже страдание.

4. Ценность как нечто такое, **что человек сам привносит в мир**, не прикладывая специальных усилий. Ведь присутствие каких-то ценностей в жизни задается иногда просто направленностью внимания на них: их можно просто замечать, выделять в мире. Тогда ценности – это линзы, через которые человек смотрит на мир и которые что-то не пропускают вовсе, а что-то усиливают или даже создают. Д.А. Леонтьевым [38, с. 47] это отражено в понятии смыслового конструкта, являющегося одной из смысловых структур, интроспективно не представленных в сознании, но задающих способ видения мира. Л. Лэнгле пишет о том, что трудности, связанные с восприятием ценностей, часто становятся причиной душевных страданий, поэтому задачей психотерапии, в частности, является необходимость пробудить и развить способность человека «к распознаванию и переживанию ценностей... научить его открываться новым ценностям, расширять свои ценностные горизонты и, благодаря этому, свое жизненное пространство» [39, с. 4].

Н.Р. Салихова предлагает рассматривать личностную ценность как двухполюсное смысловое образование, обобщающее целый ряд различных по содержанию потребностей и интегрирующее в себе содержание потребности в функции «чувственной ткани» и содержание ценности как общественного идеала в функции значения [40].

На прикладном уровне исследований ученые обращаются к ценностям опосредованно, через их воплощения в формах группового и индивидуального поведения, в особенностях и материализованных результатах деятельности, в социальных явлениях и процессах. Определение перечня объектов, в которых наиболее точно и полно воплощены ценности, как и выбор способа сбора данных, зависит от множества факторов, среди которых и исходное понимание

автором исследования категории ценность. В настоящее время, однако, результаты значительного количества исследований свидетельствуют о существенных расхождениях между вербальными отчетами респондентов о личных ценностях и демонстрируемым поведением, что делает проблему латентности ценностей по-прежнему актуальной [41].

В качестве примера можно привести результаты исследования С. Милгрэма и Ф. Зимбардо, показавшие, что в экстремальных ситуациях внешнее поведение людей может идти в разрез с ценностями. Авторы сделали вывод, что в определенных ситуациях, имеющих для конкретной личности какой-то смысл, формируются новые ценности, которые непременно вытесняют, нивелируют старые. Ведущим психологическим фактором, определяющим какие существующие ценности из структуры ценностей убрать и заменить на новые, выступает ответственность. Ситуационный подход С. Милгрэма и Ф. Зимбардо с еще большей силой обострил проблему реконструкции субъективной системы ценностей личности, ее (скрытой, интимной) молекулярной структуры [42].

В анализе также важно исследовать природу ценностей, которая находится на пересечении двух больших предметных областей: мотивации и мировоззренческих структур сознания [43]. Ценности также выступают связующим звеном двух пространств – личностного и социального, раскрывая их взаимопроникающее влияние. Ценности носят двойственный характер, они социальные, поскольку исторически обусловлены, и индивидуальные, поскольку в них сосредоточен опыт конкретного субъекта.

Как отмечает Д.А. Леонтьев [29, с. 18], у понятия ценность в гуманитарных науках во многом парадоксальная судьба. Оно не имеет своего четко определенного места. Вплоть до 60-70 годов прошлого столетия большинство психологических исследований ценностей проходили с одной стороны, в рамках рассмотрения социального как внешнего по отношению к индивиду и чуждого ему (асоциальность в понимании человека), свойственного всем направлениям в западной психологии личности (психоанализ, бихевиоризм, гуманистическая психология). Однако исследователи не отрицали очевидности влияния различных факторов социальной природы на развитие личности, но, тем не менее, это влияние рассматривалось как давление, к которому человек с большим или меньшим успехом приспосабливается: подчиняется, адаптируется, борется, обходит и т.п. Естественно, что ценности выступали как образования сугубо индивидуально-личностной природы, не имеющие никаких корней и соответствий в социальной реальности.

Поместив в фокус исследования психологические черты индивида, авторы рассматривают ценности, прежде всего, как элементы личностной структуры. В этом качестве они теряют свой статус самостоятельных объектов и оказываются, размещены в системе личностных диспозиций – потребностей и интересов, в которых и происходит их измерение и изучение. В такой интерпретации, ценности лишены своих динамических качеств, а их роль сводится лишь к возможностям оказывать направляющее и структурирующее

воздействие на поведение индивида, движимого исключительно личными потребностями и интересами [41, с. 63]. Как отмечает Д.А. Леонтьев, в такой интерпретации понятие «ценность» теряет свой концептуальный смысл и сближается с понятием «социальная установка» [29, с. 19]. Главной задачей исследователя таким образом становится «разгадывание» ценностей, на которые ориентирована личность, поскольку они проявляются в поведении опосредованно, воздействуя на потребности и интересы индивида [41, с. 64].

С другой стороны (в советской психологии) господствовала тенденция сведения формирования личности на основе социальных воздействий. Ценности понимались как социальные образования, при этом полагался прямой механизм регулирующего действия социальных ценностей на деятельность.

В социальной психологии ценности рассматриваются как субъективный феномен, входящий в структуру направленности личности, обуславливающий ее поведение; многомерное явление, интернализированные структуры по линии связи установка- ситуация- действие; ценности и ценностные ориентации исследовались через взаимодействие личности и группы. Среди исследователей этих направлений можно выделить имена Дж.Г. Мида, Г. Олпорта, К. Роджерса, М. Розенберга, Л. Фестингера, Э. Фэриса, Ф. Хайдера, А.Н. Леонтьева, С.Л. Рубинштейна, Д.А. Леонтьева, М.И. Бобневу, Л.И. Божович, В.В. Водзинскую, О.И. Зотову, В.С. Мухину и др. [44].

Теоретические концепции второй половины XX века раскрывают психологическую природу ценностей через введение понятия «ценностные ориентации личности», которые представляют собой системное образование, для которого характерны субъективность, структурность, иерархичность, избирательность, динамичность/устойчивость [45].

Начало изучению ценностей с позиции ценностных компонентов было положено еще М. Рокичем [21, р. 75]. Он выделял когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты:

1. Когнитивный - знания и представления о ценностях.
2. Эмоциональный - выражает личное отношение к ценностям.
3. Поведенческий - проявление ценностей на уровне конкретных поступков.

Дальнейшее развитие исследований ценностных ориентаций связано с именами Б.Д. Парыгина, Л.И. Анциферовой, В.Г. Алексеевой; в работах В.Ф.Сержантова, В.Д. Шадрикова, Е.А. Климова, М.С. Яницкого ценностные ориентации выступают в качестве важного механизма регуляции деятельности. Ценностные ориентации современной молодежи проанализированы также в трудах О.Х. Аймаганбетовой, Л.С. Альжановой, А.Б. Аймаганбетова, Д.Т.Исхановой, А.К. Игибаевой, Ж.И. Намазбаевой, Ж.К. Айдосовой, Д.Б.Ахметовой, А.М. Ким, Ю.В. Египко, Е.Н. Тулебаевой, Р.Ш. Сабировой, О.Н. Безруковой, Ч.А. Шакеевой, К.Б. Сейдулаева и др. [46, 47].

Ценностные ориентации определяют содержательную сторону направленности личности и составляют основу ее отношений к окружающему миру, к другим людям, к себе самой, основу мировоззрения и ядро мотивации

жизнедеятельности, основу жизненной концепции и «философии жизни». Наличие ценностей есть выражение отношения человека к миру, возникающего из значимости для человека различных его сторон и аспектов [48]. Система ценностных ориентаций имеет многоуровневую структуру. Вершина ее – ценности, связанные с идеализациями и жизненными целями личности. Именно ценностные ориентации, сформированные в юношеском возрасте, определяют особенности и характер отношений личности с окружающей действительностью и тем самым в определенной мере детерминируют ее поведение.

В психологии на данный момент существует большое разнообразие в понимании ценностных ориентаций и соотнесении их с ценностями через отношения, направленность, свойства личности и пр. Рассмотрим некоторые из них.

По словам И.Н. Истомина, ценностные ориентации, являясь элементом мотивационной структуры личности, состоят из комплекса различных социальных установок, и на их основе осуществляется выбор тех или иных актуальных социальных целей и мотивов деятельности.

С точки зрения И.С. Кона, ценностные ориентации – это ориентации, направленные на какие-то социальные ценности. В свою очередь, ориентации есть «система установок, в свете которых индивид (группа) воспринимают ситуацию и выбирают соответствующий образ действия» [49].

К.Д. Давыдова считает, что ценностные ориентации – это система ценностных установок личности, которая характеризует избирательное отношение личности к ценностям. Л.О. Лотар указывает на то, что в ценностных ориентациях отражается особый вид отношений индивида к ценностям. По мнению М.В. Демина, ценностное отношение – отношение субъекта к предметам и явлениям окружающего мира. Р.Х. Шакуров определяет ценностные ориентации как «устойчивые осознанные и упорядоченные отношения личности к определенным объектам» [18, с.47]. С.С.Бубнова считает, что ценностные ориентации – важнейшая составляющая личности, ее индивидуальная характеристика, выражающая отношение человека ко всему окружающему [50].

К.К. Платонов считает, что ценностные ориентации являются компонентом структуры личности, образующим содержательную сторону ее направленности и выражающим внутреннюю характеристику личностных отношений к действительности [51]. Через направленность личности ее ценностные ориентации находят свое реальное выражение. Эта идея утверждает высокий статус ценностных ориентаций, принадлежность к высшим свойствам личности. Ценностные ориентации способны адекватно регулировать поведение и проявляться во всех областях деятельности, они являются важнейшим связующим звеном между личностью, ее внутренним миром и окружающей средой.

Ценностные ориентации есть направленность личности на определенные ценности, подчеркивает Л.И. Анцыферова [52].

Следовательно, ценностные ориентации – способ дифференциации объектов действительности по их значимости. Направленность личности выражает одну из самых существенных ее характеристик, определяющую социальную и нравственную ценность личности. Содержание направленности – это, прежде всего, доминирующие, социально обусловленные отношения личности к окружающей действительности. Именно через направленность личности ее ценностные ориентации находят свое реальное выражение в активной деятельности человека, то есть должны стать устойчивыми мотивами деятельности и превратиться в убеждения [47, с. 60].

Система ценностных ориентаций личности, занимая промежуточное положение между внутренними установками и нормами социальной среды, между мотивационно-потребностной сферой и системой личностных смыслов, обеспечивает взаимодействие этих элементов более общей системы «человек».

А.С. Буреломова подчеркивает, что ценностные ориентации (в отличие от установок, мотивов и потребностей) детерминируют поведение в наиболее значимых ситуациях социальной активности личности [24, с.78]. Ценностные ориентации раскрывают направленность личности на те или иные ценности и относятся к мотивационной сфере, а личностные ценности характеризуют жизненно важную значимость ценности для индивида и имеют отношение к смысловой сфере, являясь источником личностных смыслов и пристрастности человеческого сознания [7, с.42].

Современные исследователи А. В. Капцов и Л. В. Карпушина дают следующее определение: «ценностные ориентации - это относительно устойчивая, социально обусловленная направленность личности на те или иные цели, имеющие для нее смысложизненное значение, выражающиеся в виде каких-либо личностных качеств, образцов поведения и являющиеся относительно независимыми от наличных ситуаций» [53].

Понятия «ценности» и «ценностные ориентации» часто рассматриваются как синонимы, но не всегда совпадают. Д.А. Леонтьев считает, что ценностные ориентации и ценности не связаны «необходимыми и неоднозначными отношениями». Так, выделяя три формы существования ценностей, – социальные идеалы, предметно воплощённые ценности и личностные ценности, – ценностные ориентации сознания в этот ряд автор не включает, не рассматривая их как форму бытия ценностей [29, с.21].

Тем не менее, большинство авторов не проводит различия между личностными ценностями и ценностными ориентациями. Например, В.И.Слободчиков и Е.И. Исаев, считая ценностные ориентации индивидуальной формой репрезентации общественных (культурных, групповых и т. д.) ценностей, не отличают их от личностных ценностей [54].

Близкого этому пониманию придерживается Г.М. Андреева, определяя ценностные ориентации как направленное «отношение к целям жизнедеятельности и к средствам удовлетворения этих целей, детерминированное общими социальными условиями, типом общества, системой его экономических, политических и идеологических принципов» [55].

С. В. Мерзлякова проведя анализ подходов к проблеме ценностных ориентаций, указывает на две основные тенденции. Одни ученые акцентируют внимание на психологических характеристиках ценностей, то есть на личностной значимости, которую придает ценностям индивид. Другие же подчеркивают социальную значимость ценностей, существующих, вне индивида, детерминирующих поведение человека [18, с.39].

Е. В. Пахомова [56] анализируя соотношение двух понятий «ценностей» и «ценностных ориентаций» приходит к следующим выводам:

1. Традиционно употребляются два термина - «ценности» и «ценностные ориентации». Ценности существуют в культуре и являются образующими социальной жизни общества. Некоторые ценности принимаются человеком и становятся его личными ценностями. Ценностные ориентации, в свою очередь, выражают субъективное отношение к тем или иным ценностям, то есть отражают направленность личности на те или иные цели. Однако, Н.К. Карандышев придерживается точки зрения, согласно которой «ценности» и «ценностные ориентации» являются взаимозаменяемыми [57].

2. Ценностные ориентации являются интегральным образованием и определяют отношение человека к миру и себе [53, с.51]. Ценность является единственной мерой сопоставления мотивов и служит основой для выбора [58].

В зарубежной психологии теории, основанные на биологическом подходе, игнорируют ценностную проблематику. Так, К. Левин, исключает ценностные суждения из системы научных психологических понятий. В бихевиоризме ценности также оказываются полностью исключенными из сферы научного изучения человеческой природы. Для бихевиористов идеалы и ценности – не более чем «результат ассоциативного научения». Однако Дж.Роттер в своей теории социального научения использует термин «ценность подкрепления», понимающую им как степень, с которой человек при равной вероятности получения предпочитает одно подкрепление другому. Наряду с «ценностью подкрепления» поведение человека определяется и «ценностью потребности», представляющей собой среднюю ценность набора подкреплений, относящихся к основным категориям потребностей [24, с.19].

Э. Фромм замечает, что человеку присуща потребность определять те нормы и ценности, в соответствии с которыми он должен жить. Он делит ценности на две категории: официально признанные, осознаваемые (религиозные и гуманистические) ценности; действительные, бессознательные (порожденные социальной системой). Вторая группа является непосредственными мотивами человеческого поведения. Обе группы структурированы и образуют иерархию, в которой высшие ценности определяют все прочие [7, с.25].

Проблема ценностей и их роль в развитии личности достаточно хорошо отражена в гуманистической психологии. Согласно К. Роджерсу, «внутренние и внешние ценности формируются или принимаются, если воспринимаются «физиологическим аппаратом» как способствующие сохранению и укреплению организма». В концепции А. Маслоу система ценностных ориентаций личности

выступает в качестве основного регулятора активности личности и направленности ее развития [59].

Осмысленность ценностей, по словам В. Франкла [60], придает им объективный, универсальный характер: «как только я постигаю какую-либо ценность, я автоматически осознаю, что эта ценность существует сама по себе, независимо оттого, принимаю я ее или нет». В. Франкл понимал под ценностями личности так называемые «универсалии смысла», то есть смыслы, присущие большинству членов общества, всему человечеству на протяжении его исторического развития». Субъективная значимость ценности, по мнению В. Франкла, должна сопровождаться принятием ответственности за ее реализацию.

Иная точка зрения имеет место у Г. Оллпорта, полагающего, что источником ценностей личности является мораль общества. При этом автор выделяет ряд ценностей, не продиктованных моральными нормами, например, любознательность, эрудиция, общение и т.д. Моральные нормы и ценности формируются и поддерживаются посредством внешнего подкрепления. Они выступают скорее в качестве средств, условий достижения внутренних ценностей, являющихся целями личности. Преобразование средств в цели, превращение внешних ценностей в ценности внутренние, в идеалы Г. Оллпорт называет «функциональной автономией», понимаемой им как процесс трансформации «категорий знания» в «категории значимости». Как пишет Оллпорт, ценность – «это некий личностный смысл. Ребенок осознает ценность всякий раз, когда смысл имеет для него принципиальную важность».

В австрийской психологической школе (А. Мейнонг, Х. Эрен-фельс, И. Крейбиг) ценности понимаются как исключительно субъективный феномен. По Х. Эренфельсу, ценность объекта определяется его желаемостью, которая, в свою очередь, определяется возможностью получения удовольствия. Иерархия ценностей, таким образом, выстраивается исходя из способности объектов приносить удовольствие либо неудовольствие. А. Мейнонг сводит понятие ценности к возможности переживания некоего субъективного «чувства ценности». По его словам, ценность приписывается какому-либо предмету постольку, поскольку есть «кто-нибудь, для кого ценность есть ценность» (цит. по 30). В этом же смысле им используется понятие «личные ценности», т. е. ценности «для кого-нибудь».

Современный западный исследователь ценностей Я. Мусек рассматривает ценностные ориентации как формы функционирования ценностей на уровне личности, то есть как личностные ценности. Ценности он предлагает рассматривать «как обобщённые и относительно согласованные представления о высоко значимых для нас целях и событиях». Эти представления, пишет автор, включают широкий класс более частных объектов, целей и отношений и направляют наши интересы, установки и поведение. Таким образом, в модели Я. Мусека ценности понимаются как мотивы или мотивационные цели высокого уровня обобщённости [61].

Такому подходу близка наиболее разработанная в настоящее время западная концепция ценностей Ш. Шварца, которая в последние двадцать лет послужила основой сотен исследований. Совокупность ценностей рассматривается автором как мотивационный континуум, где различия между ценностями скорее непрерывные, нежели дискретные [62].

Кросс-культурное ценностное пространство, по теории Ш. Шварца, определяется двумя осями (открытость переменам – консерватизм, альтруизм – эгоизм) и имеет круговую структуру (рисунок 1).



Рисунок 1 – Модель соотношения 10 основных человеческих ценностей по Шалому Шварцу

В пространстве этих осей располагаются 10 базовых ценностных ориентаций:

- самостоятельность – творчество, свобода;
- стимуляция – разнообразие, новизна, увлекательная жизнь;
- гедонизм – наслаждение, чувственное удовлетворение, удовольствие;
- достижение – личный успех, амбиции;
- власть – социальный статус и престиж, богатство;
- безопасность – стабильность общества и взаимоотношений, социальный порядок;
- традиция – уважение, приверженность обычаям и идеям традиционной культуры и религии;

- послушание – ограничение действий, приносящих вред, подчинение нормам;
- доброжелательность – готовность оказывать помощь;
- универсализм – понимание, уважение, терпимость, защита благосостояния всех людей и природы, социальная справедливость, равенство [63].

В ходе мета-анализа, автор выделил концептуально различимые подтипы ценностей и на их основе выявил 19 базовых ценностей с потенциально различным мотивационным смыслом (таблица 1).

Таблица 1 – 19 ценностей уточненной теории, каждая из которых определена в терминах своей мотивационной цели

Ценность	Концептуальное определение с точки зрения мотивационной цели
Самостоятельность – Мысли	Свобода развивать собственные идеи и способности
Самостоятельность – Поступки	Свобода определять собственные действия
Стимуляция	Стремление к возбуждению, новизне и переменам
Гедонизм	Стремление к удовольствию и чувственному удовлетворению
Достижение	Достижение успеха в соответствии с социальными стандартами (нормами)
Власть – Доминирование	Влияние посредством осуществления контроля над людьми
Власть – Ресурсы	Влияние посредством контролирования материальных и социальных ресурсов
Репутация	Защита и влияние посредством поддержания публичного имиджа и избегания унижения
Безопасность – Личная	Безопасность непосредственного окружения
Безопасность – Общественная	Безопасность и стабильность общества в целом
Традиция	Поддержание и сохранение культурных, семейных или религиозных традиций
Конформизм – Правила	Соблюдение правил, законов и формальных обязательств
Конформизм – Межличностный	Избегание причинения вреда или огорчения другим людям
Скромность	Признание незначительности существования одного человека в круговороте жизни
Универсализм – Забота о других	Стремление к равенству, справедливости и защите всех людей
Универсализм – Забота о природе	Сохранение природной среды
Универсализм – Толерантность	Принятие и понимание тех, кто отличается от тебя
Благожелательность – Забота	Преданность группе и благополучие ее членов
Благожелательность – Чувство Долга	Стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы

Дальнейшее усовершенствование теории добавило также другие основания для определения порядка: является ли целью для данной ценности избегание

тревоги или же относительная свобода от тревоги; помогает ли она справляться с угрозами извне или способствует саморазвитию и росту (рисунок 2).

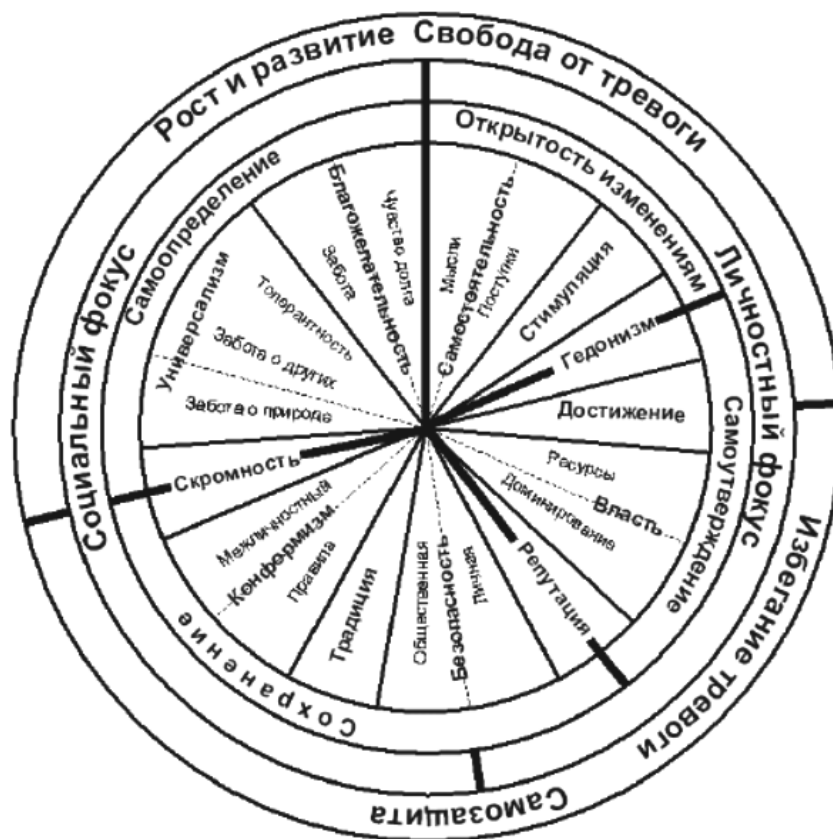


Рисунок 2 – Модель соотношения 19 основных человеческих ценностей по Шалому Шварцу

Три внешних круга определяют концептуальные основы порядка расположения ценностей. Ценности в верхней части внешней окружности выражают рост и саморазвитие и мотивируют людей, когда они не испытывают тревоги.

Дальнейшее усовершенствование теории добавило также другие основания для определения порядка: является ли целью для данной ценности избегание тревоги или же относительная свобода от тревоги; помогает ли она справляться с угрозами извне или способствует саморазвитию и росту (рисунок 2).

Три внешних круга определяют концептуальные основы порядка расположения ценностей. Ценности в верхней части внешней окружности выражают рост и саморазвитие и мотивируют людей, когда они не испытывают тревоги.

Ценности в нижней половине внешней окружности направлены на защиту себя от угроз и беспокойства. Ценности справа в третьем круге от центра имеют личную направленность, они связаны с получением выгоды для себя. Те, что находятся слева в этом круге, имеют социальную направленность, связаны с другими людьми.

Второй круг от центра очерчивает границы между 4 ценностями более высокого порядка, в которые все ценности могут быть объединены. В пределах внутреннего круга 19 ценностей выстраиваются таким образом, что достижение ценности на одной стороне круга, будет в конфликте с достижением ценности на другой стороне круга [63, с.46].

Анализируя теории ценностей предложенные Шаломом Шварцом и Рональдом Инглхартом, Henrik Dobewall указывает, что эти два подхода лучше всего отражают противостояние между индивидуализмом и коллективизмом [23, p.45].

Как утверждает Б. Шледер, типология Р. Инглхарта сегодня находится в центре критики и определяется как во многом недифференцированная и неисторическая. В качестве альтернативной он предлагает концепцию Х.Клагеса, различающего, с одной стороны, ценности общественного долга и признания (дисциплина, порядок и послушание), а с другой – ценности самореализации (творчество, самоутверждение, свобода) [64].

Развивая свою типологию, Х. Клагес различает нормоцентрическую и аутоцентрическую ориентацию. В первом случае доминирует отношение к общественным нормам, а во втором – отношение к собственному «Я».

На основании этого подхода Б. Шледером разработана соответствующая методика диагностики структуры ценностных ориентаций личности. Однако, по мнению М. С. Яницкого и А. В. Серого, модели, используемые Р. Инглхартом и Б. Шледером, не противоречат друг другу, являясь взаимодополняющими, и фактически отражают существование трех основных типов ценностных ориентаций, соответствующих витальным, социальным потребностям и потребностям самореализации [65].

В российской психологии, созвучной по многим позициям западной гуманистической традиции и, можно сказать, во многом ее опередившей, аналогичные подходы к пониманию ценностей рассматриваются в различных аспектах изучения свойств личности. По словам Б. Ф. Ломова, несмотря на различие трактовок понятия «личность», во всех отечественных подходах в качестве ее ведущей характеристики выделяется направленность. В направленности в свою очередь выражаются субъективные ценностные отношения личности к различным сторонам действительности. Подчеркивая психологический характер ценностей как объекта направленности личности, В. П. Тугаринов использует понятие «ценностные ориентации», определяемые им как направленность личности на те, или иные ценности (цит. по 30).

Согласно Б.Г. Ананьеву [66], ценности рассматриваются как одно из центральных звеньев в комплексном изучении личности и закономерностей ее развития. Исходным моментом индивидуальных характеристик человека как личности, по мнению Б.Г. Ананьева, является его статус в обществе, равно как и статус общности, в которой складывалась и формировалась данная личность. На основе социального статуса личности формируются системы ее социальных ролей и ценностных ориентаций. Статус, роли и ценностные ориентации, образуя первичный класс личностных свойств, определяют особенности

структуры и мотивации поведения, и, во взаимодействии с ними, характер и склонности человека. Таким образом, Б.Г.Ананьев рассматривает ценности и ценностные образования как базальные, «первичные» свойства личности, определяющие мотивы поведения и формирующие склонности, и характер.

Близко понимание ценности Б.Г. Ананьева и С.Л. Рубинштейна как отражение в сознании значимости того или иного объекта для данного общества в целом или личности. Причем, если ценность у Б.Г. Ананьева и С.Л. Рубинштейна [67] рассматривается как некое общественное благо, то направленность личности на те, или иные социальные ценности есть ценностная ориентация, или вид установки, через которые человек раскрывает для себя общественные свойства вещей. С.Л. Рубинштейн писал, что ценность – это значимость для человека чего-то в мире, и только признаваемая ценность способна выполнять важнейшую ценностную функцию – функцию ориентира поведения. Наличие ценностей есть выражение не безразличия человека по отношению к миру, возникающего из значимости различных сторон, аспектов мира для человека, для его жизни.

В.Н. Мясищев, не используя термина «структура ценностных ориентаций», практически представил и разработал эту структуру. Исследователь утверждал, что психологи неоднократно отмечали, что у личности могут преобладать органические, личные или сверхличные (общественные) цели, мотивы, потребности. Доминировать могут «животные», конкретно личные и идейные интересы. Отношения человека представляют систему, образующуюся в результате его развития, воспитания и самовоспитания.

Подобно тому, как объекты окружающей действительности имеют разную важность для человека, в системе его отношений имеется иерархия господствующих и подчинённых отношений. Эта система постоянно меняется, развивается, но всегда определяющую роль играют отношения между людьми, в целом обусловленные структурой общества, то есть лежащими в его основе общественно-производственными отношениями. Общественно-историческая обусловленность личности обнаруживается, прежде всего, в том, что в характеристике одних личностей самым важным являются общественные, а других – личные интересы [67, с.77].

Д.А. Леонтьев рассматривает личностные ценности как «идеальную модель должного» для определения направления желаемого преобразования действительности. Являясь центральной структурой смысловой сферы личности, личностные ценности определяют общий подход индивидуума к миру, к себе, придают смысл и направление его жизнедеятельности, выступают основными источниками процессов смыслообразования и жизненных смыслов. Личностные ценности, по мнению автора, представляют собой «консервированные» отношения с миром, обобщенные и переработанные совокупным опытом социальной группы, вследствие чего в своем функционировании они практически не зависят от ситуативных факторов. Иерархия личностных ценностей стабильна, и ее изменение означает кризис в

развитии личности. Ценность задает вектор деятельности, который направлен в бесконечность, поскольку ценности принципиально не насыщаемы [38, с.53].

Российская психология акцентирует внимание на функциональности ценностных и смысловых конструкторов в регуляции поведения, опираясь на традиции деятельностного подхода. Теоретический анализ исследований позволяет проследить роль ценностей и смыслов на всех этапах деятельности личности [68]. Другими словами, представления о происходящем строятся на основе вычленения из действительности «имеющего смысл», придавая субъективность знаний о сложившейся ситуации уже на ранних этапах деятельности. Исследования под руководством В. А. Ядова указывают на роль ценностно-смысловой сферы в саморегуляции поведения и деятельности на всех ее этапах.

В подтверждение этому Ш. А. Надирашвили указывает, что в протекании волевых процессов личности решающую роль играют ценностные ориентации. Опираясь на теорию установки Д. Н. Узнадзе, автор выделяет три качественных уровня регуляции психической активности человека, а именно объективацию предмета, объективацию социальных требований и объективацию собственного «Я». Ш. А. Надирашвили отмечает, что на последнем из указанных уровней (объективации собственного «Я») препятствием для психической активности, а, следовательно, реализации потребности и достижения цели могут выступать личностные качества и ценностные установки. Тогда осуществляется реорганизация ценностных ориентаций, в результате чего порождается волевой процесс. Таким образом, по мнению исследователя, волевая регуляция деятельности, в свою очередь, регулируется ценностными ориентациями личности [69].

Ценностно-смысловая сфера личности имеет ключевое значение для механизмов целеполагания как важнейшего компонента деятельности. Н.Ф.Наумова отмечает, что ценностные образования позволяют человеку ориентироваться во всем многообразии явлений и объектов природного и социального мира, при этом создавая значимую для личности картину мира, характеризующуюся упорядоченностью и осмысленностью. Ценностно-смысловые ориентации предоставляют основание для выбора из имеющихся альтернатив деятельности и поведения, при этом обеспечивая регуляцию собственно порядка предпочтения, границы действия и непосредственно процесс деятельности [70].

Аналогичная роль смысловых образований в формировании собственно ценностей личности раскрывается в работах Ф.Е. Василюка, Б.С. Братуся, Б.В. Зейгарник, А.Г. Асмолова, В.Э. Чудновского, В.И. Слободчикова, Д.А.Леонтьева, других российских авторов.

Так, Б.С. Братусь считает, что смысловые образования служат основой для формирования личностных ценностей. Он выделяет осознанные личностные ценности как относящиеся к смысловой сфере личности, и декларируемые, внешние ценности, не относящиеся к смысловой сфере. Согласно автору

личностными ценностями являются осознанные и принятые человеком общие смыслы жизни.

Важным шагом в понимании феномена ценностных ориентаций как регулятора социального поведения является выделение Б.С. Братусем двух отличных систем ценностных ориентаций «по уровню смысловой сферы» и по «степени присвоенности» [71]. Так, разработана «шкала личностных смыслов», имеющая поуровневое строение и содержащая пять уровней:

1) почти неличностный (симбиотический) – здесь нет личного отношения к выполняемым действиям, человек отождествляет себя с другим;

2) эгоцентрический – смысловыми устремлениями являются личная выгода, успех, престижность, удобство, все остальные люди в зависимости от этого «хорошие» или «удобные»;

3) группоцентрический – человек идентифицирует себя с группой, главным становится успех группы, человек ценен не сам по себе, а своей принадлежностью к группе;

4) гуманистический – смысловые устремления общечеловеческой направленности, устремлённость на создание результатов, которые принесут равные блага другим, возможно, лично ему незнакомым;

5) эсхатологический, или духовный – человек решает свои субъективные отношения с Богом, другой человек приобретает в его глазах сакральную ценность как образ и подобие Божье.

Ценностные ориентации, определяющие жизненные цели человека, выражают соответственно то, что является для него наиболее важным и обладает для него личностным смыслом. К.А. Абульханова-Славская и А.В.Брушлинский описывают роль смысловых представлений в организации системы ценностных ориентации, которая проявляется в следующих функциях: принятии (или отрицании) и реализации определенных ценностей; усилении (или снижении) их значимости; удержании (или потере) этих ценностей во времени [72].

Другие авторы указывают на то, что ценностные ориентации являются основой для формирования системы личностных смыслов. Ф. Е. Василюк пишет, что смысл является пограничным образованием, в котором сходятся идеальное и реальное, жизненные ценности и возможности их реализации. Смысл, как целостная совокупность жизненных отношений, у Ф.Е. Василюка является своего рода продуктом ценностной системы личности [73].

Р.Х. Шакуровым, предложено разделение ценностей на статичные и динамичные, отличающиеся по смыслообразующему потенциалу, который выше у дефицитных и динамичных ценностей, поскольку эмоциональная адаптация к ним затруднена, а чрезмерная статика убивает самое главное в ценности – ее эмоционально-притягательную силу. Более статичные ценности (материальные блага) обладают небольшими смыслообразующими возможностями, а динамичные ценности (творческая деятельность, эстетические, аффилиативные, духовные ценности) отличаются разнообразием, и поэтому они сохраняют свою привлекательность долгое время. Кроме того,

привлекательность ценностей выше, если они отражают стремление человека удовлетворять свои потребности на все более высоком уровне. Также, более значимая роль в смыслообразовании придается ожидаемым, «завтрашним ценностям», а то, что достигнуто, «превращается в отработанный материал» и теряет свою привлекательность [74].

Г.Е. Залесский связывает личностные ценности и смыслы через понятие «убеждение». Убеждение, являясь интегрирующим элементом механизма регуляции активности человека, представляет, по его мнению, «осознанные ценности, субъективно готовые к реализации путем их использования в социально-ориентировочной деятельности» [75]. По словам Г.Е. Залесского, убеждению присущи одновременно и побуждающая, и когнитивная функции. Убеждение, выступая в качестве эталона, оценивает конкурирующие мотивы с точки зрения их соответствия содержанию той ценности, которую оно призвано реализовать, и выбирает соответствующий способ ее практической реализации.

Рассмотрение ценностей как смысловых образований наиболее полно отражает сложность их содержания и функционирования. Смысловой природой ценностей объясняется и их двойственное положение одновременно как элементов когнитивной структуры личности и как элементов ее мотивационно-потребностной сферы [76].

Е.И. Головаха [77] при исследовании жизненной перспективы личности, рассматривает ценностные ориентации, под которыми подразумевает цели и планы, как последовательные ступени субъективной регуляции жизнедеятельности человека. Ценностные ориентации определяют порядок предпочтения тех или иных сфер деятельности, направлений жизненного пути, на которых человек предполагает сконцентрировать свои силы и энергию. Система ценностных ориентаций, по мнению М.С. Яницкого [30, с.64], определяет жизненную перспективу, «вектор» развития личности, являясь важнейшим его источником и механизмом. Она связывает в единое целое личность и социальную среду, выполняющую одновременно функции регуляции поведения и деятельности.

Ж.Б. Мамедова [78], продолжая идеи Е.И. Головахи, М.С. Яницкого, пишет о том, что ценностные ориентации, являясь важнейшим компонентом структуры личности, аккумулируя весь жизненный опыт, накопленный личностью в ходе ее индивидуального развития, обеспечивают целостность личности (связывая когнитивную и мотивационную сферы) и осуществляют психическую регуляцию социальной деятельности и поведения субъекта в социальной среде.

Н.Р. Салихова рассматривает ценность как обобщение отдельных аспектов множества разнообразных предметов потребностей и способов их удовлетворения, при этом одна и та же потребность одновременно входит в зону действия разных личностных ценностей. Ценностное содержание включено в структуру каждой конкретной потребности через ее общественно выработанные предмет и способ удовлетворения, и потому реализация каждой ценности может происходить при удовлетворении широкого спектра

потребностей. При этом динамические факторы, связанные, например, с возникающими на пути удовлетворения потребности барьерами, не создают ценность как таковую, но ведут к трансформации процессов смыслообразования, источником которых она является [79].

Функционирование личностных ценностей в жизнедеятельности человека сопряжено с необходимостью «опознания» ценностного содержания в реальной действительности путем соотнесения обобщенной идеи с чувственно-конкретными характеристиками реальных ситуаций и объектов, что обуславливает неопределенность при оценке их присутствия в жизни. Это ставит проблему способов и критериев реализации личностных ценностей.

Т.Г. Авдеева объединяет ценности и смыслы в одно понятие «ценностно-смысловые ориентации», которые, по ее мнению, определяют центральную позицию личности, и представляют собой процесс наделения действительности субъективной значимостью и смыслом. С.И. Богдан конкретизирует понятие ценностные ориентации как «индивидуализировано представленные в сознании личности идеальные концепты, содержащие дифференцированное осмысление явлений своего окружения» [80].

В описании ценностно-смысловой сферой личности, современные исследователи М.С. Яницкий, А.В. Серый, Ю.В. Пелех центральное место отводят ценностной ориентации, «сущность которой заключается в избирательном отношении человека к материальным и духовным ценностям, система индивидуальных установок, убеждений, предпочтений, опосредованных личностными смыслами и выражающаяся в поведении». По мнению этих авторов, ценностная ориентация «отражает смысловую сторону направленности личности, ее внутреннюю, содержательную основу внешнего взаимодействия с различными явлениями объективной реальности. Такое взаимодействие выражается в дифференцировании объектов по их значимости для индивида, выявлении личностного смысла различных объектов» [81].

Ценностные ориентации личности, считает М.С. Яницкий, связывают ее внутренний мир с окружающей действительностью, образуют сложную многоуровневую иерархическую систему, являясь, таким образом, одним из важнейших компонентов структуры личности и занимая промежуточное положение между мотивационно-потребностной сферой и системой личностных смыслов [30, с.76].

Феномен соединения когнитивных, эмоциональных и регулятивных свойств внутри одной ценности был отмечен многими учеными, независимо от их методологических предпочтений. М.А. Хачатрян рассматривает ценности как конструкты определенного вида, формирующиеся в контексте социального взаимодействия субъекта [82]. Основная функция ценностей – это категоризация и конструирование картины мира, организующие поведение человека в рамках сознательно выбранного направления жизни. В своем развитии ценности переходят из образований исключительно когнитивного характера в конструкты (содержащие эмоциональный и регулятивный компонент) за счет осознания и осмысления субъектом своего собственного

поведения (в частности, расхождения своих действий и ценностных концептов). Автор выделяет выделить два фактора развития ценностных конструктов (таблица 2):

- осознание и осмысление имеющихся ценностей (концептов);
- столкновение с несоответствием поведения и имеющихся ценностей (концептов) [83].

Таблица 2 – Различие ценностей-концептов и ценностей-конструктов

Ценности-концепты	Ценности-конструкты
Существуют в виде некритично принимаемых убеждений (когниции)	Осознанны и осмысленны, существуют в форме конструктов
Не связаны с эмоциональной сферой	Связаны с эмоциональной сферой
Не участвуют в регуляции деятельности	Регулируют поведение (опосредованно – через систему установок)
Могут быть не согласованы с иными концептами	Существуют в согласованной системе других ценностей
Участвуют в процессе социального познания – на уровне категоризации	Участвуют в процессе социального познания – на уровне категоризации и конструирования картины мира

М.А. Хачатрян указывает, что осознание несоответствия может привести к различным последствиям: человек может перестроить свою систему ценностей (на уровне концептов) таким образом, что ценности будут соответствовать реализованным ранее действиям, или же пытаться дать новую интерпретацию этим действиям. Другой путь – в подчинении своего будущего поведения собственным ценностям, и здесь возможен качественный переход – с уровня концептов на уровень конструктов.

Ценности как конструкты влияют не только на содержание деятельности субъекта, но и на форму взаимодействия с реальностью - как он оценивает происходящее с ним: ценности типа «изменение» задают интернальный характер положительных атрибуций. Исследование автора позволяет ему предположить наличие некоего мета-уровня, на котором функционируют ценности, прежде всего, в отношении атрибутивных процессов социального познания [82, с.85].

В ценностных ориентациях соединяются когнитивные, эмоциональные и регулятивные свойства, основная функция ценностей – это категоризация и конструирование картины мира, организующие поведение человека в рамках сознательно выбранного направления жизни. Ценностные ориентации организованы иерархически, порядок расположения ценностей не исключает их конфликта при реализации. Иерархия ценностей также зависит от того, является ли целью для данной ценности избегание тревоги или же

относительная свобода от тревоги и помогает ли она справляться с угрозами извне или способствует саморазвитию и росту.

М. Бонд и К. Леунг относят ценности к мотивационным конструктам, и предлагают другой угол рассмотрения - когнитивные конструкты на – социальные аксиомы [84].

Концепция социальных аксиом, которую предлагают М. Bond, американский ученый канадского происхождения, проживающий в Китайском Гонконге, и китайский исследователь К.Leung, была сформулирована в рамках кросскультурной психологии. В ней рассматривается такая малоисследованная сфера психологического знания, как (от английского «believes») верования, убеждения, социальное мышление [85]. По мнению авторов, социальные аксиомы являются центральными для человеческого мышления и обеспечивают выживание и деятельность личности в физическом и социальном мире [86].

По мнению Л.К. Спиридоновой «социальный смысл» и семантическое содержание индивидуального сознания выражают себя в социальных аксиомах. Социальные аксиомы не являются ценностями, поскольку ценности содержат компонент «хорошо / плохо». Они не являются и нормативными оценочными верованиями. По определению авторов концепции – М.Bond, К.Leung и их коллег, социальные аксиомы – генерализованные убеждения (верования) о самом человеке, социальном и физическом или духовном мире в форме утверждений об отношениях между двумя сущностями или концепциями. «Наиболее общие» верования определяются как обобщенное ожидание, высший уровень абстракции, который проявляется во многих контекстах и независимо от времени. Они являются общими для всех людей, в них манифестируются культурные значения и репрезентируется картина мира [85, с.90].

Типичная аксиома имеет структуру: «А связано с Б». А и Б могут быть некими сущностями, и связь между ними может быть причинной или корреляционной [87]. Социальные аксиомы являются общими для всех людей, и в них так же, как в мифах, представлены культурные значения и выявляется картина мира [85, с. 89]. К.Leung, М.Bond предполагают, что социальные аксиомы являются универсальными (панкультурными) вследствие их функциональности и универсальности проблем, которые решаются людьми в процессе выживания [84, р. 288].

В конечном итоге в результате исследования первоначально в трех, а затем в 45 культурах содержание универсальных (панкультурных) измерений верований таково:

1. *Социальный цинизм.* Большинство тем относится к разрушительным воздействиям власти и авторитета, являющихся следствием богатства или возраста, делающих людей эгоцентричными и равнодушными к согражданам. Кроме этого, есть дополнительные черты: бесполезность демонстрации доброжелательности к другим и неизбежность провала благотворительности и энергичного служения общественной пользе.

2. *Награда за усилия.* Суждения этого фактора отражают оптимизм по поводу того, что трудности жизни могут быть преодолены усилиями человека и приложением ресурсов личности к разрешению проблем. Есть параллели содержания этого конструкта с протестантской трудовой этикой, верой в «справедливый мир» и особенно с интернальностью (верой в то, что все происходящее с человеком зависит от него самого).

3. *Социальная сложность.* Для одних людей мир межличностных отношений является сложным: индивидуальное поведение может меняться время от времени, от ситуации к ситуации, и невозможно простое упорядочение мыслей, чувств, черт. Результаты нынешней ситуации не могут предсказать результаты будущих ситуаций, и приходится иметь дело с событиями, которые имеют причины, объясняющие эти события лишь единожды.

4. *Религиозность.* Содержание этого фактора фокусируется на позитивных функциях религиозной веры. Религиозная вера и практика - черты, присущие всем культурным группам.

5. *Контроль судьбы.* Анализ тем, составляющих данный фактор, предполагает две основные темы: предсказуемость важных результатов и «предрешенность» того, что происходит в жизни. Некоторые пункты связаны со степенью веры людей в предсказуемость результатов их действий, в то, насколько люди могут сами воздействовать на эти результаты и формировать их [87, с.138].

Если соотнести теорию М.А. Хачатряна с теорией социальных аксиом К. Leung и М. Bond, то мы увидим, что социальные аксиомы занимают промежуточное положение между ценностями-концептами и ценностями-конструктами (таблица 2). Социальные аксиомы как и ценности-концепты существуют в виде не критично принимаемых убеждений (когниции), они могут в большей или меньшей степени быть осознанными и как ценности-конструкты регулируют поведение опосредованно.

Также социальные аксиомы и ценностные ориентации находится на пересечении двух больших предметных областей: мотивации и мировоззренческих структур сознания, однако ценности в отличие от аксиом носят двойственный характер – они социальные и индивидуальные по своей природе, тогда как аксиомы универсальны для большинства культур. Еще одно существенное отличие связано с тем, что ценности при определенных обстоятельствах достаточно динамичны по своей природе, тогда как социальные аксиомы ригидны.

Поскольку социальные аксиомы и ценностные ориентации находится на пересечении двух больших предметных областей - мотивации и мировоззренческих структур сознания, то соотнести эти два понятия можно также через теорию социальных представлений С. Московичи (концепция разработана при участии Ж. Абрика, Ж. Кодола, В. Дуаза, К. Херзлиш, Д. Жодале, М. Плона и др.). Ключевым понятием концепции является понятие социального представления, заимствованное из социологической доктрины Э.

Дюркгейма. Одним из устоявшихся определений понятия «социальное представление» является трактовка С.Московичи данного феномена как сети понятий, утверждений и объяснений, рождающихся в повседневной жизни в ходе межличностной коммуникации [88].

Согласно С. Московичи, социальные представления - это обобщающий символ, система интерпретации, классификации явлений. Именно здравый смысл, обыденные знания, folk-science, по мнению С. Московичи, открывают доступ к фиксации социальных представлений, это общественное обыденное сознание, в котором очень сложно взаимодействуют на уровне здравого смысла различные убеждения (отчасти иррациональные), идеологические взгляды, знания, собственно наука, раскрывающие и во многом составляющие социальную реальность [89].

Социальное представление необходимо человеку для того, чтобы «приручить» новую информацию, преобразовать «странное» и «незнакомое» в «понятное» и «знакомое». Эта необходимость обусловлена тем, что для человека характерна потребность в понимании смысла окружения, в соответствии с которым он выстраивает линию поведения. Только таким путем можно уменьшить опасность разрушения привычного хода вещей и осмыслить социальную реальность.

Социальные представления создаются коллективно и коллективно поддерживаются. Поскольку многие из самых фундаментальных представлений существуют в определенной культурной группе на протяжении довольно длительного периода времени, существует очень малая вероятность того, чтобы один индивид мог вызвать существенное изменение в социальных представлениях, превалирующих внутри этой группы. Социальные представления определяются:

- 1) семантическим содержанием;
- 2) общими ценностями и верованиями;
- 3) представлениями о взаимосвязи различных социальных категорий;
- 4) связью представления и конкретных социальных позиций человека [90].

Социальные представления – основной элемент группового сознания, в них выражено отношение определенной группы к тому или иному объекту. Поэтому социальное представление выражает не индивидуальное мнение человека, а его мнение как члена группы, класса, структуры. Группа играет определяющую роль в выработке социального представления. Возникает «двойная» социальная зависимость когнитивного акта: с одной стороны, социальное представление порождается группой, с другой - включается в систему социальных коммуникаций. Такая же «двойная» социальная зависимость характерна, для системы ценностей и социальных аксиомах [88, с.7].

С. Московичи обосновывал следующие пять функций социальных представлений:

1. Сохранение стабильности и устойчивости индивидуальной и групповой структуры сознания.

2. Интерпретация реальности.

3. Адаптация новой информации к уже имеющейся системе социальных представлений.

4. Опосредование и регуляция существующих отношений и поведения.

5. Смысловой синтез.

Изучая социальные представления в рамках разработки концепции социального мышления, К.А. Абульханова [90, с.91] выявила ряд различий полученных результатов и обобщении теории С. Московичи:

1) социальные представления носят не только социальный характер, но и личностный;

2) способ развития, индивидуации влияет на выбор социальных представлений и их оценку;

3) личность влияет на социальные представления и их социальную роль.

Опираясь на эти представления, мы составили модель соотношения ценностных ориентаций и социальных аксиом через соотношения их с социальными убеждениями (рисунок 3).



Рисунок 3 – Модель соотношения ценностных ориентаций и социальных аксиом

Как мы уже писали выше, по словам Г.Е. Залесского [75, с.28] убеждения, являются интегрирующим элементом механизма регуляции активности человека и им присущи одновременно и побуждающая, и когнитивная функции.

По нашему мнению теория социальных представлений носит обобщающий характер по отношению к таким понятиям как ценностные ориентации и

социальные аксиомы, включает функции и основные механизмы реализации и возникновения последних:

- «двойная» социальная зависимость – ценностные ориентации и социальные аксиомы социальны и индивидуальны по своей природе;

- определяются семантическим содержанием и смыслом;

- ценностные ориентации и социальные аксиомы универсальны для большинства культур;

- порядок организации ценностных ориентаций и социальных аксиом не исключает наличия противоречий;

- ценностные ориентации и социальные аксиомы существуют в виде не критично принимаемых убеждений (когниции), они могут в большей или меньшей степени быть осознанными (степень осознанности меняет после прохождения личностного кризиса);

- ценностные ориентации и социальные аксиомы находят свое выражение в деятельности и регулируют поведение опосредованно.

Вместе с тем, нам кажется убедительной позиция Ж.Б. Мамедовой, которая указывает на то, что ценностные ориентации обеспечивают целостность личности (связывая когнитивную и мотивационную сферы) и осуществляют психическую регуляцию социальной деятельности и поведения субъекта в социальной среде. В этой связи социальные аксиомы можно рассматривать как когнитивный интроецированный элемент ценностных ориентаций. Однако, данная функция - обеспечение целостности личности, посредством связки двух систем характерна только для зрелой личности, чья система ценностных ориентаций осознана, структурирована и апробирована жизненным опытом. Поскольку исследование сфокусировано на ценностных ориентациях молодежи, то социальные аксиомы и ценностные ориентации мы будем рассматривать как элементы социальных убеждений, не интегрированных в единую систему.

1.1 Система ценностных ориентаций в структуре личности

Студенческие годы являются одним из самых важных возрастных этапов, поскольку кроме получения профессионального образования в этот период совершается переход к взрослости, когда человек начинает активно выстраивать свой жизненный путь, апробируя различные жизненные стратегии, и становится субъектом жизни, обретая свой неповторимый индивидуальный стиль. Но движение в этом направлении драматично, так как сопряжено с дилеммой ценностного выбора и необходимостью осмысления индивидуального смысла жизни посредством сопоставления объективного и субъективного, личного и общественного. Молодым людям, как пишет В.Т.Лисовский [91], постоянно приходится решать, что ценнее: обогащение любыми средствами или приобретение высокой квалификации, обеспечивающей способность адаптироваться к новым условиям; отрицание прежних морально-нравственных норм или гибкость, приспособляемость к

новой действительности; безграничная свобода межличностных межполовых взаимоотношений или семья, как оплот успешного существования.

От осознания собственного отношения к образцам культуры и к предельным возможностям, сфокусированным в ценностях, зависит способность молодого человека проектировать будущее, оценивать «иное» и сохранять в памяти прошлое. Для правильного решения этой проблемы молодёжи необходимы устойчивые ценностно-смысловые ориентиры.

Формирование личности происходит в процессе присвоения культурно-исторического опыта и ценностей общности, в которую человек включён. Ценности в качестве общественных идеалов – это часть мировоззрения социальных общностей, выработанные общественным сознанием и присутствующие в нём обобщённые представления о совершенстве в различных сферах общественной жизни [92].

Система ценностных ориентаций определяет жизненную перспективу, «вектор» развития личности, являясь важнейшим его источником и механизмом, и является психологическим органом, связывающим в единое целое личность и социальную среду, выполняющим одновременно функции регуляции поведения и определения его цели. Ценности приобретают качества реально действующих мотивов и источников осмысленности бытия, ведущих к росту и совершенствованию личности в процессе собственного последовательного развития. Ценностные ориентации, являясь, таким образом, психологическим органом, механизмом личностного роста и саморазвития, сами постоянно развиваются и представляют собой динамическую систему. Система ценностных ориентаций личности, выполняющая одновременно функции регуляции поведения и определения его цели, связывающая в единое целое личность и социальную среду, является именно таким психологическим образованием [38, с.34].

При переходе от детства к взрослости следствие появления ценностного измерения жизненного мира человека является формирование системы жизненных планов, которые конкретизируют ведущие ценности в форме жизненных целей, разной степени четкости и детализированности [93].

Ж. Пиаже связывал развитие ценностных ориентаций личности с уровнями интеллектуального развития. Интериоризация моральных суждений, считал он, происходит у детей в результате взаимодействия развивающихся мыслительных структур с постепенно расширяющимся социальным опытом [59, с.335].

А.Н. Леонтьев выделяет интериоризацию в качестве важнейшего механизма формирования личностных ценностей и смыслов, понимая ее как процесс формирования внутренних структур психики человека благодаря усвоению структур внешней социальной деятельности, или преобразование структуры предметной деятельности в структуру внутреннего плана сознания [94]. Б.Г. Ананьев рассматривает интериоризацию как освоение общественного опыта и культуры, определенных позиций, ролей и функций. «Все сферы

мотивации и ценностей детерминированы именно этим общественным становлением личности» [66, с. 248].

Доктор психологических наук Н.Р. Салихова считает, что система ценностей задает содержание жизненного мира, и динамика жизненного мира личности может быть описана через изменение смысловых и ценностных содержаний как смена иерархии ценностей, появление новых личностных смыслов и ценностей, утрата прежних [95]. Ценностно-смысловая сфера личности выполняет функции регуляции жизни, обеспечивая координацию деятельности в различных сферах жизни и их соответствие системе жизненных отношений субъекта с миром [96].

В ценностно-смысловом содержании жизненного пространства в зависимости от смысловых типов ценностей выделяются различные ценностно-смысловые зоны, конфигурация которых задает его ценностно-смысловой рельеф. Содержание ценностно-смысловой зоны определяется содержанием ценности, а динамическая составляющая – ее смысловым типом.

Закономерности структурирования жизненного пространства личности в аспекте отражения расхождений между желаемым и возможным в отношении личностных ценностей, и сама возможность появления таких механизмов задается особой природой ценностей как аффективно-интеллектуальных образований, в которых как аффективная, так и интеллектуальная составляющие действуют как своего рода гиперобобщения, что отмечается многими авторами.

С одной стороны, ценности существуют в специфической форме обобщенных идей, кристаллизирующих культурно-исторический опыт человечества. С другой стороны, будучи присвоенной человеком в ходе его онтогенетического развития, идея структурирует и регулирует основные источники его побуждений, что соединяет ее с явлениями аффективно-потребностной природы, обобщением и средством означивания которых она становится. В силу высокого уровня обобщенности ценностей дать объективную оценку их доступности или реализованности в жизни принципиально невозможно. Регулятивная роль ценностей в жизнедеятельности сопряжена с необходимостью обнаружения и опознания содержания ценности в реальной действительности при соотношении идеи с чувственно-конкретными характеристиками реальных ситуаций и объектов. Поэтому ценности не всегда однозначно и прямо могут быть соотношены с конкретной жизненной ситуацией и «обнаружены» в ней, что обуславливает неопределенность при оценке их присутствия в жизни. На этой особенности ценностей основывается возможность психотерапевтического воздействия на человека, расширяющее, как это точно выразил Л. Лэнгле, его опыт «прикосновения к ценности» [60, с.109].

Ценностно-смысловой рельеф жизненного пространства обнаруживает возрастную специфику. Зафиксировано преобладание барьерных зон в юности, что отражает специфику внутренней позиции человека в начале взрослой жизни, связанную с расширением, завоеванием и освоением социального

пространства. В ранней взрослости происходит повышение реализуемости, а в периоды средней взрослости зафиксирована разнонаправленная динамика, зависящая от социокультурных и профессионально-деятельностных детерминант [97].

С изменениями внутренней позиции человека в системе жизненных отношений можно связать и обнаруженный нами факт изменения рельефа жизненного пространства внутри одного возрастного периода в зависимости от фазы развития личности в рамках стабильной социальной ситуации развития. Так, после вхождения в новую социальную ситуацию развития преобладают барьерные смысловые типы ценностей, а в рамках освоенной – реализуемые. Несмотря на то, что актуально человек еще может продолжать находиться в рамках освоенной социальной общности, подготовка к выходу из нее, и ориентация в своем внутреннем переживании на будущую перспективу, переход в новые социальные общности, для которых человек еще «не родился» и степень освоенности которых еще минимальна, также проявляется в преобладании барьерной и понижении реализуемой составляющей в процессах смыслообразования. Это означает, что конструкт барьерности-реализуемости схватывает те аспекты внутренней позиции личности, которые составляют ее субъективно переживаемую сторону, отражающую степень освоенности ею жизненного пространства [98].

Перенос этого принципа объяснения на показатели барьерности-реализуемости инструментальные ценности позволяет интерпретировать их как проявление освоенности или неосвоенности пространства собственного Я. Преобладание барьерности инструментальных ценностей, когда человек низко оценивает те качества, которые ему доступны, и высоко те, которые считает недоступными для себя, означает неосвоенность собственных личностных проявлений и свойств, тогда как сдвиг к полюсу реализуемости инструментальных ценностей – их освоенность. Эмпирически это было подтверждено на примере исследования жизненного выбора в юности, в котором было показано, что выбор в направлении значительных изменений жизненной ситуации и расширения жизненного пространства связан с преобладанием реализуемости инструментальных ценностей, а выбор в направлении «оставить все как есть» – с преобладанием их барьерности [99].

В случае преобладания реализуемости ценностей человек фокусируется на ближних планах жизненного пространства, сосредоточен на локальном и точном отражении того, что находится в пределах актуально реализуемых жизненных отношений и деятельностей, операционально-смысловых полей осуществляемых действий. В жизненное пространство включается то, что доступно и освоено, тогда как то, что недоступно, не присутствует в нем вовсе или находится на самой его периферии. Здесь внутреннее реализуется вовне и тем самым себя в обретенной предметности растворяет. Это обеспечивает погруженность человека в наличное жизненное пространство, отсекая все постороннее, вызывает субъективное ощущение его как просторного и освоенного. Человек психологически локализован в центре пространства, живет

«здесь и сейчас». Но при этом оно как будто очерчено невидимой границей, человек не стремится к его расширению, основной «фигурой» являются ближайшие зоны. Поэтому в описании этого жизненного пространства из позиции извне можно охарактеризовать его как центростремительное и закрытое.

В случае преобладания барьерности ценностей структурирование фигуро-фоновых соотношений жизненного пространства диаметрально противоположно. То, что доступно, не замечается и не ценится. При этом человек поглощен тем, что находится вне зоны доступного, ему кажется, что все основное в жизни и в мире находится не там, где находится он сам, а где-то в «прекрасном далеко». Здесь преобладает ориентация на дальние планы жизненного пространства, а ближние являются фоном. Образ мира при этом становится гораздо более объемным, но отдельные его сегменты воспринимаются менее точно, приблизительно. Поиск новых возможностей (именно как своих) требует соотнесения с внутренними критериями, поэтому в качестве «фигуры» выступают собственные чувства, желания, стремления, переживания. Можно говорить о субъективном ощущении жизненного пространства как тесного, замкнутого, пустого, субъективной локализации человека на его периферии, жизни «там и тогда» с ощущением, что «все еще только предстоит» или «все уже было». При описании этого жизненного пространства с позиции извне можно говорить о нем как центробежном, направленном на расширение, вовне [93, с.42].

Обобщение теоретических и эмпирических результатов позволило Н.Р.Салиховой утверждать, что параметр реализуемости личностных ценностей отражает работу функционального механизма, включенного в осуществление обратной связи в рамках регуляторного контура на уровне жизни в целом и опосредующего работу механизмов по выявлению и принятию решения о принятии/непринятии обнаруженного отклонения от жизненных целей. Осуществляя верификацию возникающих отклонений на соответствие глубинным ядерным структурам личности, данный механизм создает экзистенциальную установку на стабилизацию пространства жизни или на его изменение, которые модулируют восприятие жизненной ситуации субъектом, а преобладание полюса барьерности или полюса реализуемости ценностей представляет противоположные модусы работы данного механизма [93, с.44].

Установка на стабилизацию, соответствующая режиму реализуемости, действует в случае соответствия актуального состояния глубинным ценностно-смысловым структурам личности, то есть человек ощущает соответствие своей активности и ее результатов. В противоположном случае действует установка на изменение, соответствующая режиму барьерности, при котором и начальная цель, и появившиеся отклонения оцениваются субъектом как не соответствующие зоне ближайшего развития. Это происходит вследствие истощенности потенциала развития личности в той или иной смысловой реальности, когда отсутствуют приращение, новизна, и ни коррекция исполнения, ни отклоненный от цели результат не несут в себе новых

возможностей самореализации и саморазвития. Человек переживает жизненную ситуацию как не соответствующую его глубинному ценностно-смысловому ядру. Вследствие чего начинается смысловой поиск, создание и «примерка» к себе различных ценностно-смысловых содержаний как новых возможностей дальнейшей самореализации, что выражается в тенденции рассогласования параметров важности и доступности [95, с.187].

Важнейшей характеристикой системы ценностных ориентаций личности является ее многоуровневость и иерархичность. С точки зрения Я.Гудечек [100], система ценностных ориентаций имеет горизонтально-вертикальную структуру: горизонтальная структура включает упорядоченность ценностей по иерархии предпочитаемых и отвергаемых ценностей, вертикальная структура понимается как включение индивидуальных систем ценностей в систему ценностей общества в целом. Ранг той или иной ценности в системе ценностных ориентаций личности с точки зрения разных исследователей определяется по различным критериям: высота и сила ценности, зависящая от степени ее реализованности, степень личностной или общественной значимости.

В концепции С.С. Бубновой, наряду с принципом иерархичности выделяется принцип многомерности и нелинейности системы ценностных ориентаций, поскольку личностная значимость ценностей, являющаяся критерием иерархичности ценностной системы, включает в себя различные содержательные аспекты, связанные с влиянием разных типов и форм социальных отношений [101].

Исследуя проблему генезиса ценностных ориентаций, Д.А. Леонтьев [29, с.22] предложил концепцию трех форм существования ценностей, переходящих одна в другую:

- 1) общественные идеалы, выработанные общественным сознанием и присутствующие в нем обобщенные представления о совершенстве в различных сферах общественной жизни,
- 2) предметное воплощение этих идеалов в деяниях или произведениях конкретных людей,
- 3) мотивационные структуры личности («модели должного»), побуждающие личность к предметному воплощению в своей деятельности общественных ценностных идеалов.

Как отмечает Д.А. Леонтьев, эти три формы существования переходят одна в другую: общественные идеалы усваиваются личностью и в качестве «моделей должного» начинают побуждать ее к активности, в процессе которой происходит их предметное воплощение; предметно же воплощенные ценности, в свою очередь, становятся основой для формулирования общественных идеалов. То есть, процесс развития каждой личности характеризуется усвоением ценностей социальных общностей и их трансформацией в личностные ценности.

Формирование и развитие системы ценностных ориентации личности происходит одновременно в ряде процессов: согласно А.В. Петровскому [102],

в процессе персонализации, который включает в себя адаптацию (как присвоение индивидом социальных норм и ценностей); индивидуализацию (как утверждение ценностей своего «Я») и интеграцию (как снятие противоречий между ценностями личности и группы путем их трансформации).

Д.А. Леонтьев [29, с.23] описывает процесс интериоризации, как движение от ценностей социальных групп к личностным ценностям. В этом контексте социализация понимается им как усвоение ценностей социальных общностей, и их трансформация в личностные ценности (движение от структуры индивидуальной мотивации, основанной исключительно на потребностях, к структуре, в которой главенствующую роль играют ценности).

Л.В. Баева указывает, что «общий механизм образования ценности может быть представлен следующим образом: отношения субъекта и объекта – субъективное переживание – постижение смысла объекта, или наделение его таковым – выявление значимости объекта – утверждение ценности как синтеза этих превращений» [103].

В исследовании А.С. Шарова, выполненном под руководством В.Г. Леонтьева, выдвинуто положение о том, что в системно-структурной организации ценностно-смысловой сферы и регуляции проявляют себя две тенденции – дифференциации и интеграции. Целостная психологическая организация этих процессов, обеспечивающая выполнение тех или иных регулятивных функций, – и есть психологический механизм изменения ценностно-смысловой сферы [104].

М.С. Яницкий выделяет три основных процесса: адаптацию, социализацию и индивидуализацию, которые последовательно возникают в указанном порядке, повторяются на соответствующем новом витке личностного развития и отражают на своем уровне баланс влияния индивида и среды на формирование ценностей [105].

В юношеском возрасте, считает М.С. Яницкий, складывается собственное мировоззрение человека, создающее возможность формирования внутренней, автономной системы ценностей, поэтому юношеский возраст является решающим в плане формирования ценностной системы личности. В основе приобретения ценностной системой реально действующего характера, по мнению М.С. Яницкого, лежит осознание человеком личностного смысла своей жизни. Однако динамическая система ценностных ориентаций не останавливается на этом в своем развитии в период взрослости [30, с.89].

П.Ю. Тазов выделил 2 характерные доминанты ценностных систем, которые задают вектор формирования ценностной системы:

1. Адаптационная – все общественные цели и задачи реализуются для успешной адаптации в обществе. Не происходит глубокая интернализация ценностей и норм.

2. Интеграционная – социальное поведение основано на идентификации с определенными социальными общностями, ценности и нормы которых признаются ведущими.

Специфика выбора социальных моделей у молодого человека зависит как от его ценностной системы, так и от характера перспектив развития общества [106].

Б.И. Додонов подчеркивает роль эмоционального подкрепления в принятии социальных норм, указывая, что «ориентация человека на определенные ценности может возникнуть только в результате их предварительного признания (положительной оценки – рациональной или эмоциональной)» [107].

В качестве средовых факторов формирования индивидуальной системы ценностей Г.М. Андреева выделяет семью, школу, трудовой коллектив, выступающие как «трансляторы социального опыта», в которых личность приобщается к системам норм и ценностей [55, с.102].

Последовательность стадий развития системы ценностных ориентации личности представлена в «модели экологических систем» У.Бронфенбреннера. Согласно ей, жизненная среда человека представляет собой концентрически расширяющиеся системы, где предыдущая система включена в другую, более широкую систему: микросистема (например, мать), мезосистема (семья, школа, сверстники, соседи), экзосистема (расширенная семья, место работы родителей, средства массовой информации), макросистема (общество в целом, его законы, традиции и собственно ценности). Системы более высокого уровня влияют на нижележащие, таким образом, макросистема имеет воздействие на все другие уровни [108].

Проблема влияния на ценностные ориентации личности массовых информационных процессов ставилась исследователями давно (Ю.А.Шерковин, А.В. Шариков и Э. А. Баранова, Матвеева Н.А., др.). Данная проблема приобрела особую остроту в последнее десятилетие в связи с расширением сети Интернет. М.С. Яницкий считает, что современные СМИ не столько формируют, сколько лишь закрепляют ценностные предпочтения, поскольку неограниченный выбор канала получения, формы и содержания информации обусловлен уже имеющимися ценностями [30, с.95].

Д.О. Ерохин рассматривает в средства массовой коммуникации в качестве фактора формирования ценностей человека. В пользу этого вывода свидетельствуют данные о роли средств массовых коммуникаций в качестве одного из наиболее весомых источников психологического воздействия, оказываемого на современного человека – как на индивидуальном уровне, так и в масштабе больших социальных групп. Автором создана концепция трехуровневого коммуникативного воздействия медийных сообщений на систему ценностей индивида. Эти три уровня трансформации соответствуют основным компонентам ценностных ориентаций: мотивационному, когнитивному и волюнтативному (установочно-поведенческому). Соответственно этим трем уровням влияние на систему ценностей происходит при восприятии индивидом образов, значений и ролевых моделей, содержащихся в сообщениях, транслируемых через средства массовых коммуникаций [109].

Категорию субъективных психологических факторов формирования ценностей составляют, прежде всего, особенности мотивационно-потребностной сферы и личностные характеристики [110]. Формирование личностных ценностей происходит во взаимосвязи с различными личностными свойствами. Люди с разными характеристиками личности по-разному адаптируются, изменяют свои приоритеты и личностные ценности. Обобщая результаты различных исследований, Н. А. Журавлева выделяет некоторые группы личностных характеристик, оказывающих влияние на формирование личностных ценностей: конформизм/нонконформизм, внушаемость, самоконтроль; активность, энергичность; волевые качества, решительность; уровень притязаний личности; мотивация достижения: стремления к успеху и избегание неудачи; направленность на дело, на взаимодействие с другими людьми, на себя; стрессоустойчивость; гибкость/ригидность; интеллект, особенности мышления, обучаемость [111].

Родительская семья как источник формирования ценностей, установок и норм поведения исследована наиболее широко. М.С. Яницкий, обобщая данные различных авторов, приводит перечень основных факторов, опосредующих влияние семьи на формирование системы ценностей личности. Это структура семьи (полный или неполный состав, наличие братьев и сестер, старших, родителей); типы воспитания и стили родительского поведения; конфликтный или неконфликтный характер взаимоотношений между родителями; социальный статус, уровень образования и доходов родителей; социокультурные, религиозные и этнические корни семьи [30, с.58].

Т.И. Шнуренко [45, с.23] в своем диссертационном исследовании отследила динамику ценностных ориентаций студенческой молодежи в условиях межпоколенной приемственности. В ходе исследования были выявлены особенности механизма приемственности:

-формирование ценностной системы младшего поколения не может осуществляться иначе, как исходя из системы ценностей старших поколений;

-механизмом передачи устойчивых элементов опыта от поколения к поколению выступают базовые ценности, которые преемник узнает и усваивает, часть из них отвергает, и на основании творчески осмысленного, молодое поколение создает новые ценности;

-механизм приемственности предполагает противостояние и конфликт поколений на ценностном уровне;

-процесс приемственности поколений может носить как осознанный, так и неосознанный характер. Его структура характеризуется непрерывностью, последовательностью, поступательностью, относительным постоянством, отклонением от однозначной ретрансляции, творчеством и инновациями.

В ходе исследования автором выявлено, что ценностное поле старшей, средней и младшей поколенных групп одновременно содержит базовые ценности традиционной русской культуры, идеологизированные ценности советской эпохи и либеральные веяния последних десятилетий. Большинство представителей исследуемых поколенных групп интегрированы в современное

общество и сохраняют лишь элементы приверженности к традиционному типу культуры.

Выявлены ценности, которые объединяют различные поколения. Среди них: альтруизм, доброта, помощь и милосердие к другим людям, жизненная активность, авторитет, пренебрежение к богатству на уровне традиции и значимость высокого материального благосостояния на уровне поведения.

Дифференцируют поколения ценности достижения, стимуляция, конформность, роскошная жизнь, известность и популярность.

Культурной спецификой механизма преемственности является «двойной стандарт», проявляющийся в том, что младшее поколение, усваивая ценности старших поколений, наряду с содержанием ценностей, усваивает и расхождение между декларируемыми ценностями и реальной структурой ценностей. Особенности действия механизма межпоколенной преемственности ценностных ориентаций в современной России заключаются в том, что, несмотря на глубокие системные трансформации, которые происходят в России, ценностные ориентации русских тяготеют к сохранению своего базового ценностного компонента, который является механизмом передачи устойчивых элементов ценностной системы от поколения к поколению.

На уровне нормативных идеалов сохраняется ценностная преемственность, выявлен непрерывный ценностный процесс, идущий от старшего поколения к среднему и младшему поколениям. Отмечается преемственность ценностей от старшего поколения к средней поколенной группе, и меньшая ценностная связь между старшим поколением и младшим поколением [45, с.24].

По мнению Н. Хоува и У. Штраусса, основополагающие ценности людей меняются через определенное количество времени и напрямую зависят от одних и тех же событий, которые эти люди пережили (политических, экономических, социальных, технологических), а также от принципов их воспитания. Ценности, сформированные до 12–14 лет, являются подсознательными и порой неявными для их обладателей, но в течение всей жизни каждое поколение неизбежно живет и действует под их влиянием. Разница этих ценностей может порождать трудности коммуникации между представителями разных поколений в социуме [112].

В рамках своей концепции авторы выделяют шесть поколений, живущих сегодня: «The G.I. Generation», «The Silent Generation», «The Boom Generation», «Generation X», «The Millennial Generation», «The Homeland Generation». Теория, построенная на этой классификации, действительна относительно для всей популяции людей.

Российский ученый психолингвист Евгения Шамис в своем проекте «RuGenerations» [113] адаптировала теорию поколений для стран СНГ. Согласно ее версии получилось следующее описание поколений:

1. Поколение GI (поколение Победителей). Годы рождения: 1900–1923. События, повлиявшие на формирование ценностей: революции 1905 и 1917 гг., массовые переезды из деревень в города, коллективизация, электрификация. Ценности: готовность к переменам и вера в светлое будущее, трудолюбие,

ответственность, приверженность идеологии, семейные традиции, категоричность суждений.

2. Молчаливое поколение. Годы рождения: 1923–1943. Терпеливое, исполнительное, привыкшее выживать поколение получило свое название за неукоснительное соблюдение норм и законов. Их ценности, формировавшиеся в период Второй мировой войны – это преданность, соблюдение правил, честь, терпение.

3. Поколение беби-бумеров, названное так по причине произошедшего в послевоенные годы бума рождаемости (1943–1963 гг.). События, повлиявшие на формирование ценностей: победа во Второй мировой войне, полет Ю.А. Гагарина в космос, введение единых стандартов обучения в школах и гарантированного медицинского обслуживания. Их ценностями стали: оптимизм, достижение высокого результата, заинтересованность в личностном росте и, в то же время, коллективизм и командный дух.

4. Поколение X (Неизвестное поколение). Годы рождения: 1963–1983. События, сформировавшие ценности: продолжение «холодной войны», перестройка. Ценности: готовность к изменениям, возможность выбора, глобальная информированность, самостоятельность, равноправие полов, неформальность взглядов, поиск эмоций, прагматизм, вещизм, высокий уровень материальных амбиций. Ключевыми понятиями являются деньги и вещи.

5. Поколение Y (поколение Миллениум). Годы рождения – 1983–2003. Их ценности продолжают формироваться до сих пор. События, повлиявшие на формирование ценностей: распад СССР, теракты, развитие цифровых и биотехнологий. Ценности: свобода, fun (веселье), результат как таковой. В систему ценностей этой группы уже включены такие понятия, как гражданский долг, мораль, ответственность, но при этом психологи отмечают их наивность и умение подчиняться. На первый план для поколения Y выходит немедленное вознаграждение. Ключевое понятие – успех [113].

Опираясь на эмпирические данные и проведенный теоретический анализ проблемы ценностных ориентаций, казахстанский психолог Д.Т. Ихсанова [114] предложила модель развития ценностных ориентаций. Модель развития ценностных ориентаций построена на основе интегративного подхода в психологии (В.В.Козлов) и с учетом выявленных особенностей развития ценностной сферы студентов. Разработанная автором модель предполагает три уровня развития ценностных ориентаций в процессе интеграции (рисунок 4).

Первый уровень – осознание индивидом ценностных ориентаций. Осознание ценностных ориентаций служит первым толчком к овладению новыми вариантами поведения. Однако само по себе осознание ценностных ориентаций не является достаточным условием для реального изменения поведения. Такое осознание может служить лишь первым этапом. Истинное осознание становится очевидным тогда, когда новые элементы поведения освоены личностью и, соответственно, становятся произвольными и осознанными.

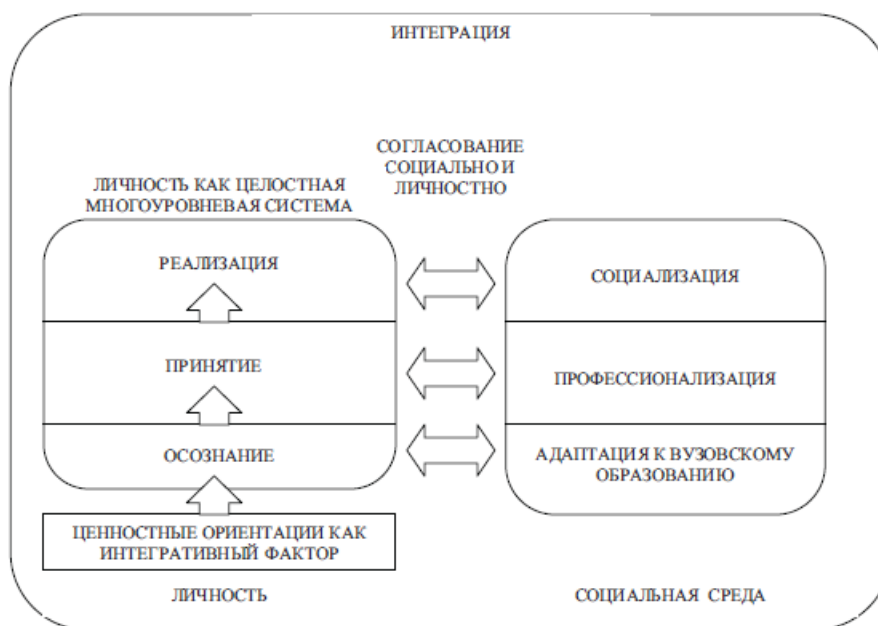


Рисунок 4 – Интегративная модель развития ценностных ориентаций

Первый уровень – осознание индивидом ценностных ориентаций. Осознание ценностных ориентаций служит первым толчком к овладению новыми вариантами поведения. Однако само по себе осознание ценностных ориентаций не является достаточным условием для реального изменения поведения. Такое осознание может служить лишь первым этапом. Истинное осознание становится очевидным тогда, когда новые элементы поведения освоены личностью и, соответственно, становятся произвольными и осознанными.

Второй уровень реализации модели – принятие личностью ценностных ориентаций. После процесса осознания ценностных ориентаций личностью следующим этапом является принятие собственных ценностных ориентаций. В ходе подобной трансформации происходит принятие ответственности на себя. Позитивная акцентуация приобретенного опыта способствует формированию установки на принятие неудачи. Для формирования подобной установки необходимо обратить внимание на развитие большого числа ролей и целей индивида. Принятие ценностных ориентаций предполагает включение новых стратегий реагирования и интеграцию общечеловеческих ценностей в личностные. Принятие ценностных ориентаций – ключевой момент для возможности изменений. На этом этапе часто возникает большое число трудностей. Принятие личностью ценностных ориентаций предполагает построение иерархии ценностей.

Третий уровень – реализация ценностных ориентаций личностью. На этом этапе основной упор делается на закрепление новых поведенческих паттернов, отработку умений самоанализа ценностных ориентаций и способы реализации своего потенциала. В процессе реализации ценностных ориентаций, происходит дальнейшее становление и развитие личности в зависимости от характера взаимодействия индивида с окружением. Так, реализуя ценностные

ориентации, в постоянно меняющихся условиях, индивид не только усваивает новый опыт, но воспроизводя, изменяет социальные отношения.

Следовательно, ценностные ориентации представляют собой осознанные, усвоенные и принятые индивидом социальные нормы и ценности, которые выступают в качестве целей жизни и средств достижения этих целей [3, с.29].

Таким образом, в развитии системы ценностных ориентаций личности исследователи выделяют ряд особенностей. Ценностные ориентации аффективно-интеллектуальный обобщенные образования, организованные в динамическую систему, которая определяет жизненную перспективу, «вектор» развития личности, являясь важнейшим его источником и механизмом, психологическим органом, связывающим в единое целое личность и социальную среду, выполняющим одновременно функции регуляции поведения и обеспечивая координацию деятельности в различных сферах жизни.

Ценностно-смысловой рельеф жизненного пространства имеет возрастную специфику. Отмечено преобладание барьерных зон в юности, что отражает специфику внутренней позиции человека в начале взрослой жизни, связанную с расширением, завоеванием и освоением социального пространства. В ранней взрослости происходит повышение реализуемости, а в периоды средней взрослости зафиксирована разнонаправленная динамика, зависящая от социокультурных и профессионально-деятельностных детерминант.

Показатели барьерности-реализуемости инструментальные ценности говорят о степени освоенности или неосвоенности пространства собственного Я. Преобладание барьерности инструментальных ценностей, когда человек низко оценивает те качества, которые ему доступны, и высоко те, которые считает недоступными для себя, означает неосвоенность пространства собственного Я, тогда как сдвиг к полюсу реализуемости инструментальных ценностей – их освоенность. В случае преобладания реализуемости ценностей человек фокусируется на ближних планах жизненного пространства, «здесь и сейчас»

Формирование и развитие системы ценностных ориентации личности происходит одновременно в ряде процессов:

- социализация;
- интериоризация (адаптация);
- индивидуализация;
- дифференциация и интеграция.

По мнению С.А. Беличевой, в качестве механизмов интериоризации внешних групповых норм и ценностей в детстве преобладают внушение, подражание и идентификация. По мере роста и развития ребенка начинают преобладать другие механизмы социализации – референтные группы, престиж, авторитет.

Однако, формирование ценностных ориентации личности в процессе социализации, несмотря на осознанность усвоения ценностей социальной среды, не подразумевает самостоятельной выработки собственных внутренних

ценностей. В связи с этим ряд авторов противопоставляют процессу социализации процесс индивидуализации, который может быть определен как отдельный, наиболее «вершинный» по сравнению с адаптацией и социализацией процесс развития системы ценностных ориентации личности. Согласно М.С. Яницкому индивидуализация понимается как процесс формирования автономной системы ценностей. В зарубежной гуманистической психологии данный процесс обозначается как внутренний рост или развитие, осуществление личностного смысла, самоактуализация.

1.2 Современные исследования ценностных ориентаций в психологии

Проблема ценностных ориентаций современной молодежи в реформируемом обществе, их содержание и тенденции изменений на протяжении длительного времени неизменно остается актуальной. В силу особой восприимчивости и высокой социальной мобильности студенческой молодежи возникновение новых ценностных ориентаций и девальвация прежних затронули эту переходную социальную группу в большей степени, чем другие слои общества [115].

Стремительное разрушение общественных идеалов (С. С. Фролов) породило атомизацию молодежных субкультур, ценности и нормы в которых, как правило, стали связаны с независимостью и максимальной свободой самовыражения, настороженностью к другим субкультурам и социальным общностям. Хаос и неупорядоченность, отсутствие социальной политики на телевидении привело к тому, что большая часть молодежи стала усваивать «агрессивные» ценности и нормы массовой культуры. В то время как ценности и нормы поколения «отцов» многими стали восприниматься как архаичные, не прошедшие проверку рыночных изменений. Ценности и нормы, позволяющие успешно достичь материальных благ, наоборот, стали получать поддержку молодежи (ценности деловой активности, наличие связей с нужными людьми). Преемственность и разрыв поколений в конце XX – начала XXI века связаны с переходом к постмодернизму, к обществу растекающейся модернити, по З. Бауману. Традиционные ценности семьи и работы продолжают оставаться главными, но меняются способы достижения этих ценностей, их мотивационные основания. В условиях кризисного общества, экономического, социального риска усиливаются индивидуалистические модели [106, с.39].

Множество работ посвящено исследованию формирования ценностей у молодежи, причем как в российской и казахстанской психологической науке, так и зарубежной.

Так, в работах Н.Р. Вдовиной и Н.В. Рогавы описаны особенности нравственных ценностей у студентов, а также прослеживается их динамика в течение нескольких лет. Проблемам профессиональных ценностей в трудовой деятельности молодежи посвящены исследования С.А.Войтович, Е.И. Головахи, И.П. Прокопьева и А.А. Табунса. Исследованиям отдельных ценностей у молодежи посвящены работы В.Ф. Овчинникова, И.А.Добрынина и Т.Б. Барановой.

А.П. Вардомацкий [116] анализирует результаты европейских исследований ценностных ориентаций у молодежи в 26 странах Европы, отмечает отход молодежи от традиционных ценностей общества, а также увеличения веса нравственных ценностей в структуре ценностных ориентаций.

Под руководством В.Н. Кунициной [117] было проведено исследование структуры ценностей у студентов факультетов психологии и журналистики ЛГУ. У студентов различных факультетов было обнаружено совпадение структуры терминальных ценностей и различия в структуре инструментальных ценностей. Студенты-психологи выше ценят терпимость к взглядам других людей, самоконтроль, журналисты же отдают предпочтение исполнительности, аккуратности, твердости воли, смелости в отстаивании своего мнения. Будущие журналисты выше оценили ориентации на профессиональный успех и социальное поведение. Таким образом, на структуру ценностей откладывает отпечаток представление о будущей профессии, стереотип профессиональной деятельности.

Исследования ценностных ориентации студенческой молодежи, проведенные Е.А. Скриптуновой и А.А. Морозовым [118], говорят о том, что в каждый третий студент включает в них наличие «хорошей семьи».

Исследования В.Т. Лисовского [119] обнаруживают высокую ориентацию значительной части первокурсников на брак в студенческие годы, которая сохраняется в процессе всего обучения, причем среди девушек она распространена сильнее, чем среди юношей. Доминирующее место в структуре ценностных ориентации студентов занимают психологическая и репродуктивная функции. Так, в частности, для девушек большое значение имеют моральная поддержка партнера, быт, экономические факторы.

Е.А. Васина [120] изучала ценностные ориентации в юношеском возрасте в зависимости от особенностей личности. Автор подчеркивает ориентацию в этом возрасте на общение, творческую деятельность. Выявлена динамика ценностей в возрасте от 13 до 24 лет и кризисные годы, когда происходят переструктурирования в системе ценностных ориентаций, изменение количества и тесноты связей ценностей с особенностями личности. В работе подчеркивалось увеличение с возрастом зависимости системы ценностей от личных особенностей. Работа Е.А. Васиной является одной из немногих, где изучались половые различия в системе ценностных ориентаций. Наиболее значимыми для них оказались ценности аффилиации, доверительных отношений, традиционные терминальные ценности.

Исследования Ч. А. Шакеевой показали, что любимая работа и приятное времяпрепровождение имеют одинаковую значимость. Результаты ее обследования показали, что ценность «здоровье» представлена как главная и доминирующая у студенчества и молодых предпринимателей, у безработных же «здоровье» находится по значимости лишь на седьмом месте. Здесь прослеживается явная положительная связь между отношением к своему здоровью и социальным положением личности.

Для мужчин доминирующими ценностными ориентациями являются (по убыванию значимости): крепкое здоровье, хорошие и верные друзья, семейное счастье. Эти три ценности по своей выраженности идут с большим отрывом от всех остальных изученных ценностей. Весьма интересны также данные о равноценности для мужчин таких ценностей, как любимая работа и приятное времяпрепровождение.

У женщин на первое место выступает ценность крепкого здоровья. Далее безоговорочно идет ценность семью, семейного счастья. Названные две ценности являются доминирующими со значительным отрывом от остальных ценностей. В круг значимых ценностей женщин можно также включить веселое времяпрепровождение и материальную обеспеченность. На последних местах в системе ценностей оказались такие понятия как чувство долга, чистая совесть, развитие своих способностей [121].

Исследование автора выявило любопытную тенденцию. Так среди киргизских девушек, для которых роль семьи очень важна, определенную ценность представляют высокая руководящая должность, наличие славы и популярности. У мужчин кыргызов, напротив, эти ценности занимают очень и очень низкую позицию.

Настораживает то, что, по данным этого автора, на последних местах находятся такие ценности, как чувство долга, чистая совесть, развитие своих способностей [122].

В исследовании Е.П. Белинской, проведенном в 2001 году на обширной выборке российской молодежи в возрасте от 18 до 35 лет с применением методики Шварца, показано наличие у респондентов амбивалентной структуры ценностных предпочтений, характерной для периода социальной нестабильности. Взаимодополняющие, согласно концепции Шварца, ценностные типы оказались на разных полюсах (сильная выраженность ценности достижения при слабой значимости ценности власти, сочетание ценностей сохранения с ценностями изменения). Кроме того, ценности общности (традиции, конформность) по этим данным оказались выражены у молодых людей в минимальной степени, что рассматривается автором как автономизация человека от власти традиций и авторитетов. Достаточно сильно выраженными оказались также противоположные ценности – безопасность и достижение [123].

Я.С. Сунцова в ходе эмпирического исследования выявила рассогласованную структуру социальных и культурных ценностей, что свидетельствует о скрытой дихотомии между культурой и обществом. Результаты анализа различий между показателями в группах испытуемых юношеского возраста с различной структурой ценностных ориентаций показали, что согласованная/рассогласованная структура ценностных ориентаций связана с социально-психологическими свойствами личности. Студенты с согласованной структурой ценностей являются конформными в отношениях с другими, что, вероятно, позволяет им принимать и понимать друг друга. В группе студентов с рассогласованной структурой ценностей

наблюдается отказ от культурных черт, которые значимы, но неадаптивны. По результатам исследования такими чертами являются: честность, аккуратность, при этом особое значение приобретают широта взглядов, свобода, образованность [76, с.56].

А.В. Капцов выявил и описал гендерные различия в личностных ценностях молодежи. Для женской выборки наиболее сильными факторами личностных ценностей являются практичность и конформизм. В то же время в мужской выборке, при явной нелинейности влияния личностных качеств на ценности, эти факторы являются не столь доминирующими, а наиболее действующим является добросовестность. Ни в одну из моделей статистически значимо не вошла сердечность, доброта, так же, как и доминантность [110, с.119]. В ходе исследования установлено, что приоритет системы терминальных ценностей над инструментальными взаимосвязан с уровнем самодетерминации, со смысложизненными ориентациями и особенностями ситуативного поведения личности.

Н.Р. Салихова в диссертационном исследовании выявила, что ценностно-смысловой рельеф жизненного пространства обнаруживает социокультурно-, возрастно-, гендерно-, профессионально обусловленную специфику. Зафиксировано преобладание барьерных зон в юности, повышение реализуемости в ранней взрослости и разнонаправленная динамика в период средней взрослости, зависящая от социокультурных, гендерных и профессионально-деятельностных детерминант. Ценностно-смысловой рельеф жизненного пространства меняется внутри одного возрастного периода на разных фазах развития в рамках стабильной социальной общности: при вхождении в новую социальную общность и подготовке к выходу из освоенной социальной общности преобладают барьерные, а в рамках освоенной социальной общности - реализуемые зоны. В целом, реализуемость терминальных ценностей отражает большую освоенность жизненного пространства личностью, тогда как барьерность, напротив, его неосвоенность. Гендерная специфика выражается в преобладании в ценностно-смысловом рельефе жизненного пространства барьерных ценностно-смысловых зон у женщин и реализуемых - у мужчин. Смысловой тип отдельных ценностей содержательно связан с принадлежностью человека к той или иной профессиональной группе. Он зависит от профессионально заданной специфики образа жизни и деятельности и от профессионально обусловленных убеждений [79, с.43].

Гипотеза о различиях в иерархиях ценностей студентов светских и духовных учебных заведений проверялась в исследовании М.М. Далгатова с соавтр.. Установлено, что в структуре ценностей студентов исламских высших учебных заведений большую значимость имеет семья, в целом преобладают духовные ценности, а наименее значимыми являются ценности, связанные с материальными благами и жизненными удовольствиями. Для студентов светских высших учебных заведений наряду с доминированием ценности семьи приоритетным является материальная обеспеченность и личный успех в жизни,

которые рассматриваются как условия семейного благополучия. Ценности творчества и получения удовольствия не значимы [124].

Я.В. Ковальчук проанализировала особенности выбора ценностей в современных субкультурах (панки и классические музыканты) молодежи. Ценностный выбор индивидуального профиля в субкультурах позволяет проследить динамику развития не только внутренних качеств личности, но и ее ориентацию в пространстве реальности и творческой активности. Согласованный выбор ценностей у панков и музыкантов представлен по ценности интерес к музыке, который имеет равные высокие показатели. Музыканты имеют ярко выраженную направленность на духовные ценности и личностное развитие, у панков, наоборот, большое значение придается общению, развлечениям и стремлению к отстаиванию своей независимости. Субкультура панка патриотична по своей сути, активные протестные движения их носят яркий, агрессивный характер [125].

С.В. Морозова показала, что студенты, вне зависимости от профессиональной направленности их подготовки, на первые места в иерархии терминальных ценностей поставили следующие: «Здоровье», «Любовь» и «Наличие хороших и верных друзей». В целом по выборке субъективно не значимыми ценностями для студентов являются ценности «Равенство» и «Удовольствия». Анализ результатов предпочтений студентов в выборе ценностей–средств показывает, что доминирующими ценностями при этом выступают: «Жизнерадостность», «Воспитанность», «Образованность», «Честность», «Широта взглядов», «Твердая воля» и «Аккуратность». Практически незначимыми инструментальными ценностями признаются: «Непримиримость к недостаткам в себе и других», «Высокие запросы». Для студентов, ориентированных на ценности профессиональной самореализации, характерны гибкость мышления, чувствительность, самостоятельность и независимость суждений, прямолинейность, уверенность в себе. Для студентов обеих направленностей характерна динамика ценностей «смысла жизни» и смысложизненных ориентаций [126].

Е.Т. Матюх показал, что находясь в условиях социального риска, молодые люди обращаются за помощью к близким (родителям, друзьям), происходит укрепление духовных связей, возрастает ценность таких понятий, как «семья», «дружба». Ранние браки приобретают не только спонтанный характер, так как чаще всего молодые люди сознательно стремятся к созданию семьи, чтобы укрыться там от фрустрирующего воздействия общественных процессов. В исследовании также было выявлено, что ранее студенты не задумывались над собственной системой ценностей, не подвергали ее рефлексивному анализу. В свою очередь такая внутренняя позиция способствует тому, что человек становится все более управляемым извне и поддающимся внешним манипуляциям [127].

Ю.И. Авадэни, О.М.Куликова и В.А. Радионова исследуя ценности студентов, с применением технологии Data Mining показали, что большинство студентов обладают устойчивым ценностным ядром, наиболее значимой

ценностью является здоровье. Гендерные особенности проявляются в оценке сфер общественной жизни. Так, у женщин-студенток преобладают терминальные ценности, а у мужчин-студентов - инструментальные. Женщины больше ценят достижения и сохранение собственной индивидуальности. Мужчины, в отличие от них, оценивают больше ценность материального благополучия [128].

В рамках изучения ценностных ориентаций молодежи, за последние 10 лет психологами была проведена плеяда кросскультурных и этнопсихологических сравнительных исследований. К таким исследованиям относятся работы В.С. Магуна, М.Г. Руднева, А.С. Ахметовой, Н.Р.Салиховой, Н.Т. Чолпонкуловой, Ч.Б.Исаковой, А.Г. Хайбулаевой, З.М.Гаджимурадовой и др. В Казахстане среди ряда работ в данном направлении особенно следует выделить исследования Д.Т. Исхановой.

К.А. Мухамбетова и Д.Д. Кунантаева своим исследованием показали, что ядро жизненных ценностей у респондентов двух стран занимают одни и те же категории: здоровье, любовь и верные друзья; в этой же группе располагается ценность материальное благополучие. Авторы считают, что представители российской молодежи материальное благополучие рассматривают в тесной связи с интересной работой, которая и выступает источником первого. Для казахстанцев материальное благополучие рассматривается несколько в иной плоскости. Условно нижняя диада интересная работа, свобода для россиян может быть рассмотрена как свидетельство усвоения на эмоциональном и когнитивном уровне новых – западных – ценностей. В то же самое время у казахстанских участников опроса эти позиции занимают такие ценности, как счастливая семейная жизнь, жизненная мудрость [129].

З.М. Гаджимурадова в результате исследования смысложизненных ценностей дагестанской молодежи установила, что она выделяет в виде главной ценности «обширные знания» и «стремление выполнять высокооплачиваемую и интересную» работу. Наряду с этим выделяются еще две предпочитаемые цели-ценности – «иметь свою семью» (обязательно двоих или более детей) и «зарабатывать много денег». Примечательно, что деньги рассматриваются как средство реализации значимых жизненных планов – «обеспечить старость своих родителей», «помочь своим близким и родным (сестрам, братьям)», «обеспечить материально свою семью», «обеспечить будущее своих детей», «занять должность», «построить свой дом, купить машину», «стать самостоятельным и независимым», «путешествовать по разным странам». Исследователь справедливо отмечает, что «интересная и высокооплачиваемая» работа возможна лишь в том случае, когда человек профессионально подготовлен, имеет хорошее образование. Проблема, однако, состоит в том, что профессиональный и карьерный рост далеко не всегда увязывается в представлениях молодежи с образованностью и профессионализмом. Не случайно стремление «занять должность» обусловлено наличием денег, они взаимосвязаны в сознании дагестанской молодежи и не только её. Как показали

результаты этих исследований, ценность знаний носит для дагестанской молодежи больше декларативный характер [130].

Л. В. Карпушина и Р. Г. Акоюн провели сравнительное исследование личностных ценностей представителей русского и французского этноса. Авторами обнаружены различия в личностных ценностях гуманистической направленности между группами французов и русских. Такие гуманистические ценности как духовное удовлетворение, социальные контакты, сферы профессии и образования у французских девушек выражены в большей степени, чем у русских девушек, что может их охарактеризовать как самостоятельных, более гуманных и лояльных к другим людям. Полученные количественные данные по результатам тестирования русских и французов (мужчин) могут свидетельствовать и о том, что представители французской группы меньше склонны к проявлению творчества и проявления себя в сфере семьи и общественной жизни по сравнению с представителями русской группы. Но справедливости ради следует отметить, что французские юноши не игнорируют обозначенных сфер и ценностей. Средние показатели означают, на взгляд авторов, лишь сдержанность в их проявлении [131].

В.С. Магун, М.Г. Руднев провели международное сравнение базовых ценностей с помощью портретного ценностного вопросника (Portrait Values Questionnaire) Ш. Шварца. В ходе межстрановых сопоставлений авторы выявили сходства и отличия российской молодежи от ее сверстников в других европейских странах по базовым ценностям. Показано, что наиболее многочисленные отличия от сверстников из других европейских стран имеются у молодых россиян по трем ценностям: россияне сильнее, чем большинство европейцев, привержены ценностям самоутверждения и слабее – ценностям гедонизма и заботы о людях и природе. Положение российской молодежи на фоне сверстников из других европейских стран более смещено в сторону ценностей открытости изменениям и самоутверждения. И наоборот, положение пожилых россиян (на фоне их зарубежных сверстников) более смещено в сторону ценностей сохранения и заботы о людях и природе.

Полученные авторами результаты свидетельствуют об изменчивости ценностных характеристик общества на протяжении сравнительно короткого временного периода и не подтверждают распространенных представлений о неизменности российских ценностей как элементов устойчивой «культурной матрицы», «культурного генотипа», «российского архетипа», «менталитета» и т.п. [132].

Д.Т. Исханова в диссертационном исследовании показала, что с переходом на более высокие уровни развития системы ценностных ориентаций (от осознания к принятию и затем к реализации) усиливается согласование социально - и лично значимых ценностей. Большая часть студентов характеризуется актуализированностью ценностей: они разделяют ценности самоактуализирующейся личности, что свидетельствует о стремлении к личностному росту, гармоничному развитию и здоровым отношениям с людьми. В системе терминальных ценностей от первого к четвертому курсу

усиливается роль таких ценностей, как творчество, здоровье, развитие, познание и счастливая семейная жизнь. Среди инструментальных ценностей возрастает значимость ответственности и образованности. Наряду с позитивными тенденциями экспериментально выявлены и некоторые недостатки в развитии ценностных ориентаций студентов. У значительной части система ценностных ориентаций характеризуется недостаточной определенностью и структурированностью. Имеют место затруднения в расстановке приоритетов внешних и внутренних механизмов функционирования ценностных ориентаций; недостаточное понимание ценностно-смысловых связей в картине мира [114, с.25].

Ж.К. Айдосова, Д.Б. Ахметова и А.М. Ким в исследовании ценностных ориентаций студентов выявили преобладание ориентации на ценность социализации (60%), на втором месте находятся ценность адаптации (33%) и на последнем месте – ценность индивидуализации (7%), что относится к конвенциональному уровню развития моральных суждений и ценностей [133].

Н.К. Сатыбалдина, Р.Ж. Ургалиев описали гендерные особенности жизненных ценностей современной молодежи. Авторами сделан ряд интересных для нас выводов. Молодые люди с фемининным типом гендерной идентичности направлены на следование обычаям и традициям, уважение к ним и их принятие. Тогда как у молодых людей с маскулинным типом гендерной идентичности значительно сильнее выражено стремление к достижению личного успеха через проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами [134].

Проведенный анализ факторных структур представителей казахской и русской выборок позволил О.Х. Аймаганбетовой и Л.С. Альжановой сделать ряд выводов: в выборке юношей-казахов выявлена установка на семью как на терминальную ценность. Представители казахского этноса характеризовались готовностью к пониманию чужой точки зрения, к уважению вкусов, обычаев и привычек, терпимостью к другим взглядам и мнениям. В выборках казахов, как юношей, так и девушек выявлена творческая направленность личности, стремление к самореализации и личностному росту, к профессиональной самореализации. Для достижения своих жизненных целей казахи, как юноши, так и девушки, старались реализовывать такие качества, как трудолюбие, исполнительность, дисциплинированность. Для них также характерна потребность в эмоциональной поддержке со стороны окружающих.

Выборка русских юношей и девушек отличалась активным стремлением к самореализации, самодостаточности, уверенностью в своих силах и возможностях, свободой от внутренних противоречий и сомнений, умением принимать рациональные решения, стремлением к общественному признанию, высоким уровнем притязания. Итак, результаты проведенного исследования ценностных ориентаций показали наличие особенностей в групповых представлениях студенческой молодежи о системе значимых и ведущих ценностей, определяющих этническое своеобразие казахского и русского этносов [135-138].

Н.Т. Чолпонкулова и Ч.Б. Исакова провели исследование ценностных ориентаций молодежи Кыргызстана, в ходе которого выявили, что студенчество активно реагирует на изменения в кыргызском обществе. В их сознании формируются ценности, детерминированные социально-экономической и политической модернизацией общества. Среди особенностей ценностной ориентации студенчества современные исследователи выделяют установку, ориентированную на себя, свои собственные силы, свою семью, деньги. Так как отсутствует уверенность в завтрашнем дне, молодые люди больше ориентируются на ценности повседневности и находятся в состоянии «вечной погони за немедленным будущим». Если говорить о значимости образования, то по данным специальных исследований современная кыргызстанская молодежь считает образование скорее вопросом социального статуса, но не результатом осмысленного выбора и кропотливого труда, связанного с получением знаний и навыков по выбранной профессии. Другими словами, в молодежной среде существует стереотип, что диплом о высшем образовании является обязательным атрибутом и нормой жизни современного человека [139].

В исследовании иерархии ценностных ориентаций как основы национального менталитета в Казахстане, Л.С. Илимханова, Г. Телебаев, С.М. Джакупов и М.А. Перленбетов показали, что основной ценностью является счастливая семейная жизнь (48,4% мужчин и 49,8% женщин), на втором месте – доброе отношение к другим людям (42,2%), на третьем месте – ценность здоровья (39,5) [140].

Е. О. Мазурчук и Н. И. Мазурчук провели сравнительный анализ ценностно-смысловой сферы российских и украинских студентов. Студенты российской выборки имеют более активную позицию в ситуации взаимодействий с другими людьми, чем студенты Украины, поскольку российская молодежь озабочена сегодня мировыми проблемами. Ценностный мир для нее несет в себе мотивации, находящиеся в иной плоскости: полноценная работа, досуг, вера в собственные силы, безопасность семьи, устойчивые личные отношения. У студентов-россиян прослеживается наличие дефицита рационального компонента в факторной структуре. Украинской выборке свойственно доминирование ценности «уверенность в себе», относящейся к терминальным и представляющей собой цель, на достижение которой направлена жизненная активность и локус контроля, что отражает потребность испытуемых в рационализации собственной жизни. В факторной структуре студентов-украинцев присутствует нормативность и исполнительность; прослеживается стремление к соблюдению правил как во взаимодействии с близкими людьми, так и в деловых отношениях, отсутствующие у студентов России. Студенты-украинцы в большей мере ориентированы на материальную обеспеченность как главное условие жизненного и семейного благополучия, что в меньшей мере характерно для студентов России. У студентов российской выборки результативность жизни

имеет максимальную степень выраженности в сравнении с аналогичным показателем у студентов Украины [141].

Н.Р. Салиховой был также проведен сравнительный анализ ценностно-смысловой сферы личности американских и российских студентов. Ценностно-смысловые рельефы жизненного пространства американских и российских студентов существенно различаются как по содержательным критериям, отражающим иерархию ценностей, так и по динамическим параметрам. Содержательные различия задаются различиями в степени важности ценностей «Здоровье», «Свобода», «Познание» и «Наличие хороших и верных друзей». При этом ценности «Материально обеспеченная жизнь», «Активная деятельная жизнь», «Любовь», «Счастливая семейная жизнь» являются одинаково высокозначимыми как для американских, так и для российских студентов [142].

Американским студентам в целом свойственна бóльшая реализуемость ценностей, нежели российским. Это касается как индивидуальных параметров барьерности/реализуемости, так и ценностей конкретных жизненных сфер. Ценности «Познание», «Здоровье», «Активная деятельная жизнь», «Творчество», «Любовь» и «Наличие хороших и верных друзей» – более реализуемые в выборке американских студентов, что может являться следствием различного смыслового содержания понятий, обозначающих данные ценности в исследуемых культурах. Некоторые ценности не обнаруживают различий по типу смыслообразования: это ценности «Материально обеспеченная жизнь» и «Свобода», которые в обеих выборках являются барьерными, а также «Красота природы и искусства», которая относится к свободно-реализуемому смысловому типу. Наиболее противоположны в данном отношении оказались ценности активной деятельной жизни, уверенности в себе и творчества. Несколько менее выраженные различия такого же типа наблюдаются в отношении ценностей любви, здоровья и познания. Всё это говорит о том, что у американских студентов потенциал инициативы реализован в достаточной мере, и это позволило им приступить к раскрытию потенциала ответственности, реализации своих возможностей в построенной смысловой реальности. Такие студенты, обучаясь в вузе, будут полнее и целенаправленнее реализовывать те возможности профессионального развития, которые им даёт образовательный процесс.

У российских студентов потенциал инициативы, по всей видимости, реализовался не в полной мере, поэтому они находятся в состоянии внутреннего поиска, продолжая стремиться к расширению своих смысловых горизонтов, что означает внутреннюю необходимость жизненного выбора и готовность к совершению новых выборов. Это может привести к совершению повторного жизненного выбора в той же сфере (например, в форме смены образовательного учреждения и направления профессиональной подготовки) или к кардинальным изменениям жизни в других её сферах, а также может выразиться в состоянии моратория в личностном и профессиональном развитии. Такие студенты менее целенаправленно и эффективно будут

использовать те возможности направленного профессионального развития, которые предоставляет им образовательный процесс.

Эти результаты можно интерпретировать как следствие быстрых социально-экономических изменений, происходящих в России. Студенты выбирают высшее учебное заведение в условиях большей неопределённости, а выбранное направление профессионального образования не связано однозначно с рабочим местом. При этом в России у студентов гораздо меньше, нежели в США, возможностей для формирования своей индивидуальной образовательной траектории, направленной на определённое профессиональное место. Вследствие этого даже после выбора университета и в процессе получения образования у российских студентов сохраняется состояние внутренней неопределённости. Это положение и отражается в особенностях динамических аспектов ценностно-смысловой сферы личности [142, с.205].

Исследование, проведенное Д.Т. Ихсановой и А.Б. Аймаганбетовым показывает, что молодежь в процессе социализации вынуждена опираться на новый социальный опыт, а не на опыт предыдущих поколений. В результате, для молодежи основной ценностью является: «найти себя в жизни». Помимо «поиска себя», современная молодежь часто задумывается о здоровье и материально обеспеченной жизни. Материально обеспеченная жизнь в контексте современного экономического кризиса приобретает большое значение, так как студенты являются наименее защищенной группой. Необходимость самостоятельно платить за обучение или помогать родителям в этом часто приводит к тому, что студенты первых-вторых курсов вынуждены искать работу. Материальное благосостояние оказывается основанием для развития у студентов чувства собственной значимости и положительного отношения к себе.

Ценностная ориентация на здоровье обусловлена изменениями в сфере экологии и популяризацией здорового образа жизни через средства массовой информации. Одновременно с этим молодежь сталкивается с огромным потоком информации, который зачастую вырабатывает отрицательные установки, что впоследствии влияет на комплекс действий и поступков отдельных индивидов. Другой, не менее важной ценностью является любовь. Потребность в самораскрытии и интимной человеческой близости представляют собой сложные проблемы молодости. Взаимоотношения юношей и девушек сталкиваются с множеством моральных проблем, от ухаживаний до вступления в брак и создание полноценной семьи. Гендерные различия ценностных ориентаций студентов выражены в достаточной степени. Так, девушки являются более открытыми для социальных контактов и поиску причины неудач. В то время как молодые люди проявляют большую стойкость в достижении целей и доминирования [3, с.32].

А.К. Игибаева изучая ценностные ориентации студентов, магистрантов, проводимые в вузах города Усть-Каменогорска, позволили автору выявить условия, являющиеся наиболее существенными для формирования ценностного компонента. Среди наиболее значимых ценностей в профессиональной

деятельности студенты и магистранты отмечают в первую очередь стремление к саморазвитию, получению новых знаний. (31,20 %). Эта ценность имеет отношение к дальнейшему карьерному росту (27,32 %). Описаны различия в ценностно-мотивационной ориентации студентов и магистрантов. Так, для студентов отмечено стремление к личному первенству, преобладание мотивов личного благополучия, установление доверительных отношений с окружающими (сокурсники, преподаватели, друзья). Немаловажное значение для них имеет и материальное благосостояние. Это объясняется высокими потребностями студенческого возраста и их низкой социальной защищенностью. Опрос среди магистрантов показал существенные различия в определении их ценностных ориентаций. В отличие от студентов 2 курсов, для которых важны социальные отношения, магистранты выделяют для себя лично значимые ценности, связанные с их профессиональной деятельностью. Иерархия выбора тех или иных ценностей, отношение к обществу, семье и браку, будущей профессиональной деятельности обусловлена жизненным опытом магистрантов, их более активной включенностью в социальные отношения [143].

К.Б. Сейдулаев провел исследование ценностных ориентаций у студентов педагогического ВУЗа, автором был использован портретный ценностный вопросник (Portrait Values Questionnaire) Ш.Шварца. В ходе исследования были получены следующие результаты: наиболее значима для студентов ценность «Стимуляция», второе место занимает «Доброта» и третьей по предпочтениям является ценность «Самостоятельность». В нижней части ценностной иерархии находятся ценности «Традиции», «Власть» и «Конформизм». Приоритет ценности «Стимуляция» в группе студентов отражает потребность в поддержании оптимального уровня активности в новом социальном статусе [144, 145].

Р.М. Шамионов изучал групповые ценности и установки двух этнических групп – русских и казахов. По данным исследования, более половины (54%) изученных ценностей («Культурно-ценностный дифференциал» Г.У.Солдатовой) значительно различаются в группах казахов и русских. Так, ценности «взаимовыручка», «дисциплинированность» «миролюбие», «верность традициям», «осторожность», «уважение власти», «самостоятельность», «устремленность в будущее», «уступчивость» больше выражены в оценках казахов. Ценности «агрессивность», «склонность к риску», «недоверие к власти» больше выражены в оценках русских. Такие ценности, как «открытость», «сердечность», «миролюбие», характеризующие обе выборки с точки зрения теплоты и добросердечия, занимают высокое положение в иерархии, что позволяет говорить о наличии схожих ценностных оснований для установления позитивных взаимоотношений [146].

Новейшие данные А.Г. Хайбулаевой показали, что система ценностей дагестанской молодежи в целом отражает ее приверженность ценностям сохранения (традиции) и групповой принадлежности. Иерархию ценностей устойчиво возглавляет мотивационный тип безопасность, доминирование

которого можно рассматривать как следствие длительного периода высокой социальной напряженности, а наиболее отвергаемыми ценностями стали власть, стимуляция, гедонизм (по Шварцу), высокий социальный статус, материальное благосостояние, наслаждение прекрасным и приятное времяпрепровождение. С доминированием мотивации безопасности связана высокая значимость для молодежи ценностей общности и сохранения, таких как Конформность и доброта, помощь и милосердие, признание и уважение людей, привязанность и любовь. Признание и уважение людей связывается молодежью не с высоким социальным статусом, а со стремлением к общности и конформностью, самостоятельность соотносится не с достижениями, а со стимуляцией – стремлением к разнообразию и новым ощущениям [17, с.190].

Сравнение иерархии ценностей россиян в различных регионах страны, представленной в исследованиях последних лет, с доминирующими ценностями дагестанской молодежи показывает, что они являются весьма схожими. В них проявляются противоречивые тенденции, связанные с высокой потребностью в безопасности и обусловленной ею стремлениями к общности и конформности, с одной стороны, значимостью потребности в самостоятельности, материальном успехе и социальном статусе – с другой.

Согласно результатам исследования, доминирующие ценности старшеклассников более противоречивы и менее гармоничны по сравнению с таковыми у студентов. Старшеклассники больше стремятся к самостоятельности и изменениям, а студенты – привержены универсализму и традициям. В середине иерархии у студентов находятся ценности «любовь» и «гедонизм», у старшеклассников – «социальная активность» и «достижения».

А.Г. Хайбулаева установила, что фактор моно- и полиэтнической среды значимо влияет на предпочтение ценностей «конформность», «доброта», «самостоятельность», «материальное благосостояние», «социальный статус» («власть»), «гедонизм», «здоровье» («безопасность»), они более значимы для молодежи в полиэтнической образовательной среде [17, с.191].

Исследование А.С. Ахметовой и Н.Р. Салиховой показали, что в казахской выборке семейные традиции, культ к счастливой семейной жизни наивысшее ценятся, чем активная деятельная жизнь или интересная работа. По мнению авторов в этих ценностях раскрывается этническая особенность народа [147].

Выводы по 1 разделу

Из представленного обзора видно, что ценностные приоритеты индивидов представляют центральные цели, которые связаны со всеми аспектами их поведения. С другой стороны, ценности испытывают прямое влияние повседневного опыта в изменяющемся экологическом и социально-политическом контексте. Поэтому ценности являются хорошим индикатором для отслеживания процессов социального и индивидуального изменения, возникающего в результате исторических, социальных и личных событий. Кроме того, они могут быть положены в основу изучения различий между социальными культурами и субкультурами, которые появляются по мере того,

как социальные общности развиваются в определенных направлениях в результате их уникального опыта. [148].

В данном разделе был осуществлен анализ теоретико-методологических основ ценностных ориентаций в зарубежной и отечественной литературе с психологических аспектов, а также определено место и роль системы ценностных ориентаций в структуре личности и ее развитии.

Таким образом, в результате теоретического анализа ценностных ориентаций была обозначена нижеследующая расширенная сущностная характеристика. Исходя из того что на сегодняшний день имеются различные трактовки понятия ценностных ориентаций, однако нет целостного подхода к данному понятию, мы сформулировали собственное определение. Ценностные ориентации - мотивационно-когнитивные обобщенные образования, организованные в динамическую систему, которая определяет жизненную перспективу, «вектор» развития личности, являясь важнейшим его источником и механизмом, психологическим органом, связывающим в единое целое личность и социальную среду, выполняющим одновременно функции регуляции поведения и обеспечивая координацию деятельности в различных сферах жизни.

2 ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ (ОРГАНИЗАЦИЯ, АПРОБАЦИЯ И ВЫБОР МЕТОДОВ)

Характеристика выборки. Экспериментальная работа и анализ исследовательских данных проводились на базе Казахского Национального университета имени аль-Фараби кафедры общей и прикладной психологии.

Сбор данных осуществлялся с 2013 по 2014 г. в Алматинской и Карагандинской областях. Для организации исследования использовали метод поперечных срезов. «Поперечные срезы» – наиболее часто используемый путь исследования. Метод поперечных срезов предъявляет жёсткие требования к формированию выборки испытуемых, чтобы обеспечить разумную сопоставимость групп.

В исследовании приняли участие 305 респондентов, из них 196 женщин и 113 мужчин. Для изучения особенности передачи системы ценностей от старшего поколения более молодому было сформировано две выборки: одна выборка состояла из молодежи в возрасте от 18 до 25 лет (202 респондента), вторая выборка состояла из респондентов зрелого возраста от 50 до 65 лет (103 респондента).

Критерии исключения респондентов из исследования:

1. Респонденты в возрасте от 26 до 49 лет.
2. Респонденты не полностью ответившие на опросники, пропустившие 2-3% вопросов.

Модель отбора респондентов носила вероятностный характер, то есть в исследовании мог принять участие любой студент, проживающий в Алматинской и Карагандинской областях. Выбор молодежи в качестве целевой аудитории связан с тем, что, во-первых, она составляет значительную часть общества, являясь одной из мобильных и активных групп населения; во-вторых, молодежь более восприимчива к социальным изменениям общества, вследствие, чего молодежь быстрее адаптируется к изменяющемуся социальному пространству; в-третьих, исследование ценностных ориентаций и социальных аксиом современной молодежи весьма актуально, поскольку дает возможность выяснить степень ее адаптации к новым социальным условиям; в-четвертых, сравнение ценностных ориентаций молодежи и лиц зрелого возраста позволит выявить ценности, объединяющие и дифференцирующие поколения. Таким образом, выбор дополнительной группы исследования в возрасте от 50 до 65 лет позволяет понять глубину и степень трансформации ценностных ориентаций при передаче от одного поколения другому.

Студенты и взрослые респонденты были вовлечены в исследование при помощи техники «снежного кома», начиная с коллег исследователей. Студенты являются учащимися различных факультетов (психологии, менеджмента, лингвистики, медицины, социологии, дизайна, экономики, инженерных, художественных, юридических) разных вузов Караганды и Алматы.

Электронный вариант общего опросника разрабатывался с помощью новейшего программного обеспечения «Qualtrics». Данное программное

обеспечение является простым в использовании, полнофункциональный, веб-инструмент для создания и проведения онлайн-опросов.

Для решения поставленных задач и проверки гипотез был использован комплексный метод исследования, который включал в себя следующие уровни:

- Теоретический уровень – обзорно-аналитический метод, включающий анализ психологической литературы разных периодов, обобщение и сравнительно-сопоставительный анализ литературных источников;

- Эмпирический уровень – тестирование:

1. Модифицированный опросник ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца (включает в себя оценку валидности пересмотренной теории ценностей в казахской и русской версии методики на казахстанской выборке).

2. Модифицированный опросник социальных аксиом К. Леунга и М.Бонда.

- Методы количественной и качественной обработки данных – коэффициент Альфа Кронбаха, многомерный дисперсионный анализ (multivariate analysis of variance - MANOVA), коэффициент корреляции Пирсона, Reliability, Missing data (SPSS) описательная статистика (табличное представление, графическое изображение, среднее значение);

- Интерпретационный метод – структурное описание и описание развития.

Достоверность и надежность результатов определяются опорой на теоретико-методологические принципы; системной организацией эмпирического исследования; применением надежных методов исследования, адекватных поставленным в исследовании цели и задачам, апробированных, валидных и взаимодополняющих методик, соответствующих выдвинутым гипотезам; комплексностью используемых в исследовании программ, методов сбора и обработки материала, качественного и количественного анализа полученных данных на основе применения методов математической статистики для обработки эмпирических данных, соотношением полученных результатов с материалами, приведенными в публикациях других авторов по аналогичной проблематике. Соответствие полученных эмпирических результатов принятым научным критериям валидности и надежности достигалось путем использования достаточных по объему и репрезентативных выборок испытуемых. Экспериментальные гипотезы проверены на конвенционально принятом уровне значимости.

2.1 Программа научного исследования испытуемых, психологические методы и современные инновационные компьютерные технологии

Для организации эмпирического изучения психологических аспектов ценностных ориентаций казахстанской молодежи, была разработана **программа научного исследования**, включающая несколько этапов, каждый из которых имел самостоятельное значение, но в тоже время являлся логическим продолжением предыдущего. Исследование проводилось в 4 этапа.

Первый этап - подготовительный (2011-2012 г.): определение направления исследования, конкретизация методологического аппарата, теоретическое изучение проблемы, выбор стратегии поисковой работы.

Второй этап - теоретический (2013-2014 г.). Осуществлен историко-психологический и теоретико-методологический анализ и систематизация литературы по проблеме исследования. Проведен анализ понятий «ценности», «ценностные ориентации», «социальные аксиомы»; описаны основные психологические особенности развития ценностных ориентаций у современной молодежи.

Третий этап - эмпирический (2013 - 2014 гг.). Разработана программа эмпирического исследования, впервые в РК проведена адаптация методик «Опросник Ценностей Шварца» и «Социальные аксиомы» на казахский и русский языки, была проведена диагностика особенностей убеждений и ценностных ориентаций обеих групп выявлены гендерные и возрастные различия. Осуществлен анализ полученных результатов. Математическая обработка данных производилась с помощью статистического пакета SPSS, версия 20.0.

Четвертый этап - заключительный (2015 г.). Систематизирован и обобщен накопленный эмпирический материал, сформулированы выводы, определены перспективы дальнейшего исследования, оформлена докторская диссертация.

Эмпирическое исследование проблемы было проведено с помощью тестирования - впервые в РК для всесторонней диагностики психологических аспектов ценностных ориентаций использовались два опросника:

1. Опросник ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца.
2. Опросник социальных аксиом К. Леунга и М.Бонда.

Также предоставлялась разработанная демографическая анкета.

Для проведения опроса и для обработки данных были использованы следующие инструменты:

- веб-инструмент «Qualtrics» для он-лайн опроса испытуемых;
- пакет прикладных статистических программ SPSS 20.0.

Далее необходимо подробно описать каждую из этих методик, чтобы обосновать их использование в данном исследовании.

Опросник ценностей (PVQ-R) Ш. Шварца, включенный в Европейское социальное исследование, был разработан как более компактный и менее чувствительный к культурным различиям инструмент. Его способность измерять ценности была эмпирически подтверждена даже на тех выборках, на которых более ранний Ценностный опросник не давал удовлетворительных результатов. Высокая эффективность опросника ценностей объясняется конкретизацией формулировок и переходом к проективной технике [149].

Ш. Шварц постулировал, что все индивидуальные ценности основываются на базовых условиях человеческого существования (одном или более): а) потребности организма, б) стремление к социальным взаимодействиям и в) потребность в принадлежности к группе. 19 ценностей основываются на этих условиях и соответствуют функциональным требованиям, выработанным Ш. Шварцем для базовых ценностей. Они фокусируются на: а) личной или социальной выгоде от результата, б) росте и саморазвитии или избегании

тревожности и защите, в) открытости к изменениям или сохранении статуса-кво, г) направленности на собственное благо или благо других.

Для ценностей, исходное определение которых включает несколько аспектов, Ш. Шварц с соавт. выделил концептуально различимые подтипы. Также была проанализирована возможность выделения среди уже существующих базовых ценностей значительных, но до сих пор, не обозначенных ценностных конструктов. Были сформулированы теоретические основания наличия 19 ценностей, которым могли быть даны различные концептуальные определения.

Кратко представим подтверждения уточненной теории Ш. Шварца. Данные были получены при опросе 15 выборок студентов ($N = 3909$) и взрослых ($N = 2150$) в Финляндии, Германии, Израиле, Италии, Новой Зеландии, Польше, Португалии, Швейцарии, Турции и США. Опросники заполнялись в письменной форме, как онлайн, так и очно.

Различимость 19 ценностей и связи между ними оценивались двумя способами: с помощью конфирматорного ФА и многомерного шкалирования. Основываясь на результатах исследований конфирматорного ФА, Ш. Шварц с соавт. удалили 9 из этих 57 пунктов [150].

После этого модель приобрела хорошую степень статистического соответствия данным обеих объединенных выборок. Все нагрузки пунктов были значимыми и выше 0.4. Корреляции между 19 латентными факторами подтвердили предположение о различимости каждой ценности. Теоретические и эмпирические доказательства, предоставленные Ш. Шварцем с соавт., продемонстрировали, что мотивационные ориентации могут быть описаны и измерены более искусно и точно, чем представлялось до этого.

Ш. Шварц, Т. Бутенко, Д. Седова и А. Липатова провели оценку уточненной теории и метода в России, исследование было направлено на оценку валидности пересмотренной теории ценностей и русской версии методики [63, с. 67]. Выборка состояла из 506 респондентов, среди них 342 студента и 164 взрослых, 59% из них женщины, средний возраст - 27.0 года (стандартное отклонение - 11.7). Они заполняли опросник в бумажном (71.5%) или электронном варианте (28.5%), индивидуально (94%) или в группе (6%).

Индекс CFI для исходной модели, включавшей 57 пунктов и 19 факторов ценностей плюс общий фактор, оказался ниже 0.90, другие индексы указывали на согласие модели. Следовательно, пересмотренная модель обладает приемлемым согласием. Результаты как конфирматорного ФА, так и многомерного шкалирования послужили подтверждением уточненной теории. В конфирматорном ФА каждая из 19 постулируемых ценностей сформировала отдельный фактор, каждый пункт которого имеет хорошую нагрузку. Проекция пунктов в многомерном шкалировании подтвердила заключение, что можно рассматривать 19 ценностей как отличные друг от друга.

Данная методика содержит 57 вопросов, позволяющих оценить степень выраженности 19 ценностей:

- Безопасность – Личная

- Безопасность – Общественная
- Репутация
- Универсализм – Забота о других
- Универсализм – Забота о природе
- Универсализм – Толерантность
- Самостоятельность – Мысли
- Самостоятельность – Поступки
- Власть – Ресурсы
- Власть – Доминирование
- Конформизм – Правила
- Конформизм – Межличностный
- Скромность
- Благожелательность – Чувство долга
- Благожелательность – Забота
- Стимуляция
- Гедонизм
- Достижение
- Традиция

Общая инструкция: Ниже приведены описания разных людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько этот человек похож или не похож на Вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько этот человек похож на Вас. Пожалуйста, ответьте на каждый вопрос, даже если Вы найдете это трудным. Отвечайте честно, максимально правду о Вас. Пожалуйста, не выбирайте ответы по причине, что кажется «правильно сказать так». Конфиденциальность Ваших ответов будет сохранена полностью. Также, будьте уверены, что Вы отвечаете точно, в соответствии как Вы чувствуете себя в данный момент времени. Не отвечайте, как Вы чувствуете себя обычно. Вы должны попытаться отвечать быстро: здесь нет необходимости думать долго об ответах. Первый ответ, который пришел на ум, обычно лучший.

Каждая из ценностей в методике измеряется тремя пунктами. Это минимум, который необходим для проведения конфирматорного факторного анализа, контролирующего случайные и неслучайные ошибки измерения. Каждый вопрос описывает цели личности, ожидания или желания, которые латентным образом указывают на важность той или иной ценности. Для каждого такого портрета респондент определяет, насколько описываемый человек похож на него по шестибалльной шкале: 1 – совсем не похож на меня, 2 – не похож на меня, 3 – мало похож на меня, 4 – немного похож на меня, 5 – похож на меня, 6 – очень похож на меня. Все респонденты получили соответствующие их языковой принадлежности и полу версии опросника, которые различались только по грамматической структуре.

Опросник социальных аксиом. Оригинальное название **SAS- Social Axioms Survey**. Данный опросник был разработан такими учеными как

К. Leung & M. Bond в 2002 г., для изучения содержания универсальных (панкультурных) измерений убеждений.

Социальные аксиомы – это наиболее общие верования относительно себя, других людей, социального окружения, физического или духовного мира, и они являются главными в системе убеждений личности. Их роль – обеспечение выживания и деятельности личности в физическом и социальном мире.

Внутри каждой культуры существует множество различных верований, поэтому К. Леунг с коллегами изучал верования не только в евроамериканской, но и в южноамериканской и китайской культурах, уделяя особое внимание таким источникам, как пословицы, сказки, газетные статьи. Кроме того, с жителями проводились структурированные интервью, направленные на выявление их верований в различных сферах жизни. Было собрано около 3000 утверждений, которые объединили в четыре категории:

- психологические атрибуции (аксиомы относительно характеристик или направленности личности);
- ориентации в социальном мире (аксиомы относительно социальных характеристик групп, организаций и обществ);
- социальное взаимодействие (аксиомы относительно того, как люди взаимодействуют друг с другом);
- окружающая среда (аксиомы относительно особенностей окружающей среды, имеющие выход на социальное поведение).

Эти четыре широкие категории были подразделены исследователями на 33 субкатегории. После тщательного анализа были отобраны 182 социальные аксиомы, каждая из которых представляла собой суждение, сформулированное одним предложением. Для выражения степени согласия с суждением использовалась пятибалльная шкала со следующими вариантами ответов: «абсолютно верю», «верю», «не знаю», «не верю», «абсолютно не верю». Были разработаны версии опросника на трех языках: китайском, английском и испанском. Опросник давался для заполнения студентам из Гонконга и Венесуэлы. Первоначально был проведен кластерный анализ данных для выявления основных групп пунктов и облегчения интерпретации результатов факторного анализа.

В результате исследования первоначально в трех, а затем в 45 культурах были выделены пять культурно-универсальных групп социальных аксиом [85, с.93].

1. *Социальный цинизм*. Большинство суждений этого измерения относится к разрушительным воздействиям власти и авторитета, являющихся следствием богатства или возраста и делающих людей эгоцентричными и равнодушными к согражданам. Кроме этого, есть дополнительные черты: бесполезность демонстрации доброжелательности к другим и неизбежность провала благотворительности и энергичного служения общественной пользе.

2. *Награда за усилия*. Суждения этого фактора отражают оптимизм по поводу того, что трудности жизни могут быть преодолены усилиями человека и приложением ресурсов личности к разрешению проблем. Есть параллели

содержания этого конструкта с протестантской трудовой этикой, верой в справедливый мир и особенно интернальностью (верой в то, что все происходящее с человеком, зависит от него самого).

3. *Социальная сложность*. Для одних людей мир межличностных отношений является сложным: индивидуальное поведение может меняться время от времени, от ситуации к ситуации, и невозможно простое упорядочивание мыслей, чувств, черт характера. Результаты нынешней ситуации не могут предсказать результаты будущих ситуаций, и приходится иметь дело с событиями, которые имеют причины, справедливые лишь единожды. Логика, лежащая в основе происходящих событий, не ясна, и повседневная жизнь требует некой сложной теории, чтобы люди могли эффективно взаимодействовать в постоянно меняющихся ситуациях. Другие люди не верят, что такое описание социального мира отражает его сущность, поскольку их собственные миры состоят из более простых, легко предсказуемых событий. Этот контраст во взглядах придает социальной сложности ее размерность.

4. *Религиозность*. Содержание этого фактора фокусируется на позитивных функциях религиозной веры. Большинство суждений, входящих в данный фактор, относится к существованию Высшего существа, что является центральным догматом мировых монотеистических религий. Религиозная вера и практика – черты, присущие всем культурным группам. Социологи считают, что они обеспечивают социальную опору и являются фактором социальной интеграции в обществах, в то время как психологи считают, что они дают смысл и ощущение общей цели тем, кто следует данной религии.

5. *Контроль над судьбой*. Суждения, составляющие данный фактор, касаются двух основных тем: предсказуемость важных результатов и предрешенность того, что происходит в жизни. Некоторые пункты связаны со степенью веры людей в предсказуемость результатов их действий, в то, насколько люди могут сами воздействовать на эти результаты и формировать их. Слово «судьба» присутствует в двух из шести пунктов шкалы и означает некую распространяющуюся силу, воздействующую на жизнедеятельность человека и ее результаты. С данным конструктом связаны такие концепты, как фатализм, внешний локус контроля, иррациональность. Блок социальных аксиом «Контроль над судьбой» показывает, насколько важна в жизни вера в рок, судьбу, ее предопределенность или управляемость человеком.

Позднее М. Бондом и К. Леунгом был проделан так называемый экологический факторный анализ (анализ на уровне стран), с помощью которого была получена двухфакторная модель.

В первый фактор вошло 21 суждение: 10 – из фактора «Награда за усилия», 8 – из «Религиозности», 2 – из «Контроля судьбы» и 1 – из «Социальной сложности». Этот фактор был назван «Динамическая экстернальность». Термин «экстернальность» (обусловленность всего происходящего внешними факторами) обязан наличию элементов «религиозности» и «контроля судьбы», а акцент на усилиях привносит качества динамизма (активности) в этот фактор.

Во второй фактор вошли 11 суждений из фактора «Социальный цинизм», и он получил точно такое же название – «Социальный цинизм».

Социальный цинизм представляет когнитивный компонент донные неизвестного культурного комплекса, отражающего предполагаемую ненависть и злобность социальной системы к своим членам. По мнению членов культур с высоким уровнем социального цинизма, социум приносит людям только зло. Люди уверены в том, что окружены враждебными, эгоистичными и властными индивидами, группами и институтами, притесняющими и подавляющими их. В условиях контроля уровня благосостояния люди в таких культурах в основном недоверчивы, несчастны и не удовлетворены жизнью. Они одиноки и ни на кого не полагаются. Авторы задаются вопросом: каковы же причины такого психологического взгляда на мир – многочисленные гражданские или международные войны, иностранная колонизация, постоянные политические конфликты или частые экономические провалы? Пока это остается интригующей загадкой, и группы ученых в ряде стран мира (в том числе и авторы данного проекта в России) в настоящее время проводят дополнительные исследования социальных аксиом и их корреляций с социально-экономическими, политическими и психологическими показателями [151].

Общая инструкция: Мы проводим исследование, посвященное изучению социальных верований, и просим Вас принять участие в нем и ответить на ряд вопросов. Здесь нет правильных или неправильных ответов. Пожалуйста, отвечайте, не пропуская ни одного вопроса. Анкета анонимная, Ваши ответы будут обрабатываться в общем массиве данных и оглашению не подлежат.

Пункты опросника были сформулированы как описание конкретных убеждений, например, "как правило, есть только один способ решить проблему". Каждый пункт опросника респонденты оценивали по 5-балльной шкале Лайкерта, насколько согласны с каждым утверждением: (1) абсолютно не согласен (2) не согласен, (3) не знаю, (4) согласен и (5) абсолютно согласен.

В исследовании была использована сокращенная версия опросника социальных аксиом состоящая из 40 вопросов. Проведенный нами анализ надежности выявил высокие коэффициенты Альфа-Кронбаха: Контроль Судьбы ($\alpha = 0,62$), религиозность ($\alpha = 0,72$), Награда за усилия ($\alpha = 0,79$), Социальная сложность ($\alpha = .68$) и Социальный цинизм ($\alpha = 0,72$). Примеры вопросов 5-ти шкал опросника социальных аксиом: Социальный цинизм - "Молодые люди импульсивны и ненадежны"; Награда за усилия "Влиятельные люди, как правило, эксплуатируют других"; Социальная Сложность - «Влюбленные люди, как правило, слепы»; Контроль Судьбы "Власть и статус, делают людей высокомерными"; Духовность "Существует верховное разум, управляющий вселенной".

Программное обеспечение «Qualtrics». Данное программное обеспечение позволяет проводить исследования в режиме он-лайн, что в свою очередь позволяет экономить время для сбора информации. В нашем исследовании 58 респондентов, участвовавших в исследовании, отвечали в он-лайн режиме.

Далее проведено подробное описание программного обеспечения «Qualtrics». Программный пакет был создан в 2002 году в штате ЮТА, американскими учеными (Scott M. Smith, Ryan Smith, Jared Smith, Stuart Orgill). Qualtrics является он-лайн площадкой с понятным интерфейсом для пользователей и возможностью моделировать различные типы вопросов, необходимых для исследования. Стоит отметить и тот факт, что интерфейс полностью на английском языке, что является весомым недостатком в использовании данного ресурса.

В программном обеспечении «Qualtrics» насчитывается около 21 типов вопросов (13 - матричного типа, 11 - вопросов постоянного суммирования или сбора числовых данных, 12 вопросов ранжирования и 5 для ввода текста), в нижеследующей таблице мы описали наиболее распространенные типы вопросов (рисунок 5).

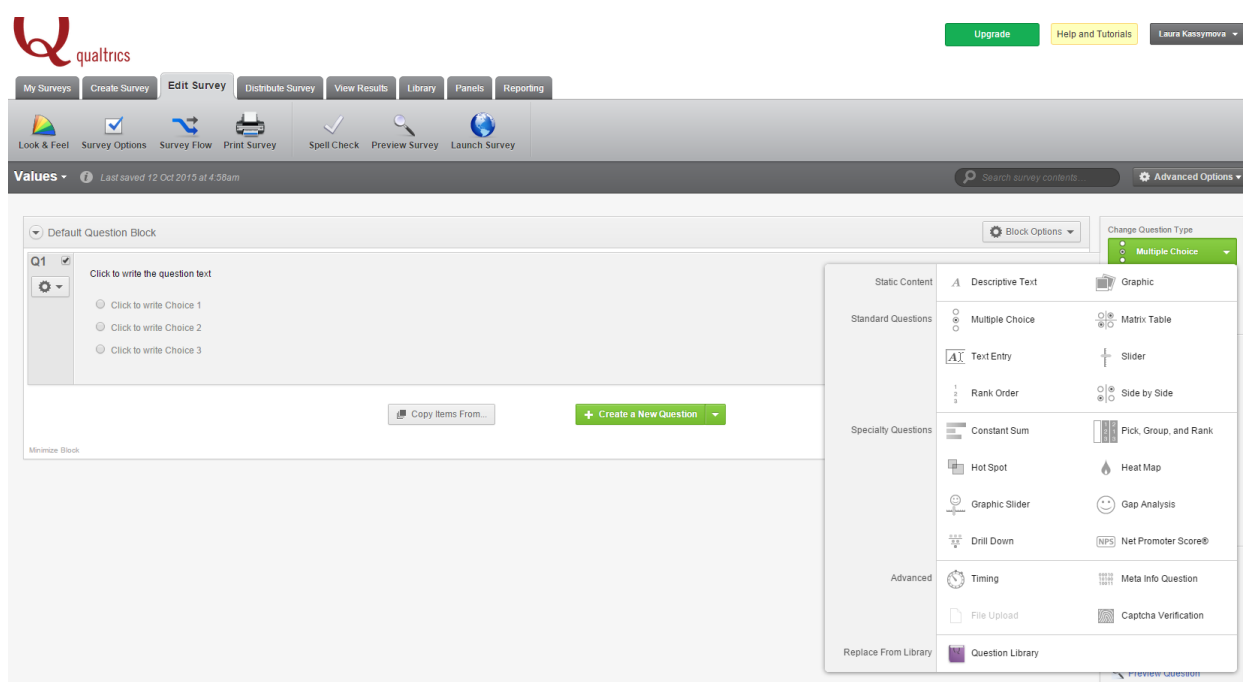


Рисунок 5 – Типы вопросов в программном обеспечении «Qualtrics»

В программном обеспечении «Qualtrics» насчитывается около 21 типов вопросов (13 - матричного типа, 11 - вопросов постоянного суммирования или сбора числовых данных, 12 вопросов ранжирования и 5 для ввода текста), в нижеследующей таблице мы описали наиболее распространенные типы вопросов (таблица 3).

При достаточно понятном интерфейсе начинающего пользователя может заинтересовать справочное руководство (support and tutorial) по использованию «Qualtrics» (рисунок 6).

Таблица 3 – Основные функции «Qualtrics»

Функции	Описание
Таймер	Возможности программного обеспечения по измерению времени, потраченного респондентом для ответа на вопросы
Анализ пробелов	Позволяет исследователям сбор развернутых данных, при ответе респондентов на вопрос, данная функция программного обеспечения автоматически просит обосновать свой ответ
Мета	Автоматическая функция сбора информации о браузере
Список ответов	Данная функция позволяет респонденту выбрать ответ из целого ряда выплывающих вариантов
Заполнение опросника	Возможность для регулирования и отслеживания, для того чтобы при необходимости респондент не мог завершить опрос при пропуске ответа на предложенные вопросы

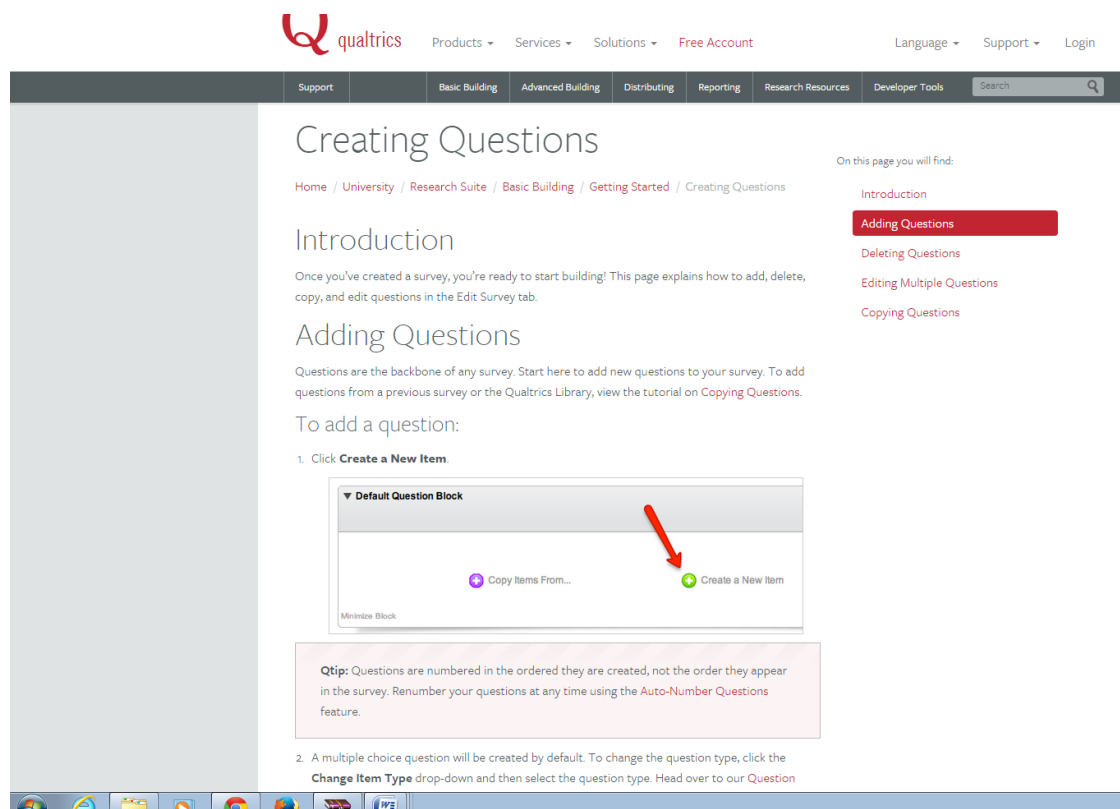


Рисунок 6 - Справочное руководство программного обеспечения «Qualtrics»

Установка типов вопросов в Qualtrics весьма удобна, когда вы наводите курсор мыши на каждый тип вопроса, и он показывает вам образцы того, как вопрос будет выглядеть. Это ускорит ваш процесс разработки опроса. Копирование и перемещение вопросов в опросе чрезвычайно просто и программное обеспечение предлагает несколько различных способов сделать это. В Qualtrics есть полезная функция сохранения удаленных вопросов в специальной папке «Корзина/ неиспользованные вопросы». Это дает

возможность очень легко восстановить вопросы, которые исследователь удалил из исследования в качестве ненужных.

Qualtrics не позволяет импортировать вопросы в Microsoft Word, что не очень удобно для исследователей. Qualtrics предлагает очень хорошо выполненные библиотеки, которые включает десятки шаблонов опроса, шаблоны вопросов, графики и сообщения. Вы можете использовать вопросы и шаблоны, созданные Qualtrics или вы можете создать свои собственные. Можно также добавлять вопросы к опросу, которые есть в библиотеке, или интегрировать их.

Qualtrics поддерживает множество различных способов продвижения исследования, включая адрес электронной почты, ссылки исследования, которые размещаются на нужном сайте, всплывающие опросы, встроенные исследования и то, что называется «веб-ссылка для обратной связи на сайте». Реализация данных способов сбора данных достаточно легкий процесс [152].

Также следует упомянуть о безопасности и защите данных в Qualtrics. Qualtrics является частной компанией, расположенной в Прово, штат Юта, к югу от Солт-Лейк-Сити. Компания начала существовать более десяти лет назад и имеет очень широкий спектр корпоративных клиентов, что заслуживает доверие со стороны исследователей. Ссылки для опроса находятся в безопасности невозможно угадать ссылку опроса на основе ссылок, генерируемых для других исследований. Кроме того, каждое приглашение, отправленное через систему имеет свой собственный уникальный сложный URL, что означает, что респонденты не могут угадать другие ссылки для других респондентов и использовать его, чтобы получить доступ к личной информации. Опросы как данные к доступу могут быть приватными только для пользователя.

Пакет прикладных статистических программ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) - компьютерная программа для статистической обработки данных, предназначенная для проведения прикладных исследований в социальных науках.

Первоначально пакет был разработан в 1968 г. в Чикагском университете. Разработчики: Норман Най, Хедли Халл, Дейл Бент В 2009 г. пакет стал называться PASW Statistics (Predictive Analytics SoftWare – интеллектуальное аналитическое программное обеспечение).

С июля 2009 г. пакет сопровождается фирмой IBM (International Business Machines) под именем IBM® SPSS® Statistics.

Пакет SPSS представляет собой мощную систему программных средств анализа и управления данными с графическим интерфейсом, оснащенный удобными меню и простыми диалоговыми окнами, упрощающими работу пользователя.

Пакет имеет модульную структуру. Модули пакета представляют собой интегрированную совокупность программных продуктов, обеспечивающих комплексное исследование – от планирования до управления данными,

выполнения анализа и представления результатов [153]. Основные модули SPSS:

- IBM SPSS Statistics Base
- IBM SPSS Advanced Statistics
- IBM SPSS Bootstrapping
- IBM SPSS Categories
- IBM SPSS Complex Samples
- IBM SPSS Conjoint
- IBM SPSS Custom Tables
- IBM SPSS Data Preparation
- IBM SPSS Decision Trees
- IBM SPSS Direct Marketing
- IBM SPSS Exact Tests
- IBM SPSS Forecasting
- IBM SPSS Missing Values
- IBM SPSS Neural Networks
- IBM SPSS Regression

Описательные статистики (descriptive statistics) - это различные вычисляемые показатели, характеризующие распределение значений переменной. Эти показатели условно можно разбить на несколько групп. Первая группа - меры центральной тенденции, вокруг которых «группируются» данные: среднее значение, медиана и мода. Вторая группа характеризует изменчивость значений переменной относительно среднего: стандартное отклонение и дисперсия. Диапазон изменчивости характеризуется минимумом, максимумом и размахом. Асимметрия и эксцесс представляют меру отклонения формы распределения от нормального вида. Кроме того, существуют величины, выражающие погрешности некоторых статистик: стандартная ошибка среднего, стандартная ошибка асимметрии и стандартная ошибка эксцесса. Последние два показателя вычисляются программой вместе с асимметрией и эксцессом по умолчанию [154].

Корреляционный анализ. Основное назначение корреляционного анализа – выявление корреляционной связи между двумя или более изучаемыми переменными. Корреляционная связь это совместное согласованное изменение двух изучаемых характеристик. Данная изменчивость обладает тремя основными характеристиками: формой, направлением и силой. Сила связи напрямую указывает, насколько ярко проявляется совместная изменчивость изучаемых переменных [155].

Коэффициент корреляции (обозначается «r») рассчитывается по специальной формуле и изменяется от -1 до +1. Показатели близкие к +1 («прямая связь») говорят о том, что при увеличении значения одной переменной увеличивается значение другой переменной. Показатели близкие к -1 («обратная связь») свидетельствуют об обратной связи, т.е. при увеличении значений одной переменной, значения другой уменьшаются.

Критерием для отбора «достаточно сильных» корреляций может быть как абсолютное значение самого коэффициента корреляции (от 0,7 до 1), так и относительная величина этого коэффициента, определяемая по уровню статистической значимости (от 0,01 до 0,1), зависящему от размера выборки (см. таблицу 4). В малых выборках для дальнейшей интерпретации корректнее отбирать сильные корреляции на основании уровня статистической значимости [156].

Таблица 4 - Показатели «силы» корреляционного критерия

Значение	Интерпретация
До 0,2	Очень слабая корреляция
До 0,5	Слабая корреляция
До 0,7	Средняя корреляция
До 0,9	Высокая корреляция
Свыше 0,9	Очень высокая корреляция

Для изучения взаимосвязи двух метрических переменных, измеренных на одной и той же выборке, применяется **коэффициент корреляции r Пирсона**. Сам коэффициент характеризует наличие только линейной связи между признаками, обозначаемыми, как правило, символами X и Y .

Коэффициент линейной корреляции является параметрическим методом и его корректное применение возможно только в том случае, если результаты измерений представлены в шкале интервалов, а само распределение значений в анализируемых переменных отличается от нормального в незначительной степени [157].

При вычислениях на компьютере статистическая программа (SPSS, Statistica) сопровождает вычисленный коэффициент корреляции более точным значением p уровня.

Для статистического решения о принятии или отклонении H_0 обычно устанавливают $\alpha = 0,05$, а для большого объема наблюдений (100 и более) $\alpha = 0,01$. Если $p \leq \alpha$, H_0 отклоняется и делается содержательный вывод, что обнаружена статистически достоверная (значимая) связь между изучаемыми переменными (положительная или отрицательная – в зависимости от знака корреляции). Когда $p > \alpha$, H_0 не отклоняется, содержательный вывод ограничен констатацией, что связь (статистически достоверная) не обнаружена.

Если связь не обнаружена, но есть основания полагать, что связь на самом деле есть, следует проверить возможные причины недостоверности связи [158].

Многомерный дисперсионный анализ (multivariate analysis of variance - MANOVA) аналогичен дисперсионному анализу (ANOVA), за исключением того, что вместо одной метрической зависимой переменной имеется две или больше переменных.

С помощью многомерного дисперсионного анализа исследуется влияние нескольких независимых переменных (номинальные переменные) на несколько зависимых переменных (метрические или порядковые переменные). Статистически достоверное значение критерия F (различия средних) указывает на то, что от номинальной переменной наблюдается определенная зависимость метрической переменной.

Многовариационный дисперсионный анализ (MANOVA) – это расширенный вариант дисперсионного анализа, который позволяет одновременно проверять значимость более одной зависимой переменной. В отличие от обычного дисперсионного анализа, которым просто определяет уровень значимости для каждой зависимой переменной, MANOVA еще и показывает соотношения вариантов в выборке данных, которое может влиять на эффекты каждой из отдельных зависимых переменных [154, с.226].

Как мы уже писали выше с целью определения надежности адаптированных опросников ценностей Шварца и социальных аксиом, нами был проведен анализ коэффициента Альфа-Кронбаха, по результатам которого было выявлено, что шкалы опросника ценностей и социальных аксиом надежны и соответствуют требованиям проведения аналогичных методов исследования.

Анализ надежности имеет отношение к надежности измерений в психологии и других социальных науках. Этот анализ применяется для отбора наиболее пригодных вопросов или заданий измерительной методики (вопросника, анкеты, теста).

В традиционной тестологии, термин «надежность» означает относительное постоянство, устойчивость, согласованность результатов теста при первичном и повторном его применении на одних и тех же испытуемых.

В самом широком смысле надежность теста – это характеристика того, в какой степени, выявленные у испытуемых различия по тестовым результатам, являются отражением действительных различий в измеряемых свойствах и в какой мере они могут быть приписаны случайным ошибкам.

В более узком, методическом смысле под надежностью понимают степень согласованности результатов теста, получаемых при первичном и вторичном его применении, у одних и тех же испытуемых в различные моменты времени с использованием разных (но сопоставимых по характеру) наборов тестовых заданий или при других изменениях условий обследования.

Надежность – это помехоустойчивость теста, независимость его результата от действия всевозможных случайных факторов. К числу таких факторов относятся:

1) разнообразие внешних материальных условий тестирования, меняющихся от одного испытуемого к другому (времени суток, освещенности, температуры в помещении, наличия посторонних звуков, отвлекающих внимание и т. п.);

2) динамические внутренние факторы, по-разному действующие на разных испытуемых в ходе тестирования (время так называемой вработываемости –

выхода на стабильные показатели темпа и точности действий после начала тестирования, скорость наступления утомления и т. п.);

3) информационно-социальные обстоятельства (различная динамика в установлении контакта с психологом или лаборантом, проводящим тестирование; возможное наличие других людей в помещении; наличие предыдущего опыта знакомства с данным тестом; наличие какого-то знания и отношения к тестам вообще и т. п.) [159].

На этом основано вычисление одного из самых популярных коэффициентов надежности как внутренней согласованности заданий – коэффициента альфа Кронбаха, определяемого по формуле:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_k^2}{\sigma_{Total}^2} \right],$$

где k – количество заданий, во второй дроби в числителе находится сумма дисперсий всех заданий, а в знаменателе – общая дисперсия. В случае равенства дисперсий всех заданий альфа равна среднему всех коэффициентов надежности, посчитанных по методу расщепления (split-half), в противном случае альфа меньше этого среднего.

Таким образом, альфа Кронбаха является функцией общности (communalities) тестовых заданий или, наоборот, их «уникальности» (uniqueness). Это лишь самое общее описание надежности как внутренней согласованности и альфы как способа ее измерения [160].

3 АНАЛИЗ, ОБРАБОТКА И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты исследования надежности опросника портретных ценностей Ш. Шварца (русскоязычная версия).

Исходные данные были преобразованы в центрированные баллы. Статистические выбросы опросника ценностей Шварца были удалены для повышения надежности и валидности. Общее количество респондентов 309 человек.

Существуют различия в использовании шкалы ответов, как среди индивидов, так среди групп. Ш. Шварц с коллегами изучил эти показатели как индивидуальные переменные, по которым люди отличаются друг от друга при использовании шкалы. Показано, что индивидуальные различия, в средних показателях могут объясняться, в значительной степени, личными предпочтениями или субъективной или субъективной склонностью респондентов в использовании шкалы.

Эмпирические основания, подтверждающие это предположение, приведены Ш. Шварцем. Средний рейтинг ценностей (MRAT - Mean Rating) зависит от средней значимости, которую респондент приписывает всему массиву ценностей. Следовательно, различия в индивидуальных средних показателях – MRAT - отражают способ использования шкалы, а не сущность ценностей индивида. Конечно, различия в MRAT, чем субъективная тенденция в использовании шкалы [161].

Следует также иметь в виду, что больший интерес для исследователя представляют приоритеты различных ценностей относительно друг друга, а не их абсолютная значимость. Корректировка показателей с использованием среднего рейтинга MRAT, в сущности, конвертирует абсолютные показатели ценностей в показатели, которые показывают относительную значимость каждой ценности в системе ценностей, то есть индивидуальные ценностные приоритеты.

Эмпирическую основу для того, чтобы рассматривать различия в MRAT в качестве субъективной склонности респондентов представляет анализ данных многих исследований, которые соотносили ценностные приоритеты с другими переменными – установками, поведением. Полученные связи (средние различия, корреляции) с использованием показателей, скорректированных с помощью MRAT, в большей степени, чем с использованием сырых показателей, подтверждают гипотезы исследователей относительно того, как ценности должны быть связаны с изучаемыми переменными. При использовании сырых показателей выявляются связи, иногда даже обратные ожидавшимся показателям. Не выявлено случаев, когда сырые показатели имели больший смысл, чем скорректированные с использованием MRAT.

Поэтому при оперировании ценностными приоритетами как независимыми или зависимыми переменными необходима корректировка показателей. При

анализе результатов различия в использовании шкалы часто искажают данные и ведут к неправильным выводам.

Подсчитанные центрированные баллы выявили отрицательные значения асимметрии для девятнадцати ценностей (от -1.005 до 0.88), и низкие показатели эксцесса для девяти ценностей (от -0.28 до 0.69). Универсализм-Забота о других, Скромность, Доброжелательность-Забота и Доброжелательность-Чувство долга ценности имеет умеренно высокий эксцесс с 1,51 до 2,38 (таблица 5).

Как утверждают Б.Г. Табачник и Л.С. Файделл, что заниженные значения дисперсии, вызванные показателями эксцесса незначительны при использовании выборки больше, чем 200 респондентов [162].

Как сообщает Ш. Шварц, Альфа Кронбаха для девятнадцати ценностей являются умеренно надежным, в обычном диапазоне от 0,50 до 0,81. Измерено 19 ценностей с хорошими коэффициентами альфа (таблицы 5-24):

- Самостоятельность-Мысли ($\alpha = 0,57$)
- Самостоятельность-Поступки ($\alpha = 0,61$)
- Стимуляция ($\alpha = 0,51$)
- Гедонизм ($\alpha = 0,68$)
- Достижение ($\alpha = . 71$)

Таблица 5 - Сырые, центрированные баллы и результаты достоверности коэффициента Альфа-Кронбаха

Пункт	Название ценностей и пункты опросника	Сырые баллы		Центрированные баллы		Индексы качества
		М	SD	М	SD	α
1		2	3	4	5	6
Самостоятельность-Мысли (русская версия)		4,93	0,75	0,46	0,56	0.57
ССм1	Для него важно понимать вещи по-своему					
ССм2	Для него важно расширять свой кругозор					
ССм3	Для него важно иметь свою точку зрения					
Самостоятельность-Поступки (русская версия)		4,8	0,89	0,37	0,71	0.61
ССп1	Для него важно самостоятельно принимать решения, касающиеся его жизни					
ССп2	Для него важно быть свободным самостоятельно выбирать, что делать					
ССп3	Для него важно планировать свои действия независимо					
Стимуляция		4.3	0.84	-0.17	0.71	0.51
СТ1	Для него важно всегда искать разнообразия в деятельности					
СТ2	Для него важно получать разный опыт					
СТ3	Для него важен азарт в жизни, даже если он сопряжен с риском*					
Гедонизм		4,48	0,92	0,01	0,77	0.68
ГЕ1	Для него важно хорошо проводить время					
ГЕ2	Для него важно пользоваться любой возможностью повеселиться					
ГЕ3	Для него важно наслаждаться удовольствиями, которые может дать жизнь					

Продолжение таблицы 5

1		2	3	4	5	6
Достижение		4,65	0,96	0,18	0,7	0,71
ДО1	Для него важно иметь амбициозные цели в жизни					
ДО2	Для него важно быть очень успешным					
ДО3	Для него важно, чтобы люди признавали его достижения					
Власть- Доминирование		3,48	1,2	-0,98	1,15	0,75
ВЛд1	Для него важно, чтобы люди делали то, что он им говорит					
ВЛд2	Для него важно иметь власть, чтобы заставлять людей делать то, что он хочет					
ВЛд3	Для него важно быть тем, кто указывает другим, что делать					
Власть-Ресурсы		3,67	1,13	-0,8	1,02	0,7
ВЛр1	Для него важно иметь власть, которую могут давать деньги					
ВЛр2	Для него важно быть богатым					
ВЛр3	Для него важно иметь дорогие вещи, которые показывают его богатство					
Пункт	Название ценностей и пункты опросника	Сырые баллы		Центрированные баллы		Индексы качества
		M	SD	M	SD	
Репутация		5,04	0,79	0,57	0,56	0,7
РЕП1	Для него важно никогда не быть опозоренным					
РЕП2	Для него важно сохранять лицо в глазах других					
РЕП3	Для него важно никогда не быть униженным					
Безопасность-Личная		4,75	0,83	0,32	0,66	0,53
БЕЗл1	Для него важно никогда не подвергать себя опасности					
БЕЗл2	Для него важно чувствовать себя защищенным и быть в безопасности					
БЕЗл3	Для него очень важно стараться не болеть и беречь свое здоровье					
Безопасность-Общественная		4,8	0,92	0,28	0,6	0,74
БЕЗо1	Для него важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир					
БЕЗо2	Для него важно следовать семейным обычаям или религиозным обычаям					
БЕЗо3	Для него важно чтить традиции его культуры					
Традиция		4,31	1,13	-0,15	0,92	0,76
ТР1	Для него важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир					
ТР2	Для него важно следовать семейным обычаям или религиозным обычаям					
ТР3	Для него важно чтить традиции его культуры					
Конформизм-Правила		4,04	1,05	-0,42	0,86	0,73
КОНп1	Для него важно никогда не нарушать правила или предписания					
КОНп2	Для него важно соблюдать все законы					
КОНп3	Для него важно соблюдать правила, даже когда никто не видит					
Конформизм-Межличностный		4,24	0,97	-0,23	0,77	0,75
КОНм1	Для него важно не тревожить других людей*					
КОНм2	Для него важно никогда никого не раздражать					
КОНм3	Для него важно никогда не сердить других людей					
Скромность		4,32	0,92	-0,14	0,79	0,50
СКР1	Для него важно никогда не хвастаться и не вести себя высокомерно					
СКР2	Для него важно быть скромным					
СКР3	Для него важно никогда не стремиться к публичному вниманию или одобрению*					

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5	6
Универсализм-Забота о других	4,6	0,97	0.13	0.75	0.71*
УНзд1	Для него важно защищать слабых и уязвимых людей в обществе*				
УНзд2	Для него важно, чтобы со всеми людьми обращались справедливо, даже если он их не знает				
УНзд3	Для него важно, чтобы каждый человек в мире имел равные возможности в жизни				
Универсализм-Забота о природе	4,06	1,03	-0.4	0.88	0.74
УНзп1	Для него важно беречь природу				
УНзп2	Для него важно участвовать в добровольных акциях по защите природы				
УНзп3	Для него важно защищать окружающую среду от разрушения, загрязнений				
Универсализм –Толерантность	4,22	0,99	-0.24	0.8	0.65
Унт1	Для него важно быть терпимым к самым разным людям и группам				
Унт2	Для него важно слушать и понимать людей, отличающихся от него, например, людей, которые принадлежат к различным меньшинствам				
Унт3	Для него важно принимать людей, даже когда он не согласен с ними				
Благожелательность –Забота	5,11	0,84	0.63	0.64	0.79*
БЛз1	Для него важно заботиться о близких ему людях				
БЛз2	Для него очень важно помогать дорогим ему людям				
БЛз3	Для него важно уделять внимание всем нуждам близких ему людей*				
Благожелательность – Чувство долга	5,07	0,93	0.59	0.65	0.81
БЛчд1	Для него важно, чтобы люди, которых он хорошо знает, были полностью в нем уверены				
БЛчд2	Для него важно быть надежным и заслуживающим доверия другом				
БЛчд3	Для него важно, что его страна сильная и может защитить своих граждан				
*Пункты, выброшенные в процессе предварительного анализа надежности для повышения достоверности результатов исследования.					
**Средние значения и стандартные отклонения пунктов подсчитывалось путем центрирования ответов респондентов около полученного ими среднего значения для всех 57 пунктов. Средние значения, стандартные отклонения и надежность 19 ценностей подсчитывалась из значений трех основных пунктов для каждой ценности. Индекс качества (Sarıs, Gallhofer, 2007) – показатель надежности					

- Власть-Доминирование ($\alpha = 0,75$)
- Власть-Ресурсы ($\alpha = 0,70$)
- Репутация ($\alpha = 0,70$)
- Безопасность Личная ($\alpha = 0,53$)
- Безопасность Социальная ($\alpha = 0,74$)
- Традиция ($\alpha = 0,76$)
- Конформизм-Правила ($\alpha = 0,73$)
- Конформизм-Межличностный ($\alpha = 0,75$)
- Скромность ($\alpha = 0,50$)
- Универсализм-Забота о других ($\alpha = 0,71$)
- Универсализм Природа ($\alpha = 0,74$)
- Универсализм Толерантность ($\alpha = 0,65$)
- Благожелательность-Забота ($\alpha = 0,79$)

- Благожелательность-Чувство долга ($\alpha = 0,81$)

В таблице 6 мы видим показатель надежности $\alpha=0,57$ шкалы «Самостоятельность-Мысли», что не позволяет в полной мере использовать данную шкалу в дальнейшем статистическом анализе.

Таблица 6 - Статистика пригодности шкалы «Самостоятельность-Мысли»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. отклонение
0,57	3	14,80	5,00	2,23

Как видно из таблицы 7 показатель $\alpha=0,61$, что является умеренным показателем надежности, которое позволяет говорить о достаточном уровне надежности шкалы «Самостоятельность-Поступки».

Таблица 7 - Статистика пригодности шкалы «Самостоятельность-Поступки»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. отклонение
0,61	3	14,54	7,21	2,68

Показатели надежности шкалы «Стимуляция» отражены в таблице 8, что выявило невысокие баллы Альфа-Кронбаха.

Таблица 8 - Статистики пригодности шкалы «Стимуляция»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,50	2	9,51	3,09	1,76

Исходя из таблицы 9 показатель шкалы «Гедонизм» $\alpha=0,68$, что является недостаточно высоким показателем надежности, исходя из этого, можно сделать вывод о том, что данную шкалу необходимо исключить из дальнейшего анализа для повышения качества исследования.

Таблица 9 - Статистики пригодности шкалы «Гедонизм»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,68	3	13,47	7,70	2,77

Хочется отметить, что показатель $\alpha=0,71$ (таблица 10), что является хорошим показателем надежности, которое позволяет говорить о достаточном уровне надежности шкалы «Достижение»

Таблица 10 - Статистики пригодности шкалы «Достижение»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,71	3	13,98	8,39	2,89

Показатель шкалы «Власть-Доминирование» $\alpha=0,754$, что согласно таблице 11, позволяет говорить о достаточном уровне надежности шкалы «Достижение» и возможности использования на казахстанской выборке.

Таблица 11 - Статистики пригодности шкалы «Власть-Доминирование»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,754	3	10,47	13,075	3,616

В таблице 12 показатель надежности шкалы «Власть-Ресурсы» соответствует $\alpha=0,706$, что позволяет нам использовать данную шкалу в исследовании.

Таблица 12 - Статистики пригодности шкалы «Власть-Ресурсы»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,706	3	11,01	11,582	3,403

Согласно таблице 13 шкала «Репутация» доказала свою надежность на казахстанской выборке и $\alpha=0,706$ является высоким показателем для шкалы ценностей опросника Шварца.

Таблица 13 - Статистики пригодности шкалы «Репутация»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,706	3	15,12	5,632	2,373

Невысокий уровень надежности шкалы «Безопасность Личная» $\alpha=0,530$ не позволяет нам включить данную шкалу в дальнейший статистический анализ нашего исследования (таблица 14).

Таблица 14 - Статистика пригодности шкалы «Безопасность Личная»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,530	3	14,26	6,29	2,51

Как мы видим в таблице 15 показатель надежности шкалы «Социальная Безопасность» $\alpha=0,74$ – что является достаточным показателем надежности, и позволяет использовать данную шкалу для дальнейшего анализа.

Таблица 15 - Статистика пригодности шкалы «Социальная безопасность»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,74	3	14,40	7,71	2,77

В таблице 16 отражены статистические показатели надежности шкалы «Традиция» $\alpha=0,77$ и позволяют утверждать о достаточно высоком уровне ее надежности.

Таблица 16 - Статистика пригодности шкалы «Традиция»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,77	3	12,95	11,43	3,38

Как видно из таблицы 17, показатель надежности шкалы «Конформность-Правила» $\alpha=0,73$ говорит о достаточном уровне надежности и возможности использования в дальнейшем анализе и исследовании.

Таблица 17 - Статистика пригодности шкалы «Конформность - Правила»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,73	3	12,13	10,13	3,18

Как видно из таблицы 18 статистический показатель надежности шкалы «Конформность-Межличностный» $\alpha=0,63$, что позволяет говорить о ее высоком уровне.

Таблица 18 - Статистика шкалы «Конформизм Межличностный»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,63	3	12,73	8,67	2,94

Показатель надежности шкалы «Скромность» (таблица 19) $\alpha=0,50$ - является недостаточным уровнем надежности, которое позволяет использовать данную шкалу в исследовании и на казахстанской выборке. В данной шкале был удален один пункт для повышения уровня надежности шкалы, но в итоге уровень надежности все же остался на низком уровне, вследствие этого невозможно включить данную шкалу в исследование.

Таблица 19 - Статистика пригодности шкалы «Скромность»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,50	2	9,09	4,34	2,08

В таблице 20 отражен показатель надежности шкалы «Универсализм-Забота о природе» $\alpha=0,74$ обладает остаточным уровнем надежности, и позволяет использовать ее в дальнейшем анализе.

Таблица 20 - Статистика пригодности шкалы «Универсализм-Забота о природе»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,74	3	12,20	9,70	3,11

Исходя из статистического анализа (таблица 21) показатель надежности шкалы «Универсализм-Забота о других» $\alpha=0,74$ является высоким показателем надежности, который позволяет использовать ответы испытуемых по данной шкале.

Таблица 21 - Статистика пригодности шкалы «Универсализм-Забота о других»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,70	3	13,79	8,44	2,90

Согласно статистическому анализу таблицы 22, уровень надежности $\alpha=0,65$ шкалы «Универсализм-Толерантность» позволяет отметить ее высокий уровень.

Таблица 22 - Статистика пригодности шкалы «Универсализм-Толерантность»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,65	3	12,68	9,07	3,01

Показатель надежности шкалы «Благожелательность-Забота» $\alpha=0,73$ (таблица 23), который позволяет отметить умеренный уровень пригодности для казахстанской выборки.

Таблица 23 - Статистика пригодности шкалы «Благожелательность-Забота»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,73	3	15,34	6,31	2,51

Надежность шкалы «Благожелательность-Чувство долга» $\alpha=0,82$ позволяет отметить её высокий уровень надежности и возможность использования в дальнейшем анализе (таблица 24).

Таблица 24 - Статистика пригодности «Благожелательность – Чувство долга»

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,82	3	15,21	8,04	2,84

Таким образом, из исследования были исключены некоторые из пунктов в опроснике, для повышения надежности шкалы:

- Показатель Альфа-Кронбаха шкалы Самостоятельность-Мысли был $\alpha = 0,51$, после удаления пункта 28 и надежность увеличилась $\alpha = 0,57$
- Показатель Альфа-Кронбаха шкалы Стимуляция был $\alpha = 0,41$, при удалении вопроса 28 показатель надежности повысился $\alpha = 0,51$
- Показатель Альфа-Кронбаха шкалы Конформность-Правила был $\alpha = 0,63$ и при исключении вопроса 4 показатель надежности повысился $\alpha = 0,75$
- Показатель Альфа-Кронбаха шкалы Скромность был $\alpha = 0,47$; при исключении вопроса 54 и надежность увеличилась $\alpha = 0,50$
- Показатель Альфа-Кронбаха шкалы Доброжелательность-Забота был $\alpha = 0,73$ при удалении вопроса 28 и надежность увеличилась $\alpha = 0,79$.

Невысокий уровень надежности некоторых шкал привел нас в замешательство, было принято решение улучшить показатели шкал, удалив пункты опросника не отвечающим необходимым требованиям достоверности. Для этого шкал обладающие низким коэффициентом альфа-Кронбаха были удалены из дальнейшего анализа.

Вывод: В целом по результатам исследования основные шкалы опросника ценностей Шварца отвечают всем заданным параметрам инструмента для измерения ценностей на казахстанской выборке. При дальнейшем использовании данной модификации опросника Шварца следует обращать внимание на процедуру центрирования баллов, рекомендуемую Ш.Шварцем, для получения достоверных результатов. А также учитывая прецедент, о том, что шкалы (Самостоятельность-Мысли, Стимуляция, Конформность Правил, Скромность, Доброжелательность-Забота) возможно, имеют определенные отклонения, решить которые возможно при помощи удаления некоторых пунктов опросника для повышения качества и достоверности данных исследования.

Результаты исследования надежности опросника ценностей Ш. Шварца (казахская версия).

Для казахской версии опросника измерено 19 ценностей с хорошими коэффициентами альфа (см. таблицы 25):

- Самостоятельность-Мысли ($\alpha = 0,64$),
- Самостоятельность-Поступки ($\alpha = 0,73$),
- Стимуляция ($\alpha = 0,67$),

- Гедонизм ($\alpha = 0,73$),
- Достижение ($\alpha = 0,75$),
- Власть-Доминирование ($\alpha = 0,66$),
- Власть-Ресурсы ($\alpha = 0,57$),
- Репутация ($\alpha = 0,63$),
- Безопасность Личная ($\alpha = 0,81$),
- Безопасность Социальная ($\alpha = 0,93$),
- Традиция ($\alpha = 0,58$),
- Конформизм-Правила ($\alpha = 0,66$),
- Конформизм-Межличностный ($\alpha = 0,61$),
- Скромность ($\alpha = 0,60$),
- Универсализм-Забота о других ($\alpha = 0,60$),
- Универсализм Природа ($\alpha = 0,56$),
- Универсализм Толерантность ($\alpha = 0,57$),
- Благожелательность-Забота ($\alpha = 0,80$),
- Благожелательность-Чувство долга ($\alpha = 0,76$).

Таблица 25 - Сырые, центрированные баллы и результаты достоверности коэффициента Альфа-Кронбаха опросника Шварца PVQ-K (казахская версия)

Пункт	Название ценностей и пункты опросника	Сырые баллы		Центрированные баллы		Индексы качества
		М	SD	М	SD	α
Самостоятельность-Мысли		2.26	0.69	-0.52	0.62	0.64
Самостоятельность-Поступки		0.21	0.60	0.64	0.58	0.73
Стимуляция		0.85	0.66	-0.29	0.53	0.67
Гедонизм		2.38	0.86	-0.28	0.72	0.73
Достижение		2.58	0.90	-0.05	0.76	0.75
Власть- Доминирование		3.49	0.99	0.85	0.85	0.66
Власть-Ресурсы		2.48	0.73	0.62	-0.14	0.57
Репутация		2.83	0.73	-0.15	0.72	0.63
Безопасность-Личная		2.92	1.03	-0.07	0.94	0.81
Безопасность-Общественная		3.33	0.81	0.35	0.71	0.93
Традиция		0.21	0.60	0.73	0.64	0.58
Конформизм-Правила		-0.29	0.53	0.67	0.85	0.66
Конформизм-Межличностный		1.05	0.87	0.75	0.81	0.61
Скромность		-0.46	0.37	0.39	0.49	0.60
Универсализм-Забота о других		-0.48	0.40	0.59	0.76	0.60
Универсализм-Забота о природе		3.57	0.89	0.96	0.77	0.56
Универсализм-Толерантность		2.48	0.73	-0.14	0.55	0.57
Благожелательность-Забота		2.94	0.76	-0.04	0.73	0.80
Благожелательность-Чувство долга		2.28	0.73	-0.33	0.64	0.76

Невысокий уровень надежности некоторых шкал привел нас в замешательство, было принято решение улучшить показатели шкал, удалив пункты опросника не отвечающим необходимым требованиям достоверности.

Для этого шкалы обладающие низким коэффициентом альфа-Кронбаха были удалены из дальнейшего анализа.

Вывод: В целом по результатам исследования основные шкалы опросника Шварца отвечают всем заданным параметрам инструмента для измерения ценностей на казахстанской выборке. При дальнейшем использовании данной модификации опросника Шварца следует обращать внимание на процедуру центрирования баллов, рекомендуемую Ш.Шварцем, для получения достоверных результатов. А также учитывая прецедент, о том, что шкалы (Власть Ресурсы, Традиция, Универсализм-Забота о природе, Универсализм - Толерантность) возможно, имеют определенные отклонения, решить которые возможно при помощи удаления некоторых пунктов опросника для повышения качества и достоверности данных исследования.

Результаты исследования надежности русской и казахской версии опросника социальных аксиом К. Леунга и М. Бонда.

Ответы респондентов были подсчитаны путем использования процедуры центрирования сырых данных, рекомендуемой Ш. Шварцем.

Из анализа результатов исследований у зарубежных коллег, по большей части, Альфа Кронбаха варьировалась от 0,37 до 0,79 для фактора «Социального цинизм», для «Социальной сложности» от 0,33 до 0,67, «Вознаграждение за усилия» от 0,33 до 0,72, «Духовность» от 0,49 до 0,78, и «Контроль судьбы» от 0,32 до 0,59. Высокие показатели надежности были найдены для четырех социальных аксиом, используемых в данном исследовании (таблицы 26-30).

В таблице 26 показатель $\alpha=0,72$ позволяет нам говорить о достаточно высоком уровне надежности шкалы «Социальный цинизм».

Таблица 26 - Статистика пригодности шкалы «Социальный цинизм» (русская версия)

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,72	8	25,88	23,94	4,89

Согласно таблице 27 показатель $\alpha=0,79$ свидетельствует о высоком уровне надежности шкалы «Награда за усилия».

Таблица 27 - Статистика пригодности шкалы «Награда за усилия» (русская версия)

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,79	8	32,63	19,46	4,41

Как видно из таблицы 28 показатель $\alpha=0,68$ является оптимальным показателем надежности, который позволяет использовать в исследовании шкалу «Социальная сложность».

Таблица 28 - Статистика пригодности шкалы «Социальная сложность» (русская версия)

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,68	8	31,57	12,84	3,58

Исходя из статистических данных, отраженных в таблице 29 показатели надежности шкалы опросника Социальных аксиом «Контроль судьбы» $\alpha=0,61$ является высоким показателем надежности, который позволяет говорить о ее достаточном уровне.

Таблица 29 - Статистика пригодности шкалы «Контроль судьбы» (русская версия)

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. отклонение
0,61	7	21,56	14,97	3,86

Как видно из таблицы 30, что показатель $\alpha=0,72$ – является хорошим показателем надежности, который позволяет говорить о достаточном уровне надежности шкалы «Религиозность».

Таблица 30 - Статистика пригодности шкалы «Религиозность» (русская версия)

Альфа Кронбаха	Количество пунктов	Среднее	Дисперсия	Стд. Отклонение
0,72	8	25,96	22,70	4,76

Результаты проверки казахской версии опросника представлены в нижеследующей таблице 31.

Таблица 31 - Статистика пригодности опросника «Социальных аксиом» казахская версия

Факторы	Среднее	Ст. девиация	Альфа Кронбаха
Социальный цинизм	4,84	0.743	0,61
Награда за вознаграждение	3,51	0.810	0.75
Социальная сложность	4,79	0.761	0.60
Контроль судьбы	4,92	0.650	0.66
Духовность	5,32	0.983	0.63

Показатели по шкалам социальный цинизм, награда за вознаграждение, социальная сложность, контроль судьбы и духовность являются достаточно хорошим показателями надежности, что позволяет говорить о достаточном уровне надежности данных шкал.

Вывод: попытка адаптации казахской и русской версии опросника «Социальных аксиом» на казахстанской выборке оказалась успешной, о чем и свидетельствуют статистические показатели. Следует отметить, что в казахской и русской версиях опросника Социальных аксиом, также может быть применена процедура центрирования баллов, предложенная Шварцем, для получения более качественных и достоверных результатов исследования.

Результаты описательной статистики опросника ценностей Шварца и социальных аксиом.

Согласно плану исследования одним из важнейших и первостепенным является дескриптивный (описательный) анализ. Процедура описательной статистики позволила обобщить первичные результаты, полученные при опросе респондентов. Процедуры свелись к группировке данных по их значениям, построению распределения их частот, выявлению центральных тенденций распределения (например, средней арифметической) и, наконец, к оценки разброса данных по отношению к найденной центральной тенденции.

Из 309 опрошенных респондентов, мы удалили 5 анкет с пропущенными ответами и некорректными данными. Как видно в таблице 32, согласно возрастным данным наиболее часто встречающимся возрастом являются респонденты, достигшие 20 лет.

Таблица 32 - Статистика возрастных данных респондентов

Количество ответов	Верных	309
	Пропущенных	5
Среднее		32,8
Мода		20
Стд. Отклонение		15,4
Минимум		18
Максимум		65

Как видно из таблицы 33 и рисунка 7, по шкалам «Награда за усилия» (4,08) и «Социальная сложность» (3,94) у респондентов выявлены наиболее высокие средние значения, по сравнению с другими шкалами опросника.

Таблица 33 - Дескриптивная статистика опросника Социальных аксиом (N=305)

Шкалы	Min	Max	Среднее	Стд. отклонение
Социальный цинизм	1	4	3,24	0,61
Награда за усилия	2	5	4,08	0,55
Социальная сложность	2	5	3,94	0,44
Контроль Судьбы	1	4	3,09	0,48
Духовность	1	5	3,23	0,60

Наиболее низкое значение получила шкала «Контроль судьбы» (3,09).

Исходя из представленных данных, можно говорить о том, что для казахстанцев характерен оптимизм в трудных жизненных ситуациях, применением ресурсов личности к разрешению проблем.

Казахстанцам свойственно когнитивно сложное восприятие окружающего мира, что выражается в понимании того, что индивидуальное поведение может меняться время от времени, от ситуации к ситуации, и невозможно простое упорядочение мыслей, чувств, черт. Для новых событий старые алгоритмы решений могут не подходить.

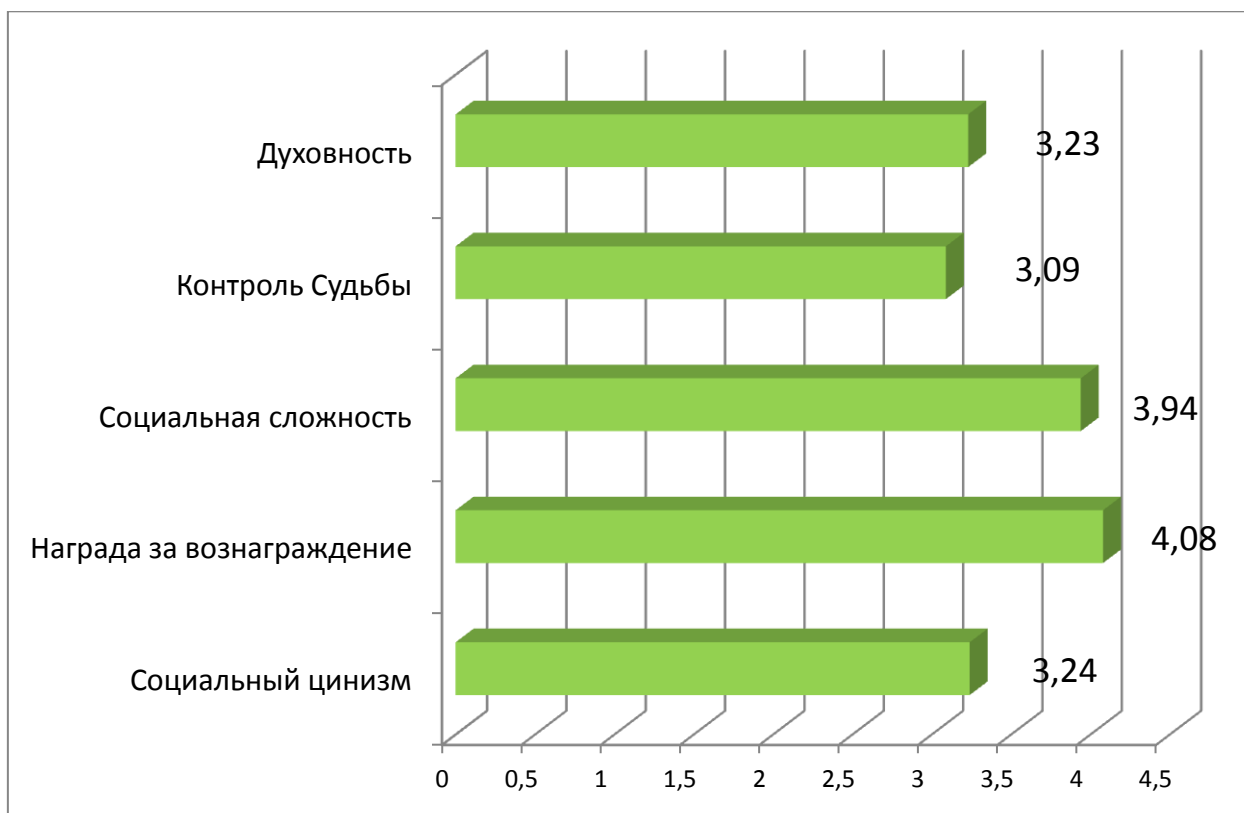


Рисунок 7 - Средние значения показателей опросника Социальных аксиом

Низкие балы по шкале «Контроль судьбы» указывают на то, что жизнь и жизненные обстоятельства понимаются как непредсказуемые, что результаты действий не всегда можно предсказать.

В таблице 34 и на рисунке 8 представлены результаты описательной статистики для каждой группы отдельно.

Из представленной таблицы 34 и рисунка 8 видно, что у молодого поколения доминирует социальная аксиома «Награда за усилия» (4,11), у старшего поколения доминирует аксиома «Социальная сложность» (4,03).

То есть молодежь смотрит на социальную реальность сквозь призму оптимизма, веря, что трудности жизни могут быть преодолены усилиями человека и приложением ресурсов личности к разрешению проблем.

Таблица 34 - Дескриптивная статистика опросника Социальных аксиом для двух групп испытуемых

Факторы	Возраст	Среднее	Ст. девиация
Социальный цинизм	младше 25	3,22	0,613
	старше 50	3,25	0,609
Награда за усилия	младше 25	4,11	0,560
	старше 50	4,02	0,529
Социальная сложность	младше 25	3,89	0,440
	старше 50	4,03	0,452
Контроль судьбы	младше 25	3,04	0,491
	старше 50	3,17	0,457
Духовность	младше 25	3,23	0,603
	старше 50	3,23	0,630

Тогда как старшее поколение за счет опыта, личной зрелости воспринимает мир как когнитивно сложный, где индивидуальное поведение может меняться время от времени, от ситуации к ситуации, и невозможно простое упорядочивание мыслей, чувств, черт характера.

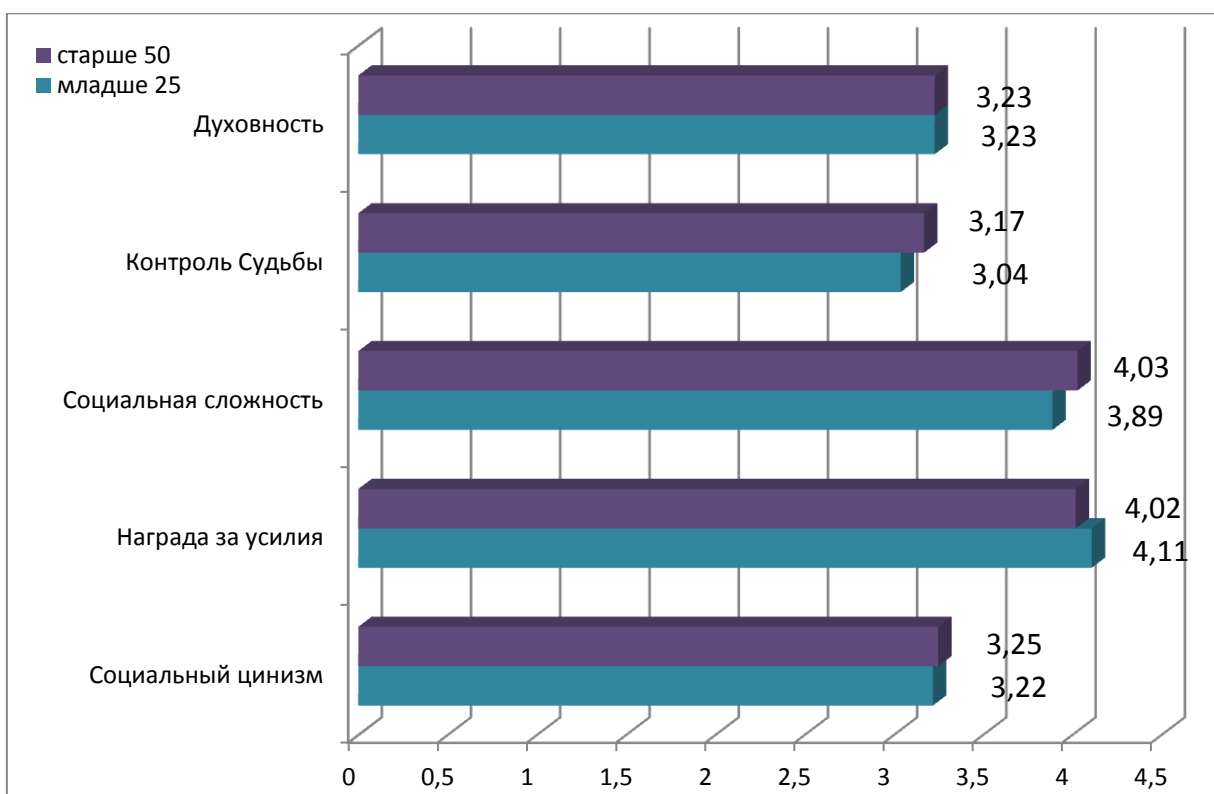


Рисунок 8 - Среднее значение показателей опросника Социальных аксиом по группам

Игнорируемая социальная аксиома у молодого и старшего поколения «Контроль судьбы» (3,04 и 3,17). То есть и молодое и старшее поколение не верят в судьбу, предопределенность жизненных обстоятельств.

В таблицы 35 и на рисунке 9 представлены результаты описательной статистики по опроснику ценностей Ш.Шварца.

Таблица 35 - Дескриптивная статистика опросника ценностей Ш.Шварца

Шкалы	Min	Max	Среднее	Стд.отк.
1	2	3	4	5
Самостоятельность Мысли	2	6	4,93	0,75
Самостоятельность Действия	1	6	4,84	0,894
Гедонизм	1	6	4,48	0,925
Стимуляция	1	6	4,3	0,844
Достижение	2	6	4,65	0,965
Власть-Доминирование	1	6	3,48	1,203
Власть-Ресурсы	1	6	3,67	1,133
Репутация	1	6	5,04	0,791
Безопасность Личная	2	6	4,75	0,836

Продолжение таблицы 35

1	2	3	4	5
Безопасность Социальная	1	6	4,8	0,925
Традиция	1	6	4,31	1,132
Конформность Правила	1	6	4,04	1,059
Конформность межличностная	1	6	4,24	0,978
Скромность	1	6	4,32	0,925
Универсализм – Забота о природе	1	6	4,06	1,036
Универсализм – Забота о других	1	6	4,6	0,971
Универсализм-Толерантность	1	6	4,22	0,999
Благожелательность-Забота	1	6	5,11	0,845
Благожелательность – Чувство долга	1	6	5,07	0,938

По результатам эмпирического исследования ценностей в таблице 35, видно, что из 19-ти измеряемых данной методикой показателей, у испытуемых наиболее высокие показатели по следующим шкалам:

- шкала Репутации (5,04),
- шкала Благожелательности-Чувство долга (5,07),
- шкала Благожелательности-Забота (5,11).

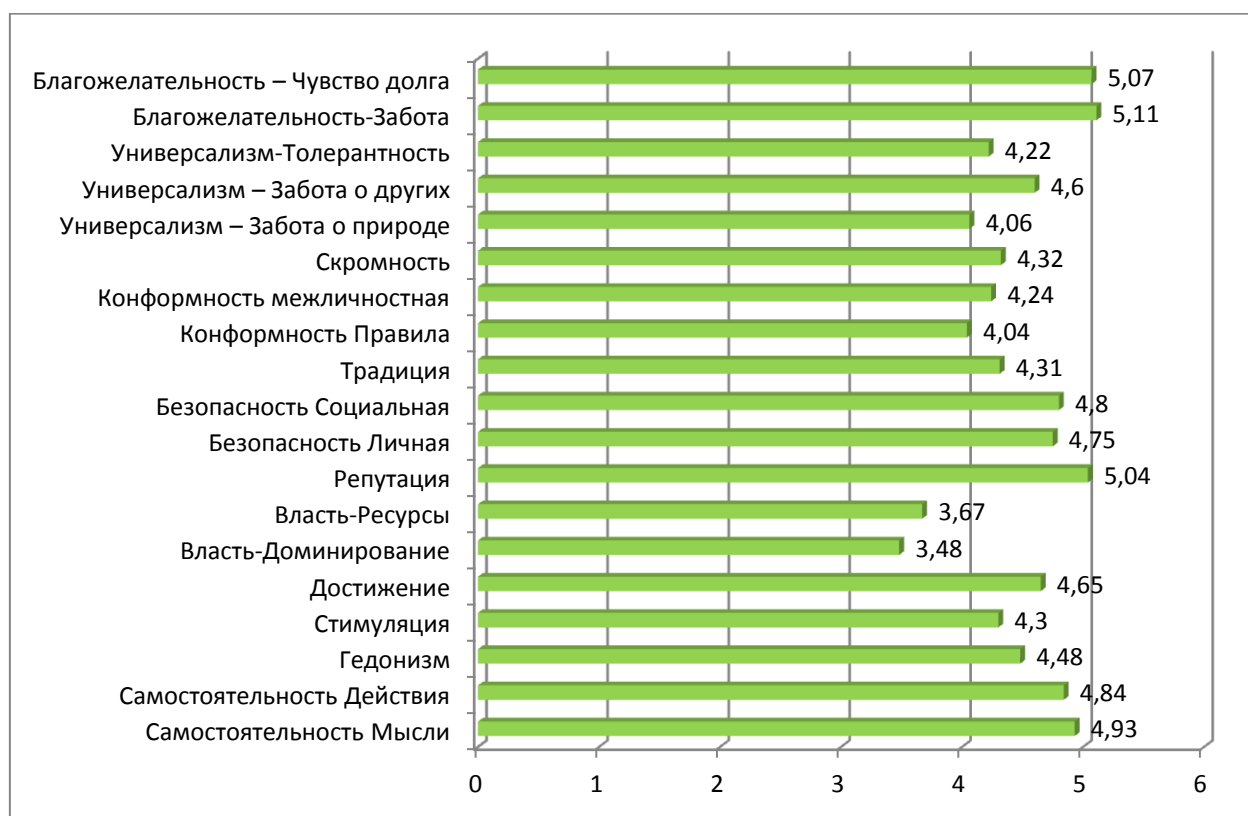


Рисунок 9 - Дескриптивная статистика опросника ценностей Ш. Шварца

Наименьший показатели выявлены по таким шкалам, как:

- Власть-Доминирование (3,48),
- Власть-Ресурсы (3,67).

Данные результаты указывают на специфику казахстанского менталитета - выражение благожелательности не только в эмоциях, но и в конкретных действиях - заботе, данные показатели указывают на то, что казахстанцам свойственен коллективный тип культуры - стремление быть надежным членом группы, преданность членам группы. Данные ценности относятся к самоопределению и социальному фокусу. Высокие результаты по шкале репутация указывают на внутренний конфликт, поскольку это шкала противоположна шкале благожелательности. Высокие баллы по данной шкале указывают на выраженные тенденции к защите и влиянию посредством поддержания публичного имиджа и избегания унижения. Эта ценность относится к личному фокусу и избеганию тревоги.

Следовательно можно говорить о том, что динамически изменяющиеся социальные условия вызывают внутренний конфликт между социальным и личностным фокусом.

Низкие результаты по ценности власти указывают на отсутствие механизмов влияния, что говорит о напряженности личностного фокуса и ценности самоутверждения.

В таблицы 36 и на рисунке 10 представлены результаты описательной статистики по опроснику ценностей Ш.Шварца для каждой группы отдельно.

Таблица 36 - Deskриптивная статистика опросника ценностей Ш.Шварца для двух групп

Шкалы	Выборка	Среднее	Ст. отклонение
1	2	3	4
Самостоятельность мысли	младше 25	4,94	0,877
	старше 50	4,94	0,813
Самостоятельность Поступки	младше 25	4,80	0,877
	старше 50	4,95	0,927
Гедонизм	младше 25	4,54	0,871
	старше 50	4,38	1,02
Стимуляция	младше 25	4,30	0,805
	старше 50	4,32	0,896
Достижение	младше 25	4,76	0,929
	старше 50	4,47	1,06
Власть доминирование	младше 25	3,57	1,16
	старше 50	3,33	1,28
Власть ресурсы	младше 25	3,71	1,09
	старше 50	3,60	1,21
Репутация	младше 25	5,04	0,806
	старше 50	5,05	0,770
Безопасность личная	младше 25	4,75	0,846
	старше 50	4,78	0,810

Продолжение таблицы 36

1	2	3	4
Безопасность социальная	младше 25	4,77	0,872
	старше 50	4,85	1,03
Традиция	младше 25	4,36	1,11
	старше 50	4,23	1,15
Конформность Личная	младше 25	4,00	1,08
	старше 50	4,11	1,16
Конформность межличностная	младше 25	4,19	0,958
	старше 50	4,34	1,02
Скромность	младше 25	4,30	0,939
	старше 50	4,35	0,913
Универсализм природа	младше 25	4,01	1,07
	старше 50	4,17	0,969
Универсализм Забота о других	младше 25	4,57	1,02
	старше 50	4,68	0,856
Универсализм Толерантность	младше 25	4,19	0,985
	старше 50	4,28	1,04
Благожелательность Забота	младше 25	5,12	0,873
	старше 50	5,12	0,771
Благожелательность Чувство долга	младше 25	5,04	1,01
	старше 50	5,14	0,737

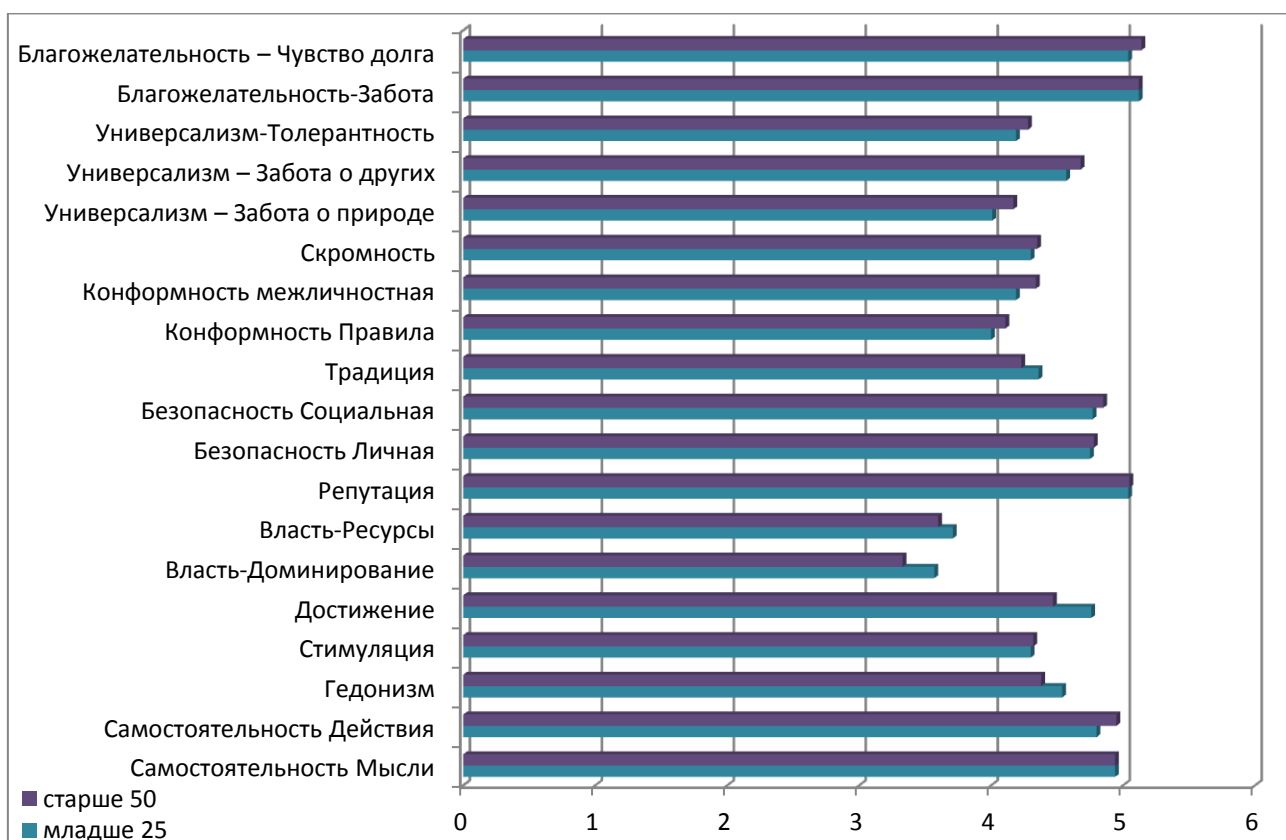


Рисунок 10 - Дескриптивная статистика опросника ценностей Ш. Шварца для двух поколений

Согласно представленным данным в таблице 36 и на рисунке 10 видно, что молодое и старшее поколение имеют одинаковые как доминирующие, так и игнорируемые ценностные ориентации.

К доминирующим ценностным ориентациям у старшего и молодого поколения относятся:

- Безопасность Личная (5,05 и 5,04),
- шкала Благожелательности-Чувство долга (5,14 и 5,04),
- шкала Благожелательности-Забота (5,12 и 5,12).

Игнорируемые ценностные ориентации:

- Власть-Доминирование (3,33 и 3,71),
- Власть-Ресурсы (3,6 и 3,71).

Доминирование среди ценностей - ценности Безопасность Личная, указывает на то, что личный фокус не полностью вытесняется из сознания казахстанцев. Ценностные ориентации казахстанцев как молодого, так и старшего поколения реализуются через механизмы роста и развития, самозащиты. Тогда как механизм реализации ценностных ориентаций - избегание тревоги, используется реже всего. Возможно это связано с тем, что значимость группы и включенность в нее позволяют справляться с тревожными состояниями достаточно успешно.

Вывод: в системе ценностных ориентаций казахстанцев прослеживается внутренний конфликт между личным и социальным фокусом, между самоопределением и самоутверждением. Данная тенденция может объясняться процессами глобализации, оказывающих влияние на казахстанское общество.

Результаты корреляционного анализа методики социальных аксиом и опросника ценностей Шварца.

Результаты корреляционного анализа представлены в таблице 37. Для удобства прочтения данных в таблицах представлены только статистически значимые корреляции. В таблицах значимые «сильные» корреляции отмечены звездочками: на уровне 0,05 и меньше – одной звездочкой (*), а на уровне 0,01 – двумя звездочками (**).

Из таблицы 37 видно, что социальные аксиомы связаны положительными и отрицательными корреляциями с ценностными ориентациями. Перейдем к описанию обнаруженных взаимосвязей.

Социальный цинизм связан 10 корреляциями с ценностными ориентациями:

- 4 положительными корреляциями: Гедонизм (0,165**), Власть-Доминирование (0,244**), Власть-Ресурсы (0,222**), Стимуляция (0,115*);
- 6 отрицательными корреляциями: Доброжелательность-Чувство долга (-0,172**), Доброжелательность-Забота (-0,141*), Универсализм-Толерантность (-0,220**), Традиция (-0,232**), Универсализм-Забота о других (-0,117*), Конформность-Правила (-0,115*).

То есть, чем более человек эгоцентричен и равнодушен, тем больше у него доминируют ценностные ориентации связанные с стремлением к удовольствию, стремлением управлять людьми и материальными ресурсами,

стремлением к возбуждению, новизне и перемене. И наоборот, если у испытуемых доминируют ценности власти, удовольствия, возбуждения (личностный фокус, связанный с избегание тревоги, со свободой от тревоги) тем больше для человека будет характерен социальный цинизм.

Вместе с тем, чем меньше у человека выражен социальный цинизм, тем больше он ориентирован на проявление доброжелательности, толерантности, преданности группе, соблюдении ее правил и принятии ее участников, то есть на социальном фокусе. И, наоборот, при высокоразвитом социальном цинизме, ценностные ориентации, относящиеся к социальному фокусу, развиты слабо.

Шкала Награда за усилие связана 4 корреляциями:

- 2 положительные: Доброжелательность-Чувство долга (0,246**), Универсализм-Толерантность (0,151**).

- 2 отрицательные: Власть-Ресурсы (-0,228**), Конформность-Межличностная (-0,135*).

Таким образом, если для человека характерен оптимизм в трудных жизненных ситуациях, то он больше ориентирован на ценности стремления быть надежным, заслуживающим доверия членом группы. А также его отличает принятие и понимание тех, кто отличается от него; и в меньшей степени ориентирован на избегание причинения вреда и влияния посредством контроля материальных и социальных ресурсов. И наоборот, если для человека характерен пессимизм в трудных ситуациях, то он будет стремиться к оказанию влияния посредством контроля материальных и социальных ресурсов, и избегать прямого причинения вреда, однако ценность быть частью группы и понимать участников группы будет нивелирована.

Таблица 37 - Показатели корреляционного анализа методик ценностей Ш. Шварца и опросника социальных аксиом

Ценности	Соц. цинизм	Награда за усилие	Социальная сложность	Контроль судьбы	Религиозность
1	2	3	4	5	6
Самостоятельность –Мысли			0,413**	-0,210**	-0,313**
Самостоятельность –Поступки			0,357**		-0,315**
Гедонизм	0,165**				
Конформность Межличностная		-0,135*	-0,249**	0,121*	0,220**
Конформность-Правила	-0,115*		-0,131*	0,119*	0,125*
Власть - Доминирование	0,244**				-0,178**
Власть-Ресурсы	0,222**	-0,228**			
Репутация Универсализм – Забота о других	-0,117*		-0,164**		

Продолжение таблицы 37

1	2	3	4	5	6
Универсализм Толерантность	-0,220 ^{**}	0,151 ^{**}			
Универсализм – Забота о природе					0,168 ^{**}
Стимуляция	0,115 [*]		0,170 ^{**}		-0,155 ^{**}
Традиция	-0,232 ^{**}		-0,262 ^{**}	0,222 ^{**}	0,341 ^{**}
Достижение			0,120 [*]	-0,112 [*]	
Доброжелательност ь Забота	-0,141 [*]				
Доброжелательност ь- Чувство долга	-0,172 ^{**}	0,246 ^{**}	0,188 ^{**}		-0,141 [*]

Шкала Социальная сложность связана 9 корреляциями с ценностными ориентациями:

- 5 положительными корреляциями - Самостоятельность-Мысли (0,413^{**}), Самостоятельность-Поступки (0,357^{**}), Стимуляция (0,170^{**}), Достижение (0,120^{*}) и Доброжелательность-Чувство долга (0,188^{**}).

- 4 отрицательными корреляциями - Традиция (-0,262^{**}), Репутация (-0,164^{**}), Конформность-Межличностная (-0,249^{**}) и Конформность-Правила (-0,131^{*}).

То есть, чем больше человек воспринимает мир как неоднозначный, когнитивно сложный, тем больше у него развиты ценности свободы развивать собственные способности и определять свои поступки, стремление к новизне, к достижению успеха и стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы. И наоборот, чем более простым кажется человеку мироустройство, тем меньше он стремится реализовывать свои идеи, более консервативен, ориентирован на избегание неудач и слабо развито стремление быть членом группы.

С другой стороны, чем больше человек воспринимает мир как неоднозначный, когнитивно сложный, тем более он космополитичен, меньше следует традициям, в меньшей степени соблюдает правила, боится кого-то огорчить и бережет свою репутацию. И наоборот, чем более простым кажется человеку мироустройство, тем меньше он стремится следовать правилам и традициям семьи и общества, боится кого-то огорчить и трепетно оберегает свою репутацию.

Шкала Контроль судьбы связана 5 корреляциями с ценностными ориентациями личности:

- 3 положительными корреляциями - Традиция (0,222^{**}), Конформность-Межличностная (0,121^{*}) и Конформность-Правила (0,119^{*}).

- 2 отрицательными корреляциями - Самостоятельность-Мысли (-0,210^{**}), Достижение (-0,112^{*}).

То есть, чем больше человек верит в предсказуемость, предрешенность собственной судьбы, тем больше он ориентирован на ценности соблюдения традиций и правил, норм поведения и избегания вреда и меньше будут развиты ценности развития идей и способностей и стремления к успеху. И наоборот, чем менее предсказуемой человеку кажется собственная судьба, тем больше он будет стремиться к успеху, к развитию способностей и идей, меньше будет следовать правилам и традициям и страху причинения вреда.

Шкала Религиозность связана 9 корреляциями с ценностными ориентациями:

- 4 положительными корреляциями - Конформность-Межличностная (0,220^{**}), Конформность-Правила (0,125^{*}), Универсализм – Забота о природе (0,168^{**}) и Традиция (0,341^{**}).

- 5 отрицательными корреляциями - Доброжелательность-Чувство долга (-0,141^{*}), Самостоятельность-Мысли (-0,313^{**}), Самостоятельность - Поступки (-0,315^{**}), Власть - Доминирование (-0,178^{**}), Стимуляция (-0,155^{**}) и Доброжелательность-Чувство долга (-0,141^{*}).

То есть, чем более человек религиозен, тем больше у него развиты ценности приверженности к нормам и правилам поведения, семейным и социальным традициям, сохранение природной среды и меньше развиты ценности развития собственных способностей, стремление к доминированию, к новизне и переменам, стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы. И наоборот, чем менее человек религиозен, тем больше у него для него характерны ценности развития идей и способностей, стремление к новизне и переменам, желание доминировать, и быть надежным и заслуживающим доверия членом группы и меньше развиты ценности традиций, соблюдения правил, не причинения вреда людям и природе.

Вывод: результаты корреляционного анализа показывают, социальные аксиомы связаны положительными и отрицательными корреляциями с ценностными ориентациями. Это косвенно подтверждает нашу идею о том, что ценностные ориентации и социальные аксиомы являются образующими элементами социальных представлений.

Результаты множественного дисперсионного анализа (MANOVA) на казахстанской выборке по методике изучения ценностных ориентаций Ш.Шварца.

Основные показатели MANOVA включают в себя одномерные и многомерные критерии. В качестве многомерных критериев используются многомерные тесты, учитывающие корреляцию зависимых переменных. Эти критерии, а также уровни их значимости вычисляются для каждого фактора и всех взаимодействий.

Одномерные критерии - это обычные F-отношения для проверки гипотез о влиянии факторов и их взаимодействия на каждую из зависимых переменных в отдельности. Одномерные критерии позволяют детализировать те эффекты, статистическая значимость которых подтверждена многомерными критериями. Полученные результаты включают в себя детальные описания статистики

(таблица 38), результаты многомерных тестом (таблица 39), оценку эффектов одномерных тестов (таблицы 40-43).

Таблица 38 - Описательная статистика

Независимые переменные		Выборки	Количество
Возраст	1	Моложе 25-ти лет	202
	2	старше 50-ти лет	103
Гендер	1	Женщины	194
	2	Мужчины	111

Как мы видим, в таблице 38, что Уилкс $\lambda = 0,907$, $F = 1,526$, $p=0,076$, что указывает, что дисперсионно-ковариационные матрицы достоверно не различаются по возрасту. Это означает, что выполняется главное допущение для многомерных тестов и их результаты могут быть приняты к рассмотрению. Уровень достоверности не критичен, он указывает на наличие тенденции к различиям. Детальное изучение требует большей выборки и большего охвата регионов Республики Казахстан.

Из таблицы 39, в которой представлены результаты одномерных тестов видно, что поколения (молодежь до 25 и зрелые старше 50) дифференцируются только по одной ценности - ценности Достижения: $F= 5.104$, $p < 0,025$, частичный Эта-квадрат = 0,017. Данные таблицы 36 указывают, на то, что данная ценность более сформирована у молодого поколения - молодежь ($M = 4,74$) и старшее поколение ($M = 4,47$).

Таблица 39 - Результат многомерных тестов

Показатели		Значения	F	Ст. св. гипотезы	Ст. св. ошибки	Знч.	Частная Эта в квадрате
Возраст	Лямбда Уилкса	0,907	1,526	19,000	283,000	0,076	0,093
Гендер	Лямбда Уилкса	0,890	1,841	19,000	283,000	0,019	0,110

Таблица 40 - Оценка эффектов межгрупповых факторов (переменная возраст)

Шкалы		Сумма квадратов типа III	Ст. св.	Сред. квадрат	F	Знач.	Частная эта в квадрате
1	2	3	4	5	6	7	8
Возраст	Самостоятельность-Мысли	0,002	1	,002	,003	,957	,000
	Самостоятельность-Поступки	1,021	1	1,021	1,276	0,260	0,004

Продолжение таблицы 40

1	2	3	4	5	6	7	8
	Гедонизм	1,059	1	1,059	1,229	0,268	0,004
	Стимуляция	0,112	1	,112	,164	0,686	0,001
	Достижения	4,669	1	4,669	5,104	0,025	0,017
	Власть- Доминирование	3,063	1	3,063	2,100	0,148	0,007
	Власть- Ресурсы	0,432	1	,432	,333	0,564	0,001
	Репутация	0,243	1	,243	,395	0,530	0,001
	Безопасность Личная	0,571	1	,571	,856	0,355	0,003
	Безопасность Социальная	0,715	1	,715	,832	0,363	0,003
	Традиция	0,023	1	,023	,019	0,891	0,000
	Конформность- Правила	1,567	1	1,567	1,410	0,236	0,005
	Конформность- Межличностная	2,878	1	2,878	3,014	0,084	0,010
	Скромность	0,956	1	,956	1,158	0,283	0,004
	Универсализм- Забота о природе	1,320	1	1,320	1,221	0,270	0,004
	Универсализм- Забота о других	1,863	1	1,863	2,013	0,157	0,007
	Универсализм- Толерантность	0,340	1	,340	,349	0,555	0,001
	Благожелательность –Забота	0,028	1	,028	,041	0,840	0,000
	Благожелательность- Чувство долга	0,670	1	,670	,784	0,377	0,003

Таблица 41 - Оценки 2-х выборок по возрасту

Зависимая переменная	Выборка	Среднее	Стд. ошибка	95% доверительный интервал	
				Нижняя граница	Верхняя граница
1	2	3	4	5	6
Самостоятельность – Мысли Продолжение таблицы 41	младше 25	4,930	,055	4,822	5,038
	старше 50	4,925	,077	4,773	5,077
Самостоятельность- Поступки	младше 25	4,792	,065	4,663	4,920
	старше 50	4,919	,092	4,738	5,100
Гедонизм	младше 25	4,524	,068	4,390	4,657
	старше 50	4,394	,095	4,206	4,582
Стимуляция	младше 25	4,293	,060	4,175	4,412
	старше 50	4,251	,085	4,084	4,418

Продолжение таблицы 41

1	2	3	4	5	6
Достижение	младше 25	4,741	,070	4,604	4,878
	старше 50	4,469	,098	4,275	4,662
Власть-доминирование	младше 25	3,576	,088	3,403	3,750
	старше 50	3,356	,124	3,112	3,600
Власть-Ресурсы	младше 25	3,706	,083	3,542	3,870
	старше 50	3,623	,117	3,393	3,853
Репутация	младше 25	4,997	,057	4,884	5,110
	старше 50	5,059	,081	4,901	5,218
Безопасность-Личная	младше 25	4,695	,060	4,577	4,812
	старше 50	4,790	,084	4,625	4,955
Безопасность Социальная	младше 25	4,744	,068	4,610	4,877
	старше 50	4,850	,095	4,663	5,038
Традиция	младше 25	4,303	,081	4,143	4,463
	старше 50	4,284	,114	4,059	4,509
Конформность правила	младше 25	3,950	,077	3,799	4,102
	старше 50	4,108	,108	3,895	4,321
Конформность межличностная	младше 25	4,157	,071	4,017	4,298
	старше 50	4,371	,100	4,174	4,569
Скромность	младше 25	4,232	,066	4,102	4,363
	старше 50	4,356	,093	4,172	4,539
Универсализм Забота о природе	младше 25	4,004	,076	3,855	4,153
	старше 50	4,149	,107	3,939	4,359
Универсализм Забота о других	младше 25	4,512	,070	4,374	4,650
	старше 50	4,684	,099	4,489	4,878
Универсализм Толерантность	младше 25	4,145	,072	4,004	4,287
	старше 50	4,219	,101	4,019	4,418
Благожелательность – Забота	младше 25	5,077	,061	4,957	5,196
	старше 50	5,098	,085	4,930	5,266
Благожелательность – Чувство долга	младше 25	5,003	,067	4,870	5,136
	старше 50	5,106	,095	4,919	5,293

То есть молодежь больше ориентирована на достижение успеха в соответствии с социальными стандартами. Данный вывод логичен и соответствует возрастным особенностям выборки.

Так же выявлены ценности, которые объединяют эти два поколения:

- Самостоятельность-Мысли
- Самостоятельность-Поступки
- Гедонизм
- Стимуляция
- Власть-Доминирование
- Власть-Ресурсы
- Репутация
- Безопасность Личная
- Безопасность социальная

- Традиция
- Конформность-Правила
- Конформность-Межличностная
- Скромность
- Универсализм-Забота о природе
- Универсализм-Забота о других
- Универсализм-Толерантность
- Благожелательность-Забота
- Благожелательность-Чувство долга

Таким образом, не смотря на глубинные систематические трансформации казахстанского общества, ценностные ориентации тяготеют к сохранению базового ценностного компонента, который является механизмом передачи устойчивых элементов ценностной системы от поколения к поколению.

Многофакторный дисперсионный анализ выявил значительный многомерный основной эффект по гендеру, Уилкс $\lambda = 0,890$, $F(19000) = 1,841$, $p < 0,019$, что указывает, что дисперсионно-ковариационные матрицы достоверно различаются. Это означает, что выполняется главное допущение для многомерных тестов и их результаты могут быть приняты к рассмотрению.

Из таблицы 42-43 и рисунка 11 видно, что система ценностных ориентаций мужчин и женщин дифференцируется по следующим 6 ценностям:

- Стимуляция ($p = 0,002$, $F = 9,676$);
- Безопасность личная ($p = 0,031$, $F = 4,702$);
- Скромность ($p = 0,013$, $F = 6,247$);
- Универсализм-Толерантность ($p = 0,000$, $F = 12,691$);
- Благожелательность-Забота ($p = 0,012$, $F = 6,404$);
- Благожелательность-Чувство долга ($p = 0,010$, $F = 6,773$).

Показатели таблицы 43 и рисунок 11 указывают, на то, что данная группа ценностей лучше сформирована у женщин.

Таблица 42 - Оценки 2-х выборок по гендеру

Зависимая переменная	Гендер	Среднее	Стд. ошибка	95% доверительный интервал	
				Нижняя граница	Верхняя граница
1	2	3	4	5	6
Самостоятельность-Мысли	женщины	4,987	,057	4,874	5,099
	мужчины	4,868	,076	4,719	5,017
Самостоятельность-Поступки	женщины	4,936	,068	4,803	5,070
	мужчины	4,775	,090	4,598	4,952
Гедонизм	женщины	4,488	,070	4,349	4,626
	мужчины	4,430	,093	4,246	4,614
Стимуляция	женщины	4,434	,063	4,311	4,557
	мужчины	4,110	,083	3,947	4,274

Продолжение таблицы 42

1	2	3	4	5	6
Достижение	женщины	4,669	,072	4,527	4,812
	мужчины	4,541	,096	4,351	4,730
Власть- доминирование	женщины	3,428	,092	3,248	3,609
	мужчины	3,503	,122	3,264	3,743
Власть-Ресурсы	женщины	3,656	,086	3,486	3,826
	мужчины	3,673	,115	3,448	3,899
Репутация	женщины	5,115	,059	4,998	5,232
	мужчины	4,941	,079	4,786	5,097
Безопасность- Личная	женщины	4,854	,062	4,732	4,975
	мужчины	4,631	,082	4,469	4,792
Безопасность Социальная	женщины	4,863	,070	4,725	5,001
	мужчины	4,731	,093	4,547	4,915
Традиция	женщины	4,331	,084	4,165	4,498
	мужчины	4,256	,112	4,035	4,476
Конформность правила	женщины	4,146	,080	3,989	4,304
	мужчины	3,912	,106	3,703	4,121
Конформность межличностная	женщины	4,285	,074	4,140	4,431
	мужчины	4,243	,098	4,050	4,437
Скромность	женщины	4,437	,069	4,302	4,572
	мужчины	4,151	,091	3,971	4,331
Универсализм Забота о природе	женщины	4,156	,079	4,001	4,311
	мужчины	3,997	,105	3,791	4,203
Универсализм Забота о других	женщины	4,712	,073	4,569	4,856
	мужчины	4,483	,097	4,292	4,674
Универсализм Толерантность	женщины	4,404	,075	4,256	4,551
	мужчины	3,961	,099	3,765	4,156
Благожелательность –Забота	женщины	5,220	,063	5,096	5,344
	мужчины	4,955	,084	4,790	5,119
Благожелательность – Чувство долга	женщины	5,206	,070	5,068	5,344
	мужчины	4,903	,093	4,720	5,086

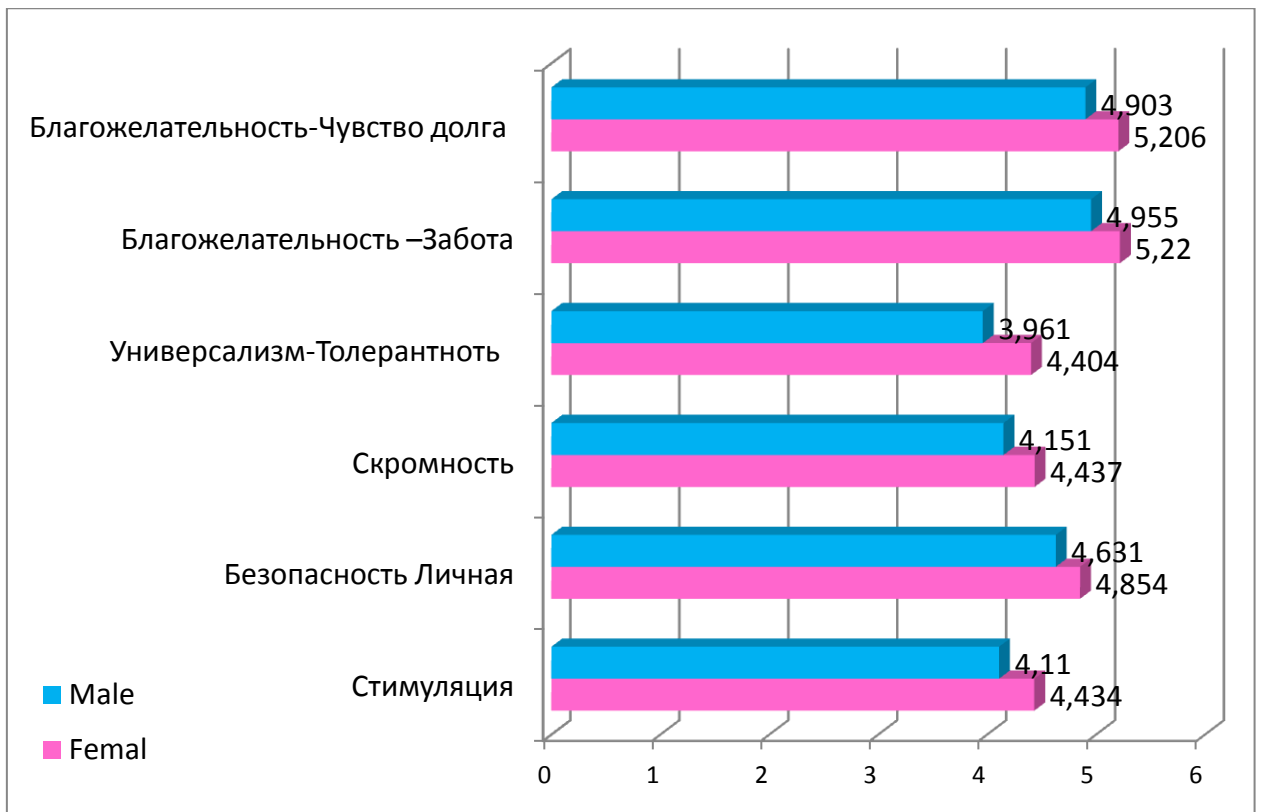


Рисунок 11 - Оценки 2-х выборок по гендеру

То есть женщины больше, чем мужчины ориентированы на стремление к новизне и переменам, безопасность непосредственного окружения, признание незначительности существования одного человека в круговороте жизни, принятие и понимание тех, кто отличается от тебя, преданность группе и благополучие ее членов и стремление быть надежным и заслуживающим доверия членом группы.

Большая часть ценностей соответствует традиционной женской роли, исключение составляет ценность стимуляции, что указывает на наличие трансформации социальных представлений традиционной женской роли. Отметим, что различия касаются трех мета-ценностей Самоопределения, Самосохранения и Открытости изменениям.

Так же выявлены 13 ценностных ориентаций, которые объединяют оба пола:

- Самостоятельность-Мысли
- Самостоятельность-Поступки
- Гедонизм
- Достижение
- Власть-доминирование
- Власть-Ресурсы
- Репутация
- Безопасность Социальная
- Традиция

- Конформность правила
- Конформность межличностная
- Универсализм Забота о природе
- Универсализм Забота о других

Как мы видим, мужчины, и женщины одинаково направлены на развитие способностей и идей, на свободу определять собственные действия, на стремление к успеху, стремление оказывать влияние посредством контроля. Выявленные сходства и различия, в системе ценностей мужчин и женщин, указывают на наличие трансформационных процессов связанных с изменением представлений о традиционно мужских и женских ролях.

Результаты множественного дисперсионного анализа (MANOVA) на казахстанской выборке (Опросник Социальных Аксиом)

Полученные результаты включают в себя, результаты многомерных тестом (таблица 44), оценку эффектов одномерных тестов (таблицы 45-47).

Как мы видим, в таблице 44, что Уилкс $\lambda = 0,946$, $F = 3,396$, $p = 0,005$, что указывает, что дисперсионно-ковариационные матрицы по возрасту достоверно различаются. Это означает, что выполняется главное допущение для многомерных тестов и их результаты могут быть приняты к рассмотрению.

Таблица 43 - Многомерные тесты

Показатели		Значения	F	Ст. св. Гипотезы	Ст. св. ошибки	Знч.	Частная Эта в квадрате
Возраст	Лямбда Уилкса	0,946	3,396	5,000	298,000	0,005	0,054
Гендер	Лямбда Уилкса	0,940	3,808	5,000	298,000	0,002	0,06

Из таблицы 45, в которой представлены результаты одномерных тестов по социальным аксиомам видно, что поколения (молодежь до 25 и зрелые старше 50) дифференцируются только по двум социальным аксиомам:

- социальная сложность $F = 3,830$, $p < 0,051$, частичный Эта-квадрат = 0,013.
- контроль судьбы $F = 5,680$, $p < 0,018$, частичный Эта-квадрат = 0,018.

Данные таблицы 46 указывают, на то, что данные социальные аксиомы более сформированы у старшего поколения ($M = 4,015$ и $M = 3,200$ против $M = 3,906$ и $M = 3,057$). То есть для старшего поколения характерно более когнитивно-сложное представление об окружающем мире с представлением о предопределенности судьбы ("Время все расставит на свои места").

Как отмечено в наших предыдущих исследованиях, изменения, происходящие в духовной, экономической и социальной сферах общества, влекут за собой радикальные изменения в психологии и ценностных ориентациях казахстанцев, а также в этнической идентичности и впоследствии могут стать причиной межэтнической напряженности [163,164].

Таблица 44 - Оценка эффектов межгрупповых факторов

Зависимая переменная		Сумма квадратов типа III	Ст. св.	Сред. квадрат	F	Знч.	Частная эта в квадрате
Возраст	Социальный цинизм	0,035	1	,035	,099	0,753	0,000
	Награда за вознаграждение	0,588	1	,588	1,936	0,165	0,006
	Социальная сложность	0,752	1	,752	3,830	0,051	0,013
	Контроль судьбы	1,298	1	1,298	5,680	0,018	0,018
	Духовность	0,027	1	,027	,072	0,788	0,000
Гендер	Социальный цинизм	5,595	1	5,595	15,75	0,000	0,050
	Награда за вознаграждение	0,311	1	,311	1,025	0,312	0,003
	Социальная сложность	0,174	1	,174	,889	0,347	0,003
	Контроль судьбы	0,979	1	,979	4,283	0,039	0,014
	Духовность	0,635	1	,635	1,691	0,194	0,006

Таблица 45 - Оценки 2-х выборок по возрасту

Зависимая переменная	Возраст	Среднее	Стд ошибка	95% доверительный интервал	
				Нижняя граница	Верхняя граница
Социальный цинизм	младше 25	3,273	,044	3,187	3,358
	старше 50	3,296	,061	3,176	3,417
Награда за усилия	младше 25	4,107	,040	4,028	4,186
	старше 50	4,011	,056	3,899	4,122
Социальная сложность	младше 25	3,906	,032	3,842	3,970
	старше 50	4,015	,045	3,926	4,104
Контроль судьбы	младше 25	3,057	,035	2,988	3,126
	старше 50	3,200	,049	3,104	3,297
Духовность	младше 25	3,235	,045	3,147	3,323
	старше 50	3,255	,063	3,132	3,379

Так же выделены социальные аксиомы, которые объединяют два поколения:

- Социальный цинизм
- Награда за усилия
- Духовность

Следовательно, социальные аксиомы, как и ценностные ориентации, транслируются от поколения к поколению. Изменения коснулись, только 2 социальных аксиом, что указывает на то, что молодежь воспринимает социальный мир, как простой и легкий (Ф.Василюк), считая, что мысли, чувства желания легко поддаются категоризации и считая результаты своих

действий непредсказуемыми и не predetermined. Подобные результаты могут быть объяснены как возрастными особенностями - "юношеский максимализм", так и с точки зрения теории поколений, для которого основными ценностями выступают наивность, веселье, успех (Поколение Y).

Как мы видим, в таблице 44, что Уилкс $\lambda = 0,940$, $F = 3,808$, $p = 0,002$, что указывает, что дисперсионно-ковариационные матрицы по гендеру достоверно различаются. Это означает, что выполняется главное допущение для многомерных тестов и их результаты могут быть приняты к рассмотрению.

В таблице 45, в которой представлены результаты одномерных тестов по социальным аксиомам видно, что мужчины и женщины дифференцируются по двум социальным аксиомам:

- Социальный цинизм $F = 15,751$, $p < 0,000$, частичный Эта-квадрат = 0,050.
- Контроль судьбы $F = 4,283$, $p < 0,039$, частичный Эта-квадрат = 0,014.

Данные таблицы 47 указывают, на то, что данные социальные аксиомы более сформированы у мужчин ($M = 3,433$ и $M = 3,191$ против $M = 3,136$ и $M = 3,066$). То есть для мужчин характерно более эгоцентричное и равнодушное отношение к согражданам с представлением о predeterminedности судьбы.

Так же выделены социальные аксиомы, которые объединяют два пола:

- Награда за усилия
- Социальная сложность
- Духовность

Выявленные гендерные различия относительно социальных аксиом находятся в рамках традиционной мужской роли.

Таблица 46 - Оценки 2-х выборок по гендеру

Зависимая	Гендер	Среднее	Стд ошибка	95% доверительный интервал	
				Нижняя граница	Верхняя граница
Социальный цинизм	женщины	3,136	,045	3,047	3,224
	мужчины	3,433	,060	3,315	3,551
Награда за усилия	женщины	4,094	,042	4,012	4,176
	мужчины	4,024	,055	3,914	4,133
Социальная сложность	женщины	3,987	,033	3,921	4,052
	мужчины	3,934	,045	3,846	4,022
Контроль судьбы	женщины	3,066	,036	2,996	3,137
	мужчины	3,191	,048	3,096	3,286
Духовность	женщины	3,195	,046	3,104	3,286
	мужчины	3,295	,062	3,174	3,417

Выводы по 3 разделу

- По результатам проверки на надежность (Альфа-Кронбах) основные шкалы опросника Шварца отвечают всем заданным параметрам инструмента для измерения ценностей на казахстанской выборке. Шкалы, обладающие низким коэффициентом Альфа-Кронбаха были удалены из дальнейшего анализа.

- Попытка адаптации опросника «Социальных аксиом» оказалась успешной, о чем и свидетельствуют статистические показатели (0,61-0,79) [165].

- Доминирующие ценностные ориентации - Репутация (5,04), Благожелательность-Чувство долга (5,07), Благожелательность-Забота (5,11). Игнорируемые ценности - Власть-Доминирование (3,48) и Власть-Ресурсы (3,67). Ведущие социальные аксиомы - «Награда за усилия» (4,08) и «Социальная сложность» (3,94), игнорируемая - «Контроль судьбы» (3,09).

- У молодого поколения доминирует социальная аксиома «Награда за усилия» (4,11), у старшего поколения доминирует аксиома «Социальная сложность» (4,03). Игнорируемая социальная аксиома у молодого и старшего поколения «Контроль судьбы» (3,04 и 3,17).

- К доминирующим ценностным ориентациям у старшего и молодого поколения относятся: Безопасность Личная (5,05 и 5,04), Благожелательность-Чувство долга (5,14 и 5,04) и Благожелательности-Забота (5,12 и 5,12). Игнорируемые ценностные ориентации: Власть-Доминирование (3,33 и 3,71) и Власть-Ресурсы (3,6 и 3,71).

- В системе ценностных ориентаций казахстанцев прослеживается внутренний конфликт между личным и социальным фокусом, между самоопределением и самоутверждением.

- Результаты корреляционного анализа показывают, социальные аксиомы связаны положительными и отрицательными корреляциями с ценностными ориентациями. Это косвенно подтверждает нашу идею о том, что ценностные ориентации и социальные аксиомы являются образующими элементами социальных представлений.

- Несмотря на глубинные систематические трансформации казахстанского общества, ценностные ориентации тяготеют к сохранению базового ценностного компонента, который является механизмом передачи устойчивых элементов ценностной системы от поколения к поколению.

- Дифференцируют два поколения следующие ценности и социальные аксиомы: ценность Достижения, Социальная сложность и Контроль судьбы.

- Дифференцируют два пола такие ценности и социальные аксиомы как Социальный цинизм, Контроль судьбы, Стимуляция, Безопасность Личная, Скромность, Универсализм-Толерантность, Благожелательность-Забота и Благожелательность-Чувство долга.

- Экспериментально установлены особенности ценностных ориентаций современной молодежи и выявлены роли указанных факторов, что позволяет прогнозировать и оптимизировать пути формирования и развития базовых ценностей, убеждений и личности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В период кардинальных изменений в экономической, социальной, политической, духовной сферах общества проблема изучения ценностных ориентаций приобретает особую значимость. Выделение и изучение ценностей различных социальных групп позволяет выявить значимые тенденции в изменении ценностных ориентаций в целом, послужит ключом к пониманию направления, как общего социального развития, так и отдельных его сторон.

Одной из мобильных и активных групп населения является молодежь. Молодежь как особая социальная группа постоянно находится в фокусе исследований психологов, социологов, поскольку именно она является индикатором происходящих перемен и определяет в целом потенциал развития общества. Неизбежная, в условиях ломки сложившихся устоев, переоценка ценностей, их кризис более всего проявляются в сознании этой социальной группы. Исследование ценностных ориентаций и социальных аксиом современной молодежи весьма актуально, поскольку дает возможность выяснить степень ее адаптации к новым социальным условиям. От того, какой ценностный фундамент будет сформирован у молодого поколения, во многом зависит будущее состояние общества.

В большей степени это отражается на развитии ценностных ориентаций молодого поколения. Эта группа является чутким индикатором происходящих перемен. Неизбежная ломка сложившихся устоев приводит к переоценке ценностей, что более всего проявляется в сознании этой социальной группы.

Как отмечает, Ж.И. Намазбаева в настоящее время значимыми являются, вопросы анализа культурного наследия страны для передачи положительного прошлого будущим поколениям и в дальнейшем поможет обретению личности благоприятных установок и ценностей [166]. Ценностные ориентации – это элементы структуры личности, которые характеризуют содержательную сторону направленности личности. Система ценностных ориентаций выступает «свернутой» программой жизнедеятельности и служит основанием для реализации определенной модели личности. Той сферой, где социальное, переходит в личностное и личностное становится социальным. Ценность представляет собой один из основных механизмов взаимодействия личности и общества, личности и культуры.

Таким образом, ценности мы понимаем, как важнейший компонент структуры личности, которые носят двойственный характер, связывая между собой внутренний мир и окружающую действительность, проявляются в избирательном отношении к окружающей реальности, к другим людям, к себе самому. Ценности организованы иерархически, порядок расположения ценностей не исключает их конфликта при реализации. Иерархия ценностей также зависит от того, является ли целью для данной ценности избегание тревоги или же относительная свобода от тревоги и помогает ли она справляться с угрозами извне или способствует саморазвитию и росту.

В развитии системы ценностных ориентаций личности исследователи выделяют ряд особенностей. Ценностные ориентации аффективно-интеллектуальный обобщенные образования, организованные в динамическую систему, которая определяет жизненную перспективу, «вектор» развития личности, являясь важнейшим его источником и механизмом, психологическим органом, связывающим в единое целое личность и социальную среду, выполняющим одновременно функции регуляции поведения и обеспечивая координацию деятельности в различных сферах жизни.

Мы экспериментально установили особенности ценностных ориентаций современной молодежи и выявили роль указанных факторов, что позволяет прогнозировать и оптимизировать пути формирования и развития базовых ценностей, убеждений и личности.

В соответствии с целью, объектом, предметом и гипотезой исследования был осуществлен анализ теоретико-методологических основ ценностных ориентаций в зарубежной и отечественной литературе с психологических аспектов; определено место и роль системы ценностных ориентаций в структуре личности и ее развитии, дать расширенную сущностную им характеристику; экспериментально изучены ценностные ориентации через применение авторской модификации опросников ценностей Шварца и социальных аксиом для казахстанской выборки, а также с применением современных инновационных компьютерных технологий; а основе полученных данных разработаны практические рекомендации, изложенные в выводах.

Мы достоверно выявили, несмотря на то что, на глубинные систематические трансформации казахстанского общества, ценностные ориентации тяготеют к сохранению базового ценностного компонента, который является механизмом передачи устойчивых элементов ценностной системы от поколения к поколению. Ценностные ориентации имеют общий характер в разных поколениях. Ценностные ориентации казахстанцев как молодого, так и старшего поколения реализуются через механизмы роста и развития, самозащиты. Авторская модификация и адаптация различных современных технологий изучения ценностных ориентаций позволила дать объективную характеристику базовых ценностей личности. В ходе экспериментального изучения выявлено, что основными факторами определяющие становление ценностных ориентаций являются возрастные, гендерные и общие социально-экономические факторы, а также то, что нравственно-духовное становление современной личности в значительной степени определяются убеждениями, в которых базовые ценностные ориентации занимают центральное место.

Данное исследование включило в себя оценку валидности пересмотренной теории ценностей в казахской и русской версии методики на казахстанской выборке. По результатам проверки на надежность (Альфа-Кронбах) основные шкалы опросника Шварца отвечают всем заданным параметрам инструмента для измерения ценностей на казахстанской выборке. Шкалы, обладающие низким коэффициентом альфа-Кронбаха были удалены из дальнейшего

анализа. Попытка адаптации опросника «Социальных аксиом» оказалась успешной, о чем, и свидетельствуют статистические показатели (0,61-0,79).

Результаты корреляционного анализа показывают, социальные аксиомы связаны положительными и отрицательными корреляциями с ценностными ориентациями. Это косвенно подтверждает нашу идею о том, что ценностные ориентации и социальные аксиомы являются образующими элементами социальных представлений.

Исходя из вышесказанного, на сегодняшний день, проблема содержания ценностно-смысловой сферы в условиях адаптации к новым социальным реалиям очевидна. В этой связи, развитие духового и социально-культурного потенциала страны является одним из стратегических направлений Республики Казахстан, позволяющего сформировать систему основных базисных ценностей и убеждений через национальную идею государственной политики, направленной на воспитание «творческих» лидеров, конкурентно-способных, самодостаточных специалистов [167].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Об утверждении Государственной программы развития образования Республики Казахстан на 2011 - 2020 годы. URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U1000001118>
- 2 Агеева А.В. Ценностные ориентации российской молодежи: материалы Ломоносовских чтений. – М., 2003. – Т.2. – С. 21.
- 3 Ихсанова Д.Т., Аймаганбетов А.Б. Социально-психологические особенности развития ценностных ориентаций в юношеском возрасте // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2013. - №2.- С.23-33.
- 4 Куриленко Ю.А. Смысловая сфера как структурный элемент личности// Психопедагогика в правоохранительных органах.- 2014.- №2.- С. 20-23.
- 5 Елишев С. Теоретико-методологические подходы к изучению понятий "ценность", "ценностные ориентации" // Выбор пути. - М.: ИРСИ, 2010. - С. 108–128.
- 6 Шакеева Ч.А. Ценностные ориентации и самочувствие молодежи в новых общественно-экономических условиях. – М.: Институт практической психологии, 1998. – 192 с.
- 7 Одинцова М.А. Ценностно-смысловая сфера лиц разного виктимного типа. - М.: ФЛИНТА, 2014. - 180 с.
- 8 Данилкова М.П. Принципы ранжирования ценностей // Вестник КемГУ. – 2013. – № 3(55). – С.205-208.
- 9 Ихсанова Д.Т. Проблема развития ценностных ориентаций в философии и социологии // Научное пространство Европы – 2015 // http://www.rusnauka.com/14_NPE_2015/Psihologia/12_192335.doc.htm
- 10 Елишев С.О. Изучение понятий «ценность», «ценностные ориентации» в междисциплинарном аспекте // Ценности и смыслы. - 2011. - № 2 (11). - С. 82–96.
- 11 Современная философия науки: Знание, рациональность, ценности в трудах мыслителей Запада. Хрестоматия. - 2-е изд., перераб. и доп. / сост. Печенкин А.А. - М.: Логос, 1996. - 397 с.
- 12 Сурженко Л.В. Ценности личности: философский и психологический анализ понятия // Научный журнал КубГАУ. - 2011. - №65(01) // <http://ej.kubagro.ru/2011/01/pdf/18.pdf>.
- 13 Близнецова О.И., Шапенкова И.П. Изучение ценностно-смысловой сферы личности как психического новообразования юношеского возраста // Вестник Нижневартковского государственного университета.- 2012. - №2 // <http://ores.su/ru/journals/vestnik-nizhnevartovskogo-gosudarstvennogogumanit/2012-pomer-2/>
- 14 Риккерт Г. О понятии философии. Философия жизни. – Киев, 1998. – 459 с.

- 15 Прокудина Д.А. Особенности теоретико-методологических подходов к социологическому анализу ценностей // Сборник статей аспирантов "Россия и социальные изменения в современном мире". – М.: МАКС Пресс, 2004. - Т.1.
- 16 Современная философия науки: Знание, рациональность, ценности в трудах мыслителей Запада. Хрестоматия. - 2-е изд., перераб. и доп. / сост.: Печенкин А.А. - М.: Логос, 1996.- 397 с.
- 17 Хайбулаева А.Г. Динамика ценностных и смысложизненных ориентаций молодежи в полиэтнической образовательной среде: дис. ... канд. психол. наук. – Махачкала, 2015. – 194 с.
- 18 Мерзлякова С.В. Семья в системе ценностных ориентаций современной молодежи. – Астрахань: Астраханский государственный университет; Издательский дом «Астраханский университет», 2011. – 116 с.
- 19 Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. - 544 с.
- 20 Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: ТОО ТК "Петрополис", 1997. – 205 с.
- 21 Rokeach M. The nature of human values. - N.Y.: Free Press, 1973. - 341 p.
- 22 Гарванова М.З., Гарванов И.Г. Исследование ценностей в современной психологии // Современная психология: матер. III междунар. науч. конф. - Казань: Бук, 2014. - С. 5-20.
- 23 Dobewall H. Human values and subjective well-being: An exploration of individual and cultural differences, change across life span, and self-other agreement: dissert. ... of the degree of Doctor of Philosophy (in Psychology). - 2013. - 50 p.
- 24 Буреломова А.С. Социально-психологические особенности ценностей современных подростков: дис. ... канд. психол. наук. - М., 2013. - 188 с.
- 25 Ядов В.А. Устойчивость и изменчивость диспозиционной системы // Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. -2-е расширенное изд. - М.: ЦСПиМ, 2013. - С.110-126.
- 26 Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей. - Оренбург: Изд-во Оренбургского государственного педагогического института, 1996. - 188 с.
- 27 Лапин Н.И. Функционально-ориентирующие кластеры базовых ценностей населения России, и её регионов // Социологические исследования. - 2010. - №1. - С. 28-36.
- 28 Эфа С.Г. Проблема ценностей и ценностных ориентаций в философской и психологической литературе // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. - 2006. - №2. - С.166-169.
- 29 Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени // Психологическое обозрение. – 1998. – № 1. – С. 13-25.

- 30 Яницкий М.С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2000. – 204 с.
- 31 Здравомыслов А. Г. Поле социологии в современном мире. - М.: Логос, 2010. - 410 с.
- 32 Серый А. В. Ценностно-смысловая сфера личности – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 1999. – 92 с.
- 33 Салихова Н. Р. Ценностно-смысловая организация жизненного пространства личности. – Казань: Казан. Университет, 2010. – 452 с.
- 34 Братусь Б.С. Аномалии личности. – М.: Мысль, 1988. – 301 с.
- 35 Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ.; общ. ред. А.В. Толстых. – М.: Прогресс, 1996. – 344 с.
- 36 Алишев Б.С. Психологическая теория ценности (системно-функциональный подход): автореф. ... док. психол. наук. – Казань, 2002. – 33 с.
- 37 Алишев Б. С. Структура ценностей личности // Психология индивидуальности: матер. IV Всерос. науч. конф. / отв. ред. А. Б. Купрейченко, В. А. Штроо. - М.: Логос, 2012. - С. 36.
- 38 Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, структура и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 1999. – 486 с.
- 39 Лэнгле Л. Введение в экзистенциально-аналитическую теорию эмоций: прикосновение к ценности // Вопросы психологии. – 2004. – №4. – С. 3–21.
- 40 Салихова Н. Р. К проблеме динамических аспектов функционирования личностных ценностей // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». - 2008. - Книга 3, т. 150. – С. 64–82.
- 41 Бурлаченко Д.С. Ценностные ориентации и отношение к труду: опыт социологического исследования // Вестник Камчатского государственного технического университета. – 2012. – № 12. – С. 61-70.
- 42 Макаренко О.Н., Тепляков Н.Н. Субъективная система ценностей: теоретический анализ // Вестник ВолГУ. - 2011.- Серия 11, № 2 (2). - С.100-107.
- 43 Богачёва И. Г. Теоретические подходы к изучению ценностно-смысловой сферы личности // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. Герцена. – СПб., 2009. – №98. – С. 247–252.
- 44 Нургалиева Г.К. Ценностные ориентации личности: методология, теория, практика. – Алматы, 1993. – 290 с.
- 45 Шнуренко Т.И. Ценностные ориентации студенческой молодежи как результат межпоколенной преемственности: автореф. ... док. психол. наук. - Курск, 2009. – 25 с.
- 46 Ихсанова Д.Т. Социально-психологические факторы развития ценностных ориентаций в зрелом возрасте // Психолого-педагогические проблемы образования в условиях инновационного развития: материалы II

междунар. науч. конф. / под ред. Исламгуловой С. К. – Алматы: Университет «Туран», 2012. - Ч. 1. - С.78-81.

47 Ихсанова Д.Т. Социально-психологические особенности ценностных ориентаций в зрелом возрасте // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2014. - №3(50).- С.59-68.

48 Нагоева Л.Х. Ценностные ориентации: понятие и феномен // Новые технологии. - 2011. - №4. - С. 286–289.

49 Кон И.С. Социология личности. - М.: Политиздат, 1967. - 383 с.

50 Бубнова С.С., Сытин А.Н. Ценностные ориентации молодежи различных регионов России: принципы, методы, результаты исследования// http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_3_a/bubnova_ss.html (дата обращения: 12.04.2014).

51 Платонов К.К. Структура и развитие личности. - М., 1986. - 254 с.

52 Анцыферова Л.И. Психология формирования и развития личности // Человек в системе наук. - М.: Наука, 1989. - С. 426- 433.

53 Карпушина Л.В., Капцов А.В. Психология ценностей российской молодежи. - Самара: Изд-во СНЦ РАН, 2009. - 252с.

54 Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Психологические образования личности. Психология личности. Хрестоматия.– М.: Бахрах-М, 2000. - Т. 2. – 544 с.

55 Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Изд-во Аспект-Пресс, 2010. – 368 с.

56 Пахомова Е.В. Методика диагностики ценностных ориентаций (МДЦО) // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология». - 2011. - №2(10). - С. 120-134.

57 Карандашев Н. К. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. - СПб.: Речь, 2004. - 69 с.

58 Василюк Ф. Е. Психотехника выбора // Психология с человеческим лицом: гуманистическая перспектива в постсоветской психологии / под ред. Д. А. Леонтьева, В. Г. Щур. - М.: Смысл, 1997. - С. 284- 314.

59 Крайг Г. Психология развития / пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000. – 992 с.

60 Лэнге А. Виктор Франкл - поверенный человечности // Вопросы психологии. - 2005. - №3. - С.107 - 111.

61 Мусек Я. Система ценностей посткоммунистической Европы в переходный период // Иностранная психология. - 1997. - №8. - С. 17 – 22.

62 Касымова Л.С. Изучение особенностей ценностной сферы казахстанских студентов // Вестник КАЗНПУ им. Абая. - 2014. - №2(39). - С.100-109.

63 Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология: Журнал Высшей школы экономики. - 2012. - №1. – С.43-70.

- 64 Шледер Б. Структура ценностных ориентаций. Эмпирическое исследование // Иностранная психология. – 1994. – Т. 2, № 20. – С. 47–56.
- 65 Яницкий М.С., Серый А.В. Основные методологические подходы к изучению ценностно-смысловой сферы личности // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. - 2012. - №19(1). - С.82-97.
- 66 Ананьев Б. Г. О проблемах современного человекознания. - СПб.: Питер, 2001. - 272 с.
- 67 Психология личности в трудах отечественных психологов / сост. А. В. Куликов. – СПб., 2000. – 480 с.
- 68 Эвнина К.Ю. Позитивные феномены в ценностно-смысловой сфере личности // Научное обозрение. Психологические науки. - 2014. - №1. - С.52-57.
- 69 Надирашвили Ш.А. Установка и деятельность. – Тбилиси: Мецниереба, 1987. – 361 с.
- 70 Наумова Н.Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения. - М.: Наука, 1988. – 199 с.
- 71 Братусь Б. С. Опыт обоснования гуманитарной психологии // Вопросы психологии. – 1990. – №6. - С. 9–17.
- 72 Абульханова-Славская К.А., Брушлинский А.В. Философско-психологическая концепция С. Л. Рубинштейна: К 100-летию со дня рождения. - М.: Наука, 1989. - 248 с.
- 73 Василюк Ф. Е. Психология переживания (анализ преодоления критических ситуаций). - М.: Изд-во МГУ, 1984. - 200 с.
- 74 Шакуров Р.Х. Психология смыслов: теория преодоления // Вопросы психологии. - 2003.- №5. – С. 18- 33.
- 75 Залесский Г.Е. Психология мировоззрения и убеждений личности. - М., 1994.- 142 с.
- 76 Сунцова Я.С. О согласовании социальных и культурных ценностей в регуляции поведения личности // Вестник Удмурдского университета. - 2005. - №9. – С. 56-68.
- 77 Головаха Е.И., Кроник А.А. Психологическое время личности. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Смысл, 2008. – 267 с.
- 78 Мамедова Ж.С. Исследование ценностных ориентаций личности в контексте временной перспективы // Психология индивидуальности. - материалы Всероссийской конференции. – М., 2006. – С. 379-382.
- 79 Салихова Н.Р. Ценностно-смысловая регуляция жизнедеятельности субъекта: автореф. ... док. психол. наук. – Казань, 2011. – 45 с.
- 80 Яницкий М.С. Ценностная регуляция поведения личности и ее нарушение при различных формах социальных девиаций // Вестник КРАУНЦ. Серия: гуманитарные науки. - 2011. - №2 (18). – С. 119-131.
- 81 Яницкий М.С., Серый А.В., Пелех Ю.В. Ценностно-смысловая парадигма как основа постнеклассической педагогической психологии // Философия образования. - 2013. - №1. - С. 175–186.

- 82 Хачатрян М.А. Ценности и атрибутивные процессы в социальном познании // Социальная психология и общество. – 2014. - №1. – С. 84–97.
- 83 Хачатрян М.А. К проблеме развития системы ценностей субъекта: конструктивистская перспектива // Психологические исследования. - 2015. - №41. - С.7 // <http://psystudy.ru> (дата обращения: 10.10.2015)
- 84 Leung K., Bond M. Social Axioms: The Search for Universal Dimensions of General Beliefs About How the World Functions // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2002. - Vol.33, №3. – P. 286-302.
- 85 Спиридонова Л.К. Социальные аксиомы как инструментальный исследования образа мира в контексте влияния на его формирование культуры // Язык как фактор интеграции образовательных систем и культур. – 2013. – Вып. 8, ч. 1.– С. 88–95.
- 86 Leung K., Bond M. Culture-Level Dimensions of Social Axioms and Their Correlates Across Cultures // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2004. – Vol. 35, №5. – P. 548-576.
- 87 Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Исследование социальных аксиом: структура и взаимосвязи с социально-экономическими установками россиян // Психология. - 2008. - №4. - С.135–143.
- 88 Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. - 1995. – Т.16, №1. – С. 3-18; №2. – С. 3-14.
- 89 Дагаева Е.А. Имидж как социально-психологический феномен: теоретико-методологические аспекты изучения // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2011. – №4(1). – С. 368–373.
- 90 Абульханова К.А. Социальное мышление личности // Современная психология: состояние и перспективы исследований. - М.: Институт психологии РАН, 2002. – Ч. 3. - С. 88–103.
- 91 Лисовский В.Т. Социальные изменения в молодежной среде // Credo New. – 2002. – №1. – С. 35–45.
- 92 Salikhova N.R. The realizability of personal values as a dynamic feature of the valuesense sphere of personality // J. Russ. East Eur. Psychol. – 2010. – Vol. 48, №2. – P. 79–94.
- 93 Салихова Н.Р. Реализуемость личностных ценностей в становлении жизненного мира человека // Сибирский психологический журнал. - 2009. - №32. - С.40-45.
- 94 Леонтьев А.Н. Становление психологии деятельности. – М.: Смысл, 2003. – 440 с.
- 95 Салихова Н.Р. Барьерность-реализуемость личностных ценностей как динамическая характеристика ценностно-смысловой сферы личности // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». - 2007. - Т. 149, книга 1. – С. 180-195.
- 96 Салихова Н.Р. Механизм барьерности-реализуемости личностных ценностей в структурировании жизненного мира человека // Вестник НГУ. Серия: психология. - 2008. - №1. - С.36-40.

- 97 Салихова Н.Р. Понятийные оппозиции описания жизненного мира человека // Ученые записки Казанского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2009. – Книга 5, т. 151, ч. 1. – С. 211-226.
- 98 Салихова Н.Р. Контекстуально-уровневая модель жизненного пространства личности // Ученые записки Казанского университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2010. – Книга 5, т. 152. – С. 183-199.
- 99 Салихова Н.Р. О механизме, составляющем «внутреннюю логику» развития личности в периоды взрослости. Современные проблемы психологии личности: теория и практика. – М., 2008. – С.120-127.
- 100 Гудечек Я. Ценностная ориентация личности // Психология личности в социалистическом обществе: Активность и развитие личности. – М., 1989. – С.202-109.
- 101 Бубнова С.С. Методика диагностики индивидуальной структуры ценностных ориентаций личности. Методы психологической диагностики / под ред. А. Н. Воронина. – М.: Институт психологии РАН, 1994. – Вып. 2. – С. 144-157.
- 102 Петровский А.В. Теория личности с позиций категориального анализа психологии. Психология личности в трудах отечественных психологов. – СПб.: Питер, 2000. – С. 75-83.
- 103 Баева Л.В. Ценностные основания индивидуального бытия: Опыт экзистенциальной аксиологии. – М.: Прометей; МПГУ, 2003. – 240 с.
- 104 Шаров А.С. Система ценностных ориентаций как психологический механизм регуляции жизнедеятельности человека: автореф. ... канд. психол. наук. – Новосибирск, 2000. – 41 с.
- 105 Яницкий М.С. Ценностное измерение массового сознания. – Новосибирск: Издательство СО РАН, 2012. – 237 с.
- 106 Тазов П.Ю. Динамика ценностей студентов: от ценностей интеграции к ценностям адаптации // Вестник МИРБИС. – 2015. – №1. – С.37-42.
- 107 Додонов Б.И. Эмоция как ценность. – М., 1978. – 272 с.
- 108 Бронфенбреннер У. Два мира детства. Дети в США и СССР. – М., 1976. – 165 с.
- 109 Ерохин Д.О. Информационная среда как фактор формирования ценностей молодежи: автореф. ... канд. психол. наук. – М., 2011. – 29 с.
- 110 Капцов А.В. Психологические факторы личностных ценностей молодежи // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология». – 2008. – №2(4). – С.118-124.
- 111 Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. – М.: Институт психологии РАН, 2006. – 335 с.
- 112 Хомякова Е.И. «Поколение Y» в контексте социального взаимодействия в современном обществе // Известия Томского политехнического университета. – 2011. – №6. – С.153-156.
- 113 Шамис Е., Антипов А. Теория поколений. – 2011 // http://old.executive.ru/publications/specialization/newfolder8086/article_5457 (дата обращения: 09.09.2014).

114 Ихсанова Д.Т. Развитие ценностных ориентаций студентов в процессе адаптации к обучению в высшем учебном заведении: автореф. ... канд. психол. наук. – Алматы, 2010. – 27 с.

115 Манджиева Е.В. Ценностные ориентации современной молодежи: содержание и тенденции изменений // Формирование у молодежи культуры межнационального и межконфессионального общения: опыт, проблемы, перспективы // Материалы всероссийской научно-практической конференции. - Харвест, 2010. - С.140-145.

116 Вардомацкий А.П. Ценностная типология личности и воспитательная практика. Этика и мораль. – М.: Наука, 1990. - С. 25-41.

117 Куницина В.Н. Ценностные ориентации студентов в связи с их профессиональной направленностью // Исследования советской социальной психологии / под ред. Стрискланда Л.Р., Трусова М.Р. и Локвуда Е. – Канада, 1986. – С. 80-89.

118 Скриптунова Е.А., Морозов А.А. О предпочтениях городской молодежи // Социологические исследования. - 2002. - №1. – С. 105-110.

119 Лисовский В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России: учебное пособие. – СПб., 2000.

120 Васина Е.А. Ценностные ориентации личности в юношеском возрасте: автореф. ... канд. псих. наук. – Л., 1992. – 34 с.

121 Шакеева Ч. А. К структуре ценностных ориентации молодежи в новой социально-экономической среде // Психология: итоги и перспективы: тезисы научно-практической конференции. - СПб., 1996. - С. 106-108.

122 Шакеева Ч.А. Ценностные ориентации и самочувствие молодежи в новых общественно-экономических условиях. – М.: Институт практической психологии, 1998. – 192 с.

123 Белинская Е.П. Система ценностей личности в перспективе толерантности // <http://www.tolerance.ru/VT-5-sistema.php?PrPage=VT>.

124 Далгатов М.М., Магомедова Н.Т., Асадулаева У.М., Гадисова И.А. Ценностные и смысложизненные ориентации студентов исламских и светских высших учебных заведений // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Серия психолого-педагогические науки. - 2011. - №3 (16).– С.12-18.

125 Ковальчук Я. В. Выбор ценностей в современных субкультурах молодежи мегаполиса // Знание. Понимание. Умение. - 2012. - №3. - С. 309–312.

126 Морозова С.В. Изучение специфики взаимосвязей ценностных и смысложизненных ориентаций с личностными свойствами студентов // Социальная психология. - 2013. - №1.- С. 27-33.

127 Матюх Е.Т. Жизненные ценности современной молодежи в условиях социального риска // Современные проблемы науки и образования. Электронный научный журнал // <http://www.science-education.ru/104-6783> (дата обращения 26.04. 2013).

128 Авадэни Ю.И., Куликова О.М., Радионова В.А. Исследование структуры ценностей студентов вузов с применением технологии Data Mining // Научное обозрение. - 2014. - №1. - С. 11-16.

129 Мухамбетова К.А., Кунаева Д.Д. Ценности современной молодежи (на примере России и Казахстана) // Вестник Омского университета. - 2004. - №2. С. 73–76.

130 Гаджимурадова З.М. Дагестанская молодежь в поисках смысла жизни // Развитие личности. – 2005. – №2. – С.122-132.

131 Карпушина Л.В., Акопян Р.Г. Особенности личностных ценностей представителей французского этноса // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология». - 2008. - №2 (4). - С.178-186.

132 Магун В.С., Руднев М.Г. Международные сравнения базовых ценностей российского населения и динамика процессов социализации // Образовательная политика. - 2010. - №9-10. - С. 65–72.

133 Айдосова Ж.К., Ахметова Д.Б., Ким А.М. Ценностные ориентации и коммуникативные проблемы студентов // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2011. - №2(37).- С.30-33.

134 Сатыбалдина Н.К., Ургалиев Р.Ж. Гендерные особенности жизненных ценностей современной молодежи // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2011. - №3(38). - С.19-22.

135 Аймаганбетова О.Х., Альжанова Л.С. Из опыта прикладного исследования ценностных ориентаций студенческой молодежи // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2011. - №4 (39). - С. 3-6.

136 Alzhanova L., Aimagambetova O., Yermekbayeva M. Cross-cultural research of ethnic stereotypes in polyethnic Kazakhstan // International Conference on Behavioral and Psychological Sciences. – Paris: ICBPS, 2011. – P. 403-404.

137 Aimagambetova O., Alzhanova L. Development of cross-cultural psychology in post-Soviet Kazakhstan // International Journal of Psychology. – 2000. - Vol. 47. - P. 225-226.

138 Pimkhanova L., Perlenbetov M., Baimoldayev T., Ispekbayev Zh., Syrlybayev M., Kystaubayev E., Akzholova A., Alzhanova L. Organization and Activity Patterns of a Psychology Department within the University. Psychology Services` Organization Model and Analysis of their Modernization Opportunities by the example of Russia and Kazakhstan. Demand for the Psychology Services` New Activity Patterns Development within a Poly-Ethnic Society // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2014. - Vol. 5, №20.

139 Чолпонкулова Н.Т., Исакова Ч.Б. Ценностные ориентации студенчества: особенности формирования в современных условиях Кыргызстана // Вестник ИГУ. - 2011. - №30(2) // http://nbisu.moy.su/_ld/13/1365_IGU_CHOLPONKULO.pdf.

140 Pimkhanova L., Telebaev G., Jakupov S., Perlenbetov M. The hierarchy of value orientations in Kazakhstan as the basis of national mentality // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2012. - №4 (43). - С.112-118.

- 141 Мазурчук Е. О., Мазурчук Н. И. Сравнительный анализ ценностно-смысловой сфер студентов стран СНГ (на примере России и Украины) // Педагогическое образование в России. - 2012. - №6. - С.189-193.
- 142 Салихова Н.Р. Сравнительный анализ ценностно-смысловой сферы личности американских и российских студентов // Ученые записки Казанского университета. Серия: гуманитарные науки. - 2013. - №6. - С.197-211.
- 143 Игибаева А.К. Ценностные ориентации современной молодежи в современных условиях (на примере вузов Казахстана) // Международный журнал экспериментального образования. - 2013. - №4. - С.160-163.
- 144 Сейдулаев К.Б. Исследование ценностных ориентаций у студентов педагогического вуза // Вестник КазНПУ. - 2013. - №1 (34). - С.162-165.
- 145 Сейдулаев К.Б. Психологическое обеспечение ценностно-смысловой регуляции личности // Вестник КазНПУ. - 2013. - №2 (35). - С.51-66.
- 146 Шамионов Р.М. Групповые ценности и установки как предикторы психологического благополучия русских и казахов // Психологические исследования. - 2014. - Т. 7, №35. - С. 12 // <http://psystudy.ru> (дата обращения: 14.10.2015).
- 147 Ахметова А.С., Салихова Н.Р. Этнические особенности ценностей в казахско-язычной выборке // Актуальные проблемы развития личности в онтогенезе: матер. IV Всерос. науч. конф. / ред. В. В. Находкина, М. М. Прокопьевой, Т. Ю. Ковтун. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С.11-12.
- 148 Kassymova L.S., Aimaganbetova O.H., Yermekbaeva M.K. An examination of values and social beliefs of kazakhstani youth // Вестник КазНУ. Серия психологии и социологии. - 2014. - №2(49).- С.3-13.
- 149 Грязнова О. С., Руднев М. Г. Измерение базовых жизненных ценностей: сравнение методик и результатов Ценностного исследования Шварца и Европейского социального исследования // Социологические методы в современной исследовательской практике: сборник статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А.О. Крыштановского. - М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011. - С. 245-249.
- 150 Schwartz S., Cieciuh J., Vecchione M., Davidov E., Fischer R., Beierlein C., Ramos A., Verkasalo M., Lonqvist J., Demirutku K., Dirilen-Gumus O., Konty M. Refining the theory of basic individual values // Journal of Personality and Social Psychology. - 2012. - Vol. 103, №4. - P. 663-688.
- 151 Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методы этнической и кросс-культурной психологии. - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 240 с.
- 152 Ахметова Д.Б. Эмоциональный интеллект, компетенции и стратегии обучения: дис. ... док. философии (PhD). – Алматы, 2014. - 188 с.
- 153 Наследов А.Д. IBM SPSS, Statistics 20 и AMOS: профессиональный статистический анализ данных. - СПб.: Питер, 2013. - 416 с.
- 154 Наследов А.Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных. – СПб.: Речь, 2012. – 392 с.

- 155 Слепко Ю.Н., Ледовская Т.В. Анализ данных и интерпретация результатов психологического исследования: учебное пособие. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2013. – 136 с.
- 156 Шишлянникова Л. М. Применение корреляционного анализа в психологии // Психологическая наука и образование. - 2009. - №1. - С.98–107.
- 157 Благовещенский Ю.Н. Тайны корреляционных связей в статистике. - М.: Научная книга: ИНФРА-М, 2009. – 158 с.
- 158 Акимова М.К. Психологическая диагностика. - СПб.: Питер, 2005. – 304 с.
- 159 Корнилов С.А. Проблема надежности психологических шкал и ее значение для психодиагностики в научных и практических целях // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы. - М.: Изд-во Института психологии РАН, 2010. - С.101-105.
- 160 Митина О. В., Михайловская И. Б. Факторный анализ для психологов. - М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001. - 169 с.
- 161 Schwartz S.H., Melech G., Lehmann A., Burgess S., Harris M. Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement // Journal of Cross Cultural Psychology. - 2001. - Vol. 32.
- 162 Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement // Journal of Cross-cultural Psychology. - 2001. - Vol. 32. – P. 39-46.
- 163 Aimaganbetova O., Alzhanova L., Yermekbayeva M., Baimoldina L. Aimaganbetov A., Primbetov U. Cross-cultural research of ethnic identity in Post-Soviet Kazakhstan // International Conference on Education and Psychological Science. – Venice: ICBPS, 2012.
- 164 Aimaganbetova O., Alzhanova L., Aimaganbetov A., Sadvakasova Z., Baishukurova A., Adilova E. Cross-Cultural Research of Interethnic Intensity in Post-Soviet Kazakhstan // International Conference on Psychology and Psychological Sciences. – Amsterdam: ICPPS, 2012. - P. 514-516.
- 165 Аймаганбетова О.Х., Касымова Л.С. Из опыта адаптации «Опросника Социальных аксиом» для казахстанской выборки// материалы ежегодного международной конгресса «Психология XXI столетия»/под ред. Козлова В.В.–Ярославль, ЯрГУ, 2015. - С.8-12
- 166 Намазбаева Ж.И., Запрягаев Г.Г., Р.К. Луцкина Истоки развития психологии и дефектологии в Казахстане. - Алматы: НИИ Психологии КазНПУ им Абая, 2012. - 424 с.
- 167 Альжанова Л.С., Аймаганбетова О.Х., Ермакбаева М.К. Формирование национальной идеи посредством ценностных ориентаций личности // Материалы международной конференции молодых ученых «Мир науки» приуроченной к 20-летию государственных символов Республики Казахстан. – Алматы, 2012. - С.42-45.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ ОПРОСНИК СОЦИАЛЬНЫХ АКСИОМ

М. Бонда и К.Леунга (РУССКАЯ ВЕРСИЯ)

Номер вопросника _____

Мы проводим исследование социальных убеждений и просим Вас помочь нам, ответив на некоторые вопросы. Здесь нет правильного или неправильного ответа. Просим Вас ответить, опираясь на собственное мнение. Результаты исследования будут использованы только в целях научной работы, и мы гарантируем конфиденциальность всех данных полученных во время данного процесса.

Инструкции:

Следующие фразы представляют собой утверждения, относящиеся к тому, во что мы верим. Внимательно прочитайте каждую фразу и отметьте цифрой ту, которая лучше всего отражает ваше мнение.

<i>Например:</i>	Абсолютно не уверен(а)	Не уверен(а)	Не знаю	Уверен(а)	Абсолютно уверен(а)
Если человек ложиться спать рано и встает рано, то он становится здоровее.					

Просим ответить на все вопросы. Заранее благодарим за Ваше содействие!

№		Абсолютно не согласен(а)	Не согласен(а)	Не знаю	Согласен(а)	Абсолютно согласен(а)
1	Человек преуспеет, если приложит максимальные усилия.	1	2	3	4	5
2	Существуют определенные методы, позволяющие людям улучшить свою судьбу.	1	2	3	4	5
3	Вера в религию помогает человеку понять смысл жизни.	1	2	3	4	5
4	Судьба определяет, насколько человек будет успешен в жизни.	1	2	3	4	5
5	Успех требует железной воли.	1	2	3	4	5

6	События в жизни и смерть определены судьбой.	1	2	3	4	5
7	Люди создают препятствия, чтобы другие люди не смогли преуспеть в жизни.	1	2	3	4	5
8	Можно добиться успеха, идя к нему шаг за шагом	1	2	3	4	5
9	Люди не любят тех, кто преуспел в жизни.	1	2	3	4	5
10	Существуют определенные методы, позволяющие определить судьбу человека.	1	2	3	4	5
11	Люди с сильным характером стремятся эксплуатировать других людей.	1	2	3	4	5
12	Обычно существует более чем один вариант ответа при решении любого вопроса.	1	2	3	4	5
13	Религиозная вера способствует улучшению психического здоровья.	1	2	3	4	5
14	На поведение человека оказывают влияние многие факторы.	1	2	3	4	5
15	Люди могут внезапно потерять все что у них есть	1	2	3	4	5
16	Люди, которых человек будет любить в своей жизни, предопределены судьбой	1	2	3	4	5
17	Индивидуальные характеристики, такие как внешность и день рождения, влияют на судьбу человека.	1	2	3	4	5
18	Невзгоды можно превозмочь.	1	2	3	4	5
19	Определенные тактики помогают увеличить удачу.	1	2	3	4	5

20	Многие вещи кажутся намного более сложными, чем они есть на самом деле.	1	2	3	4	5
21	Религия замедляет прогресс человечества.	1	2	3	4	5
22	Религия способствует улучшению здоровья людей.	1	2	3	4	5
23	Существует Высшая сила, контролирующая действия во вселенной.	1	2	3	4	5
24	Люди, становясь богатыми и успешными, забывают о тех, кто помогал им в жизни	1	2	3	4	5
25	Сложные проблемы можно разрешить с помощью усердной работы и настойчивости.	1	2	3	4	5
26	Добрые люди обычно терпят утрату.	1	2	3	4	5
27	Возможность обогащения порождает у людей нечестность	1	2	3	4	5
28	Религия делает людей более счастливыми.	1	2	3	4	5
29	Трудолюбивые люди достигают большего в итоге.	1	2	3	4	5
30	Вера людей в религию способствует тому, что они становятся прилежными гражданами.	1	2	3	4	5
31	Люди с разными мнениями могут быть правыми в одинаковой мере.	1	2	3	4	5
32	Судьба определяет успех и неудачи человека.	1	2	3	4	5
33	Добрые люди легко поддаются издевательствам.	1	2	3	4	5

34	Люди могут вести себя по-разному в разных ситуациях.	1	2	3	4	5
35	Терпеливость и решимость - ключи к достижению целей.	1	2	3	4	5
36	Усилия трудолюбивых людей хорошо вознаграждаются.	1	2	3	4	5
37	Религия помогает людям принять правильные решения в жизни.	1	2	3	4	5
38	Худшая ситуация может внезапно измениться к лучшему.	1	2	3	4	5
39	Единственный способ достичь успеха – это использование других людей.	1	2	3	4	5
40	Человек должен действовать в соответствии с конкретными обстоятельствами.	1	2	3	4	5

Подсчет баллов

Социальный цинизм: 7, 9, 11, 24, 26, 27, 33, 39

Награда за усилие: 1,5,8,18,25,29,35,36

Социальная сложность: 12,14,15,20, 31, 34, 38, 40

Контроль над судьбой: 2,4,6,10,16,17,19,32

Религиозность: 3,13,21R, 22,23,28,30,37

Примечание: «R» обозначает , что пункту присваивается реверсивный балл.

Спасибо за помощь в исследовании!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ ОПРОСНИК СОЦИАЛЬНЫХ АКСИОМ К.ЛЕУНГА И М. БОНДА
(казахская версия)
ӘЛЕУМЕТТІК АКСИОМАЛАР САУАЛНАМАСЫ

Сауалнама нөмірі _____

Біз әлеуметтік нанымдарға зерттеу жүргізіп жатырмыз, сол себепті төмендегі біраз сұрақтарға жауап беру арқылы Сіздің бізге көмектесуіңізді сұраймыз. Сауалнама ішінде дұрыс немесе бұрыс жауап жоқ. Сондықтан өз пікіріңізге сүйене отырып, жауап беруіңізді сұраймыз. Зерттеулер нәтижелері тек ғылыми жұмыс мақсатында ғана пайдаланылады және біз осы зерттеу барысында алынған барлық мәліметтердің құпия сақталатынына кепілдік береміз.

Нұсқаулықтар:

Төмендегі сөйлемдер біздің сенімдерімізбен байланысты пайымдар болып табылады. Әрбір сөйлемді мұқият оқып шығып, сіздің пікіріңізге ең жақын болатын жауапты санмен белгілеңіз.

<i>Мысалы:</i>	Толық сенімді емеспін	Сенімді емеспін	Білмеймін	Сенімдімін	Толықтай сенімдімін
Егер адам ерте жатып, ерте тұрса, онда оның денсаулығы мықтырақ болады.					

Барлық сұрақтарға жауап беруіңізді сұраймыз. Атсалысқаныңыз үшін алдын ала алғыс білдіреміз!

№		Мүлде келіспеймін	Келіспеймін	Білмеймін	Келісемін	Толықтай келісемін
1	Адам егер барлық күш-жігерін салатын болса, табысқа жетеді.	1	2	3	4	5
2	Адамдардың өз тағдырын жақсартуға мүмкіндік беретін белгілі бір тәсілдер болады.	1	2	3	4	5
3	Дінге сену адамға өмірдің мәнін ұғынуға көмектеседі.	1	2	3	4	5
4	Адамның өмірде қаншалықты табысты болатынын тағдыры анықтайды.	1	2	3	4	5

5	Табыс мықты ерік-жігерді талап етеді	1	2	3	4	5
6	Өмірдегі оқиғалар мен өлім тағдырға жазылған	1	2	3	4	5
7	Кейбір адамдар өзгелер өмірде табысқа жетпесін деп кедергілер жасайды.	1	2	3	4	5
8	Табысқа бірте-бірте жүріп жетуге болады	1	2	3	4	5
9	Адамдар өмірде табысқа жеткендерді ұнатпайды	1	2	3	4	5
10	Адамның тағдырын анықтауға мүмкіндік беретін белгілі бір тәсілдер болады.	1	2	3	4	5
11	Өр мінезді адамдар басқа адамдарды қанап, пайдалануға тырысады.	1	2	3	4	5
12	Әдетте қандай да мәселені шешуде нақты бір дұрыс шешімі болады.	1	2	3	4	5
13	Діни сенім психикалық денсаулықты жақсартуға септігін тигізеді.	1	2	3	4	5
14	Адам жұрыс-тұрысына көптеген факторлар әсер етеді.	1	2	3	4	5
15	Адамдар қолында барынан бір сәтте айырылуы мүмкін.	1	2	3	4	5
16	Адамның өз өмірінде жақсы көретін жандары оның тағдырына алдын ала жазылып қойылған.	1	2	3	4	5
17	Сыртқы келбет пен туылған күн секілді дара айырмашылықтар адам тағдырына ықпал етеді.	1	2	3	4	5
18	Қиыншылықты еңсеруге болады.	1	2	3	4	5
19	Белгілі бір әдістер сәттілікті арттыруға көмектеседі.	1	2	3	4	5

20	Көптеген нәрселер ақиқатында анағұрлым күрделі болып көрінуі мүмкін.	1	2	3	4	5
21	Дін адамзат баласының ілгерілеуін бәсеңдетеді.	1	2	3	4	5
22	Дін адамдардың денсаулығын жақсартуға септігін тигізеді.	1	2	3	4	5
23	Әлемдегі барлық әрекетті бақылайтын Ұлы күш бар.	1	2	3	4	5
24	Адамдар бай әрі табысты болған соң, өмір жолында өздеріне көмектескен адамдарды ұмытып кетеді.	1	2	3	4	5
25	Күрделі мәселелерді қажымас еңбек пен табандылық таныту арқылы шешуге болады.	1	2	3	4	5
26	Жақсы адамдар әдетте шығынға ұшырайды.	1	2	3	4	5
27	Байлыққа кенелу мүмкіндігі адамдарда арсыздықты тудырады.	1	2	3	4	5
28	Дін адамдарды анағұрлым бақытты етеді.	1	2	3	4	5
29	Еңбек сүйгіш адамдар нәтижесінде көпке қол жеткізеді.	1	2	3	4	5
30	Адамдардың дінге сенуі олардың парасатты азаматтар болуына мүмкіндік туғызады.	1	2	3	4	5
31	Әр түрлі пікірдегі адамдар бірдей дәрежеде дұрыс болуы мүмкін	1	2	3	4	5
32	Тағдыр адамның табысты болуы мен сәтсіздігін анықтайды.	1	2	3	4	5
33	Мейірімді адамдар мазакқа тез көндігеді.	1	2	3	4	5
34	Адамдар әртүрлі жағдайларда әртүрлі өзін өзі ұстауы мүмкін.	1	2	3	4	5

35	Төзімділік пен қайраттылық – мақсатқа жетудің кілті.	1	2	3	4	5
36	Еңбек сүйгіш адамдардың күш салуы жақсы бағаланады.	1	2	3	4	5
37	Дін адамдарға өмірде дұрыс шешімдерді қабылдауға көмектеседі.	1	2	3	4	5
38	Ең қиын жағдайдың өзі кенеттен жақсы жаққа өзгеруі мүмкін.	1	2	3	4	5
39	Табысқа жетудің бір ғана тәсілі – ол басқа адамдарды пайдалану.	1	2	3	4	5
40	Адам нақты жағдайға сәйкес әрекет етуі керек.	1	2	3	4	5

Балдарды есептеу

Әлеуметтік цинизм: 7, 9, 11, 24, 26, 27, 33, 39

Күш-жігері үшін марапаты: 1,5,8,18,25,29,35,36

Әлеуметтік күрделілігі: 12,14,15,20, 31, 34, 38, 40

Тағдырын бақылауы: 2,4,6,10,16,17,19,32

Діндарлық: 3,13,21R, 22,23,28,30,37

Ескерту: «R» пунктіге кепілді балл беріледі дегенді білдіреді.

Зерттеу жүргізуге атсалысқаныңыз үшін алғыс білдіреміз!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ ОПРОСНИК ЦЕННОСТЕЙ ШВАРЦА (РУССКАЯ ВЕРСИЯ ДЛЯ ЖЕНЩИН)

Ниже приведены описания разных людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько этот человек похож или не похож на Вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько этот человек похож на Вас.

НАСКОЛЬКО ЭТОТ ЧЕЛОВЕК ПОХОЖ НА ВАС?

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренн о похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
1. Для неё важно понимать вещи по-своему	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Для неё важен порядок в обществе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Для неё важно хорошо проводить время	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Для неё важно не тревожить других людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Для неё важно защищать слабых и уязвимых людей в обществе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Для неё важно, чтобы люди делали то, что она им говорит	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Для неё важно никогда не хвастаться и не вести себя высокомерно	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Для неё важно беречь природу	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Для неё важно никогда не быть опозоренной	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Для неё важно всегда искать разнообразия в деятельности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Для неё важно заботиться о близких ей людях	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Для неё важно иметь власть, которую могут давать деньги	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Для неё очень важно стараться не болеть и беречь свое здоровье	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Для неё важно быть терпимой к самым разным людям и группам	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Для неё важно никогда не нарушать правила или предписания	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Для неё важно самостоятельно принимать решения, касающиеся её жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Для неё важно иметь амбициозные цели в жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Для неё важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Для неё важно, чтобы люди, которых она хорошо знает, были полностью в ней уверены	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренн о похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
20. Для неё важно быть богатой	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Для неё важно участвовать в добровольных акциях по защите природы	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Для неё важно никогда никого не раздражать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Для неё важно иметь свою точку зрения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Для неё важно сохранять лицо в глазах других	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Для неё очень важно помогать дорогим ей людям	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Для неё важно чувствовать себя защищенной и быть в безопасности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Для неё важно быть надежным и заслуживающим доверия другом	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Для неё важен азарт в жизни, даже если он сопряжен с риском	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Для неё важно иметь власть, чтобы заставлять людей делать то, что она хочет	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Для неё важно планировать свои действия независимо	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Для неё важно соблюдать правила, даже когда никто не видит	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Для неё важно быть очень успешной	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Для неё важно следовать семейным обычаям или религиозным обычаям	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Для неё важно слушать и понимать людей, отличающихся от неё, например, людей, которые принадлежат к различным меньшинствам	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Для неё важно, что её страна сильная и может защитить своих граждан	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Для неё важно наслаждаться удовольствиями, которые может дать жизнь	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Для неё важно, чтобы каждый человек в мире имел равные возможности в жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Для неё важно быть скромной	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Для неё важно расширять свой кругозор	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Для неё важно чтить традиции её культуры	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Для неё важно быть тем, кто указывает другим, что делать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Для неё важно соблюдать все законы	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренн о похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
43. Для неё важно получать разный опыт	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Для неё важно иметь дорогие вещи, которые показывают её богатство	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Для неё важно защищать окружающую среду от разрушения или загрязнения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Для неё важно пользоваться любой возможностью повеселиться	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Для неё важно уделять внимание всем нуждам близких ей людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Для неё важно, чтобы люди признавали её достижения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. Для неё важно никогда не быть униженной	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. Для неё важно, чтобы её страна могла защитить себя от любых угроз	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. Для неё важно никогда не сердить других людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Для неё важно, чтобы со всеми людьми обращались справедливо, даже если она их не знает	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. Для неё важно никогда не подвергать себя опасности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. Для неё важно никогда не стремиться к публичному вниманию или одобрению	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. Для неё важно, что все её друзья и семья могут полностью положиться на неё	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. Для неё важно быть свободной самостоятельно выбирать, что делать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57. Для неё важно принимать людей, даже когда она не согласна с ними	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

КЛЮЧ: SDT= самостоятельность: поступки; SDA= самостоятельность: мысли; ST= стимуляция; HE= гедонизм; AC= достижение; POR= власть: ресурсы; POD= власть: доминирование; FAC= репутация; SES= безопасность: общественная; SEP= безопасность: личная; COR= конформизм: правила; COI= конформизм: межличностный; TR= традиция; HU= скромность; BED= благожелательность: чувство долга; BEC= благожелательность: забота; UNC= универсализм: забота о других; UNN= универсализм: забота о природе; UNT= универсализм: толерантность

SDT1	1.	Для неё важно понимать вещи по-своему
SES1	2.	Для неё важен порядок в обществе
HE1	3.	Для неё важно хорошо проводить время
COI1	4.	Для неё важно не тревожить других людей
UNC1	5.	Для неё важно защищать слабых и уязвимых людей в обществе
POD1	6.	Для неё важно, чтобы люди делали то, что она им говорит
HUM1	7.	Для него важно никогда не хвастаться и не вести себя высокомерно
UNN1	8.	Для неё важно беречь природу
FAC1	9.	Для неё важно никогда не быть опозоренной
ST1	10.	Для неё важно всегда искать разнообразия в деятельности
BEC1	11.	Для неё важно заботиться о близких ей людях
POR1	12.	Для неё важно иметь власть, которую могут давать деньги
SEP1	13.	Для неё очень важно стараться не болеть и беречь свое здоровье
UNT1	14.	Для неё важно быть терпимой к самым разным людям и группам
COR1	15.	Для неё важно никогда не нарушать правила или предписания
SDA1	16.	Для неё важно самостоятельно принимать решения, касающиеся её жизни
AC1	17.	Для неё важно иметь амбициозные цели в жизни
TR1	18.	Для неё важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир
BED1	19.	Для неё важно, чтобы люди, которых она хорошо знает, были полностью в ней уверены
POR2	20.	Для неё важно быть богатой
UNN2	21.	Для неё важно участвовать в добровольных акциях по защите природы
COI2	22.	Для неё важно никогда никого не раздражать
SDT2	23.	Для неё важно иметь свою точку зрения
FAC2	24.	Для неё важно сохранять лицо в глазах других
BEC2	25.	Для неё очень важно помогать дорогим ей людям
SEP2	26.	Для неё важно чувствовать себя защищенной и быть в безопасности
BED2	27.	Для неё важно быть надежным и заслуживающим доверия другом
ST2	28.	Для неё важен азарт в жизни, даже если он сопряжен с риском
POD2	29.	Для неё важно иметь власть, чтобы заставлять людей делать то, что она хочет
SDA2	30.	Для неё важно планировать свои действия независимо
COR2	31.	Для неё важно соблюдать правила, даже когда никто не видит
AC2	32.	Для неё важно быть очень успешной
TR2	33.	Для неё важно следовать семейным обычаям или религиозным обычаям
UNT2	34.	Для неё важно слушать и понимать людей, отличающихся от неё, например, людей, которые принадлежат к различным меньшинствам
SES2	35.	Для неё важно, что её страна сильная и может защитить своих граждан
HE2	36.	Для неё важно наслаждаться удовольствиями, которые может дать жизнь
UNC2	37.	Для неё важно, чтобы каждый человек в мире имел равные возможности в жизни
HUM2	38.	Для неё важно быть скромной
SDT3	39.	Для неё важно расширять свой кругозор
TR3	40.	Для неё важно чтить традиции её культуры
POD3	41.	Для неё важно быть тем, кто указывает другим, что делать
COR3	42.	Для неё важно соблюдать все законы
ST3	43.	Для неё важно получать разный опыт
POR3	44.	Для неё важно иметь дорогие вещи, которые показывают её богатство
UNN3	45.	Для неё важно защищать окружающую среду от разрушения или загрязнения
HE3	46.	Для неё важно пользоваться любой возможностью повеселиться
BEC3	47.	Для неё важно уделять внимание всем нуждам близких ей людей
AC3	48.	Для неё важно, чтобы люди признавали её достижения
FAC3	49.	Для неё важно никогда не быть униженной
SES3	50.	Для неё важно, чтобы её страна могла защитить себя от любых угроз
COI3	51.	Для неё важно никогда не сердить других людей
UNC3	52.	Для неё важно, чтобы со всеми людьми обращались справедливо, даже если она их не знает
SEP3	53.	Для неё важно никогда не подвергать себя опасности
HUM3	54.	Для неё важно никогда не стремиться к публичному вниманию или одобрению
BED3	55.	Для неё важно, что все её друзья и семья могут полностью положиться на неё
SDA3	56.	Для неё важно быть свободной самостоятельно выбирать, что делать
UNT3	57.	Для неё важно принимать людей, даже когда она не согласна с ними

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ ОПРОСНИК ЦЕННОСТЕЙ ШВАРЦА (РУССКАЯ ВЕРСИЯ ДЛЯ МУЖЧИН)

Ниже приведены описания разных людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько этот человек похож или не похож на Вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько этот человек похож на Вас.

НАСКОЛЬКО ЭТОТ ЧЕЛОВЕК ПОХОЖ НА ВАС?

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренно похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
1. Для него важно понимать вещи по-своему	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Для него важен порядок в обществе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Для него важно хорошо проводить время	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Для него важно не тревожить других людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Для него важно защищать слабых и уязвимых людей в обществе	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Для него важно, чтобы люди делали то, что он им говорит	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Для него важно никогда не хвастаться и не вести себя высокомерно	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Для него важно беречь природу	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Для него важно никогда не быть опозоренным	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Для него важно всегда искать разнообразия в деятельности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Для него важно заботиться о близких ему людях	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Для него важно иметь власть, которую могут давать деньги	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Для него очень важно стараться не болеть и беречь свое здоровье	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Для него важно быть терпимым к самым разным людям и группам	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Для него важно никогда не нарушать правила или предписания	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Для него важно самостоятельно принимать решения, касающиеся его жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Для него важно иметь амбициозные цели в жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Для него важно поддерживать традиционные ценности и взгляды на мир	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Для него важно, чтобы люди, которых он хорошо знает, были полностью	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренно похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
в нем уверены						
20. Для него важно быть богатым	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Для него важно участвовать в добровольных акциях по защите природы	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Для него важно никогда никого не раздражать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Для него важно иметь свою точку зрения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Для него важно сохранять лицо в глазах других	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Для него очень важно помогать дорогим ему людям	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Для него важно чувствовать себя защищенным и быть в безопасности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Для него важно быть надежным и заслуживающим доверия другом	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Для него важен азарт в жизни, даже если он сопряжен с риском	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Для него важно иметь власть, чтобы заставлять людей делать то, что он хочет	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Для него важно планировать свои действия независимо	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Для него важно соблюдать правила, даже когда никто не видит	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Для него важно быть очень успешным	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Для него важно следовать семейным обычаям или религиозным обычаям	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Для него важно слушать и понимать людей, отличающихся от него, например, людей, которые принадлежат к различным меньшинствам	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Для него важно, что его страна сильная и может защитить своих граждан	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Для него важно наслаждаться удовольствиями, которые может дать жизнь	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Для него важно, чтобы каждый человек в мире имел равные возможности в жизни	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Для него важно быть скромным	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Для него важно расширять свой кругозор	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. Для него важно чтить традиции его	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Совсем не похож на меня	Не похож на меня	Мало похож на меня	Умеренно похож на меня	Похож на меня	Очень похож на меня
культуры						
41. Для него важно быть тем, кто указывает другим, что делать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Для него важно соблюдать все законы	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Для него важно получать разный опыт	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Для него важно иметь дорогие вещи, которые показывают его богатство	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Для него важно защищать окружающую среду от разрушения или загрязнения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Для него важно пользоваться любой возможностью повеселиться	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Для него важно уделять внимание всем нуждам близких ему людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Для него важно, чтобы люди признавали его достижения	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. Для него важно никогда не быть униженным	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. Для него важно, чтобы его страна могла защитить себя от любых угроз	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. Для него важно никогда не сердить других людей	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Для него важно, чтобы со всеми людьми обращались справедливо, даже если он их не знает	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. Для него важно никогда не подвергать себя опасности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. Для него важно никогда не стремиться к публичному вниманию или одобрению	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. Для него важно, что все его друзья и семья могут полностью положиться на него	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. Для него важно быть свободным самостоятельно выбирать, что делать	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57. Для него важно принимать людей, даже когда он не согласен с ними	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

КЛЮЧ: SDT= самостоятельность: поступки; SDA= самостоятельность: мысли; ST= стимуляция; HE= гедонизм; AC= достижение; POR= власть: ресурсы; POD= власть: доминирование; FAC= репутация; SES= безопасность: общественная; SEP= безопасность: личная; COR= конформизм: правила; COI= конформизм: межличностный; TR= традиция; HU= скромность; BED= благожелательность: чувство долга; BEC= благожелательность: забота; UNC= универсализм: забота о других; UNN= универсализм: забота о природе; UNT= универсализм: толерантность

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

МОДИФИЦИРОВАННЫЙ ОПРОСНИК ЦЕННОСТЕЙ ШВАРЦА (КАЗАХСКАЯ ВЕРСИЯ)

Біз қазақстандықтардың құндылықтары мен әлеуметтік пікірлерін анықтауға арналған зерттеу жүргізудеміз, және сіздерді сол зерттеуге қатысып, бірқатар сұрақтарға жауап берулеріңізді сұраймыз.

Мұнда дұрыс немесе дұрыс емес жауаптар жоқ.

Бірде бір сұрақты жібермей не аттап өтпей жауап берулеріңізді өтінеміз.

Сауалнама анонимді болып табылады,

Сіздің жауаптарыңыз жалпы ауқымда өңделеді және жариялауға жатпайды.

Бұл адам Сізге қашналықты ұқсайды?

	Маған мүлде ұқсамайды	Маған ұқсамайды	Маған кішке не ұқсайды	Біршама ұқсастықтар бар	Маған ұқсайды	Маған қатты ұқсайды
1. Ол үшін әр нәрсені өзінше түсіну маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Ол үшін қоғамдағы тәртіп маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ол үшін бос уақытын жақсы өткізу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Ол үшін басқа адамдарды мазаламау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Ол үшін қоғамдағы әлсіз және осал адамдарға жәрдем беру маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ол үшін адамдар ол не айтса соны жасағаны маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ол үшін ешқашан мақтанбау және өзін тәкәппарланып ұстамау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Ол үшін табиғатты сақтау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Ол үшін ешқашан масқараланбау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ол үшін жұмыста әрқашан әртүрліліктерді іздеу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ол үшін өзіне жақын адамдарының қамын ойлау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Ол үшін ақша бере алатын билікке ие болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ол үшін ауырмауға тырысу және өз денсаулығын сақтау өте маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Ол үшін неше түрлі адамдар мен топтарға шыдамды болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Ол үшін ережелер мен жарлықтарды ешқашан бұзбау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Ол үшін өз өміріне қатысты шешімдерді өз бетімен қабылдау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Ол үшін өмірде үлкен, амбициялы мақсаттары болған маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Маған мүлде ұқсамайды	Маған ұқсамайды	Маған кішке не ұқсайды	Біршама ұқсастықтар бар	Маған ұқсайды	Маған қатты ұқсайды
18. Ол үшін дәстүрлі құндылықтар мен дүниеге деген көзқарастарды үзбей сақтау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Ол үшін ол жақсы танитын адамдар оған толық сенімді болғаны маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Ол үшін бай болған маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Ол үшін табиғатты қорғау жөніндегі ерікті акцияларға қатысу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Ол үшін ешқашан ешкімнің ашуына тимеу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Ол үшін өзінің көзқарасының болғаны маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Ол үшін басқалардың алдында өз абыройын сақтау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Ол үшін өзіне қымбат адамдарға көмектесу өте маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Ол үшін өзін қорғаныста сезіну және қауіпсіздікте болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Ол үшін сенімді және сенімге лайықты дос болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Ол үшін өмірде құмарлық маңызды, тіпті ол тәуекелге байланып тұрса да	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Ол үшін адамдарға өзі не қаласа соны жасатқызатын билікке ие болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Ол үшін өз әрекеттерін тәуелсіз жеке жоспарлау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Ол үшін тіпті ешкім көрмей тұрса да ережелерді сақтау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Ол үшін өте табысты болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Ол үшін отбасылық және діни дәстүрлер бойынша жүру маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Ол үшін өзінен ерекшеленетін адамдарды, мысалы, әртүрлі азшылық топтарға жататын адамдарды тыңдау және түсіну маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. Ол үшін важно, что его страна сильная и может защитить своих граждан	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. Ол үшін өмірден алуға болатын ғанибеттермен рақаттану маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. Ол үшін әлемдегі әрбір адамда өмірде бірдей мүмкіндіктерге ие болуы маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. Ол үшін сыпайы болған маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Ол үшін өз ой-өрісін кеңейту маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Маған мүлде ұқсамайды	Маған ұқсамайды	Маған кішке не ұқсайды	Біршама ұқсастықтар бар	Маған ұқсайды	Маған қатты ұқсайды
40. Ол үшін өз мәдениетінің дәстүрлерін құрметтеу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. Ол үшін басқаларға не істеу керектігін көрсетіп тұратын адам болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. Ол үшін барлық заңдарды сақтау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Ол үшін әртүрлі тәжірибе алған маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. Ол үшін өзінің ауқаттылығын көрсететін қымбат заттарды иемдену маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Ол үшін қоршаған ортаны бүліну мен ластанудан қорғау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. Ол үшін көңіл көтерудің кез-келген мүмкіндігін қолдану маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Ол үшін өзіне жақын адамдардың барлық қажеттіліктеріне назар аудару маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48. Ол үшін адамдар оның жетістіктерін мойындағаны маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49. Ол үшін ешқашан қорланбаған немесе кемсітілмеген болу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50. Ол үшін оның елі өзін кез-келген қауіп-қатерден қорғай алуы маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51. Ол үшін ешқашан басқа адамдардың көңілін қалдырмау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52. Ол үшін ол оларды танымаса да барлық адамдарға әділетті қарау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53. Ол үшін ешқашан өзінің басын қатерге тікпеу маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54. Ол үшін ешқашан көпшілік назары мен мақұлдауына ұмтылмау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55. Ол үшін оның барлық достары мен отбасылары оған толығымен арқа сүйейтіндей болуы маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56. Ол үшін не істеу қажеттігін өзінше жекелей таңдау еркіндігі маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57. Ол үшін адамдарды олмен келіспесе де қабылдау маңызды	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ АНКЕТА

Отметьте, пожалуйста, Ваш возраст:

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 20 или ниже | <input type="checkbox"/> 21-30 |
| <input type="checkbox"/> 31-40 | <input type="checkbox"/> 41-50 |
| <input type="checkbox"/> 51-60 | <input type="checkbox"/> Больше 60 |

Ваш пол:

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Мужской | <input type="checkbox"/> Женский |
|----------------------------------|----------------------------------|

Напишите Вашу национальность: _____

Являетесь ли Вы в настоящее время студентом?

- | |
|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Да |
| <input type="checkbox"/> Нет |

Если Вы **не являетесь студентом**, то ответьте на 2 следующих вопроса:

Отметьте Ваш уровень образования:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ниже начальной школы | <input type="checkbox"/> Начальная школа |
| <input type="checkbox"/> Средняя школа | <input type="checkbox"/> Колледж |
| <input type="checkbox"/> Университет или выше | |

Род занятий:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Государственный служащий | <input type="checkbox"/> Индустрия обслуживания |
| <input type="checkbox"/> Строитель | <input type="checkbox"/> Свободная профессия |
| <input type="checkbox"/> Работающий на производстве | <input type="checkbox"/> Служащий |
| <input type="checkbox"/> Работа на дому | <input type="checkbox"/> Безработный |
| <input type="checkbox"/> Некоммерческая организация | <input type="checkbox"/> Другое _____ |

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

ДЕМОГРАФИКАЛЫҚ САУАЛНАМА

Сіздің жасыңызды енгізіңіз:

- 20 немесе төмен 21-30
 31-40 41-50
 51-60 60 немесе одан

Жынысыңызды көрсетіңіз:

- Әйел Ер

Ұлтыңызды көрсетіңіз _____

Сіз қазіргі уақытта студент болып табыласыз ба?

- Иә
 Жоқ

Білім деңгейіңізді белгілеңіз:

- Бастауыш білімінен төмен
 Бастауыш мектеп
 Орта мектеп
 Колледж
 Университет немесе жоғары

Қызметіңіздің түрі:

- Мемлекеттік қызметкер
 Құрылысшы
 Өндіріс саласындағы қызметкер
 Үй жұмысында
 Коммерциялық емес ұйым
 Қызмет көрсету индустриясы
 Еркін кәсіп
 Қызметкер
 Жұмыссыз
 Басқа (төменде жазыңыз)