

## Векторы динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи РФ

© П.Ю. Газов

Государственный университет управления, Москва, 109542, Россия

*Раскрыты особенности и параметры векторов, характеризующих динамику ценностных ориентаций студенческой молодежи, которые рассмотрены в контексте трансформаций их жизненных стратегий. Приведено доказательство того, что в условиях социальных трансформаций, дисфункциональных процессов в образовании, развития рынка и, как следствие, индивидуализации ценностного сознания студенческой молодежи популярными в молодежной среде становятся ценности самореализации. Сделан вывод, что реализация данных ценностей отчасти связана с риском формирования стратегии социального серфинга. Данная стратегия стала возможной в условиях высокой динамики социальных изменений, гибкой идентичности молодых людей, однако может привести к размыванию гражданской идентичности студенческой молодежи.*

**Ключевые слова:** *ценностные ориентации, ценности, жизненные стратегии, динамика ценностей, векторы ценностей, тренды ценностей, студенческая молодежь*

Сохранение традиционных российских духовно-нравственных ценностей выходит на первый план в области национальной безопасности. Важность этой задачи подчеркивает подписание Указа Президента РФ от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Поэтому анализ векторов динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи необходим для понимания процесса сохранения традиционных ценностных ориентаций, особенно «в условиях глобального цивилизационного и ценностного кризиса, ведущего к утрате человечеством традиционных духовно-нравственных ориентиров и моральных принципов» [1].

В ряде научных школ проводились региональные исследования динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи, выделения направленности ценностного сознания молодых людей — работы Ю.Р. Вишневого (Южный федеральный округ), В.Г. Немировского (Сибирский федеральный округ), Е.П. Савруцкой, Л.В. Рожковой, В.Н. Стегния (Приволжский федеральный округ) и др. Учитывая тот факт, что социальные процессы во многих регионах имеют одни и те же социокультурные, экономические основы, обусловленные развитием и трансформацией современного российского общества, результаты

данных исследований могут рассматриваться для анализа динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи России.

Описывать динамику ценностных ориентаций можно на основе таких понятий, как тренд, ценностный тренд, ценностный вектор. Опираясь на общее понятие тренда, сформулированное в работах Д. Нейсбита и С.А. Смирнова, О.Н. Жупник определяет ценностный тренд как «доминирующую направленность общества преимущественно на новые ценности. Направленность обусловлена воздействием внешних или внутренних факторов. Ценностный тренд характеризуется массовостью, высокой степенью распространенности в повседневных социальных практиках, преимущественно институционально закрепленных» [2, с. 27]. Поскольку ценностный тренд включает в себя также повседневные социальные практики, более корректно для анализа данных эмпирических исследований, рассматривающих в большинстве случаев когнитивный компонент ценностных ориентаций, использовать термин «вектор». Вектор динамики ценностных ориентаций можно определить как направленность изменений ценностных ориентаций за определенный промежуток времени, влекущий за собой трансформацию жизненных стратегий. В рамках институциональной структуры современного общества векторы динамики ценностных ориентаций отражают процесс социальной стабилизации через воспроизводство социальных структур и отношений, выражающихся через саморегуляцию молодежью своей жизнедеятельности [3]. Иными словами, динамику ценностных ориентаций представителей студенческой молодежи можно рассматривать в контексте процесса трансформации их жизненных стратегий, обусловленных личностной социализацией, когда формируются представления о смысле жизни. Выделение векторов в процессе трансформации жизненных стратегий позволяет комплексно рассмотреть проблему самоорганизации студенческой молодежи.

Векторы динамики ценностных ориентаций современной студенческой молодежи в институциональном анализе отражают систему индикаторов развития общества и, по точному замечанию Л.Н. Курбатовой, «позволяют определить социальную скорость распространения институциональных признаков в обществе и выявить при этом характер влияния социальных институтов на изменение структуры социальных ориентаций личности» [4, с. 41]. Уместно будет привести индикаторы, которые предлагает Курбатова, в сравнении с выделенными ранее векторами: «I тип — самые чуткие индикаторы, быстро реагирующие на изменения (отношение к обществу и коллективу, работе, морали)» [4, с. 40]. Эти индикаторы отражают вектор на самореализацию и прагматизацию; «II тип — активно развивающиеся, имеющие стабильный рост индикаторы (материальные интересы, служебная карьера, досуг)» [4, с. 41], что отчасти связано с вектором на деловую и личностную

эффективность; III тип — стабильно падающие индикаторы (ориентация на творчество), что отражает вектор на прагматизацию ценностного сознания студенческой молодежи; IV тип — «индикаторы, инертно реагирующие на внешнюю среду (семья, друзья)» [4, с. 41], а согласно концепции автора настоящей статьи, они отражают вектор на сохранение значимости традиционных ценностных ориентаций и прежде всего — семьи. Очевидно, что динамика ценностных ориентаций студенческой молодежи характеризует сложный процесс влияния институциональных и социокультурных изменений периода социальных реформ на ценностное сознание студенческой молодежи. Так, к результатам влияния институциональных процессов на сознание студенческой молодежи Курбатова относит: стабилизацию ценностных ориентаций, связанных с семьей, друзьями, материальным благополучием; сохранение ценностных ориентаций, связанных с удовлетворенностью работой, творчеством, соблюдением моральных норм; позитивный сдвиг в развитии ценностных ориентаций, связанных с отношением к обществу, коллективу, служебной карьере, досугу [4, с. 45].

Процесс динамики ценностных ориентаций российской студенческой молодежи обусловлен целым комплексом факторов, многие из которых оказывают взаимное влияние друг на друга, в их числе социально-экономические риски, общество потребления, «темпоральные» характеристики будущего в сознании студенческой молодежи.

**«Прагматизация» ценностного сознания студенческой молодежи.** Наблюдаемая в российском обществе тотальная «прагматизация» ценностного сознания молодых людей предполагает для когорты студенческой молодежи соответствующую переоценку существующих социально-культурных основ традиционного общества с позиции «пользы». Отсюда усиливается популярность ценностных ориентаций, связанных с личной эффективностью. Так, ценностная ориентация «протекции, знакомства», согласно исследованию В.Г. Немировского, еще в 2004 г. отмечается у 14 % опрошенных против аналогичного показателя 5 % в 1988 г. [5]. Анализируя динамику ценностных ориентаций студентов Сибирского федерального округа (СФО), отметим одну из ярких тенденций исследования — усиление ориентации на материальные блага на уровне терминальных ценностей и усиление популярности средств, которые могут в этом помочь («практицизм», «оборотистость», «протекции, знакомства»). Согласно данным более поздних исследований, приведенных далее, эта тенденция будет только усиливаться.

Прагматизация ценностного сознания студенческой молодежи отразилась на изменении популярности этических и эстетических ценностных ориентаций. Согласно исследованию А.А. Овсянникова, на межрегиональной выборке доля респондентов, отмечающих эстетические и нравственные ценностные ориентации, в 1991 г. была

выше, чем в 2013 г. Так, в 1991 г. в поиске истины видели смысл жизни 42 % опрошенных, а в 2013 г. — 37 %; в 1991 г. видели смысл в служении идеалам добра и красоты 51 % респондентов, а в 2013 г. — 35 %. Прагматизм уверенно становится характерной чертой студенческого сознания, а эстетические ценности, идеалы добра и красоты теряют популярность [6].

Усиление прагматизации ценностного сознания студенческой молодежи, по мнению автора настоящей статьи, отразилось на гибкости, изменчивости ряда инструментальных ценностных ориентаций, а также на возрастании популярности ценностной ориентации «использовать любые средства для достижения цели». Согласно данным исследования Института социологии РАН 2007 г., 45,8 % опрошенных молодых людей считают, что сегодня мир изменился и многие моральные нормы уже устарели; 55,3 % полагают, что «современный мир жесток, и для того, чтобы добиться успеха в жизни, иногда приходится переступать через моральные принципы и нормы» [7, с. 110], а согласно исследованию, проведенному под руководством Ю.Р. Вишневого среди студентов Уральского федерального округа (УФО) в 2006 г., 37 % опрошенных отметили, что для достижения успеха в жизни необходимо умение использовать любые средства для достижения цели, в 2020 г. с этим утверждением согласились уже 54 % опрошенных студентов УФО [8].

При этом снижение горизонта планирования и роста неопределенности формирует установку «жить одним днем». В связи с высокой динамикой социальных изменений и сужения горизонта планирования человек погружается в сферу повседневности, текущей действительности, которая наполняется потреблением.

**Увеличение популярности стратегии развития.** Одна из самых популярных стратегий студенческой молодежи — жизненная стратегия развития, в основе которой лежат такие ценностные ориентации, как «самореализация», «свобода», «независимость». Эта стратегия отражает вектор на увеличение популярности ценностных ориентаций, связанных с самореализацией. Действительно, личная независимость была и остается очень значимой ценностной ориентацией для студентов. Согласно исследованию автора настоящей статьи (база исследования — 850 студентов 1–5-го курсов Государственного университета управления (ГУУ), годы проведения — 2002, 2008, 2017, 2021), в 2002 г. она была главной для 76,7 % студентов, в 2018 г. — для 82,9 % студентов ГУУ [9]. По результатам исследования Московского педагогического государственного университета (МПГУ) в 2017 г., ценности «свобода выбора» и «независимость» получили средний балл 8,5 (5-е место в списке оценочных суждений) [10]. А согласно исследованию «Молодежь в постсоветском пространстве: картины мира, ценностные установки, стратегии самореализации» [11], в число самых популярных

ценностей в сознании студенческой молодежи вошло «саморазвитие» (54 %).

Здоровье и самореализация — две ценностные основы доминирующей стратегии саморазвития студенческой молодежи (согласно данным авторского анкетного опроса, ценностная ориентация «свобода выбора, независимость» заняла 1-е место в иерархии (9 из 10 баллов), а «реализация своих способностей» — 4-е (8 из 10 баллов) среди представителей студенческой молодежи). При этом популярность ценностных ориентаций, связанных с самореализацией, растет («Возможность реализовать свои способности» с 5 % в 1999 г. до 33 % в 2020 г. — исследования Ю.Р. Вишневого [8]).

Выделенный вектор на самореализацию также связан с переходом от дезадаптивного состояния студенческой молодежи, обусловленного необходимостью искать любую работу, пусть и не по специальности, ради обеспечения своего материального положения, к адаптивному состоянию — гармонии между собственными потребностями и социальной средой, выраженной в приоритете самореализации над материальным благосостоянием. Поэтому страх не реализоваться достаточно популярен в среде студенческой молодежи. Согласно данным общероссийского исследования А.А. Овсянникова, опасения, связанные с невозможностью реализовать свои способности, отмечал почти каждый третий (27 %) опрошенный студент в 1991 г., а в 2013 г. — 42 % респондентов [6].

**Вектор на сохранение популярности ценностей семьи.** Стабилизация работы социальных институтов, снижение напряженности в отношениях студентов с родителями, усиление авторитета родителей в глазах студенческой молодежи, по мнению автора настоящей статьи, отразилось на увеличении популярности такой традиционной ценности, как «семья». Отрицательные характеристики семейной жизни отмечает все меньше молодых людей (в 1991 г. — 14 %, в 2013 г. — 7 %), возрастает значение семьи в эстетическом смысле (с утверждением «Семья — источник самых светлых и высоких чувств» в 1991 г. согласны 60 %, в 2013 г. — 77 %), социальном (в 1991 г. с утверждением «Семья — это основа общественной жизни» согласны 51 %, в 2013 г. — 68 %), личностном (не мыслят своей жизни без семьи в 1991 г. — 57 %, в 2013 г. — 77 %) [6].

Согласно исследованию [11], на первом месте по популярности в сознании студенческой молодежи также находится ценностная ориентация «семья» (73,7 %). Это означает, что в условиях индивидуализма, роста социальных дистанций семья может быть источником укрепления социальной идентичности, сохранения традиционных ценностей. Данная тенденция согласуется с общероссийскими исследованиями молодежи страны. Так, создать счастливую семью планируют 72 %

опрошенных молодых людей 14–45 лет в 2022 г. (выборка составила 1800 респондентов, руководитель исследования Е.В. Бродовская) [12].

Студенты стремятся к самостоятельности, уверенности в своих силах, что отражает адаптационные модели студентов к современным социальным условиям: «самостоятельность, уверенность в своих силах» (первое место по популярности среди качеств и принципов, к которым стремятся студенты), а также «умение рисковать, смелость» (второе место по популярности), согласно данным исследования МПГУ 2017 г. [10].

**Жизненная стратегия социального серфинга.** Поскольку ценности следует анализировать как важные элементы конструирования социального мира и формирования кристаллизации смыслов личности, то стоит выделить их темпоральные (временные) характеристики: любая ценностная ориентация обуславливает определенную направленность смысловой сферы в будущее.

Обратимся к результатам исследования «Студент — 2020», проведенного в 2020 г. под руководством Ю.Р. Вишневого (объем выборки: 2000 студентов 3-го курса вузов Екатеринбурга). Согласно данным исследования, большинство представителей студенческой молодежи в условиях разного рода рисков вынуждены планировать свою жизнь в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Только 10 % представителей студенческой молодежи строят планы на отдаленное будущее (до 10 лет), 24 % — на ближайшие 5 лет, 29 % — на ближайший год, а 15 % опрошенных вообще не строят планы, живя одним днем [13]. Неуверенность в условиях нестабильности отражается на «ценностном серфинге» — динамичном поиске молодыми людьми ценностных основ своей жизнедеятельности, проявляющемся в перманентном, неопределенном, колеблющемся выборе ценностных приоритетов, которые зависят от социальных процессов, социальных рисков, отражающихся в адаптивном и декларативном характере ценностных ориентаций. Ценностный серфинг является частью социального серфинга (social surfing, социальное скольжение), который достаточно распространен среди студенческой молодежи и, по мнению И.В. Воробьевой, О.В. Кружковой, И.А. Симоновой, «является распространенным среди молодежи явлением, удобной, обеспечивающей успех и адаптацию в разнообразных группах и сообществах личностной позицией» [14, с. 50]. По мнению ученых, в рамках социального серфинга «ценностные ориентиры также достаточно динамичны и не согласованы на уровне декларации и построения реального поведения, что приводит к отсутствию сформированной и четко обозначенной личностной позиции относительно жизненных событий и приоритетов» [14, с. 50]. Таким образом, ценностный серфинг влечет формирование неустойчивой системы ценностных ориентаций и норм, складывающихся под воздействием социальных

процессов и рисков, социальных трендов и мейнстримов. Быть в мейнстриме, соответствовать социальным трендам — один из факторов формирования ценностного серфинга.

В то же время множественная, нестабильная идентичность в «текущей реальности», по З. Бауману, может быть частью социального серфинга. В рамках данной стратегии молодые люди осуществляют поиск себя, переходя из одного сообщества в другое. Как отмечает О.В. Белановская, «социальный серфинг — это поверхностность и множественность идентификации молодежи с социальными сообществами, социальная мобильность, в которой индивид совершает ряд систематических перемещений от одних систем общения и деятельности к другим» [15, с. 30]. Социальный серфинг превращается в стиль жизни, связанной с систематическими перемещениями в рамках профессиональной, образовательной, культурной и других сфер с отсутствием четкой социальной позиции, социальной идентичности и ценностного базиса. Идентичность серфера адаптивна к «текущей», изменчивой социальной среде по З. Бауману. Серфер ловит тренды (волны), быстро приспосабливается к изменчивой социальной реальности, понимая кратковременность трендов. При этом существуют социальные риски для студенческой молодежи как следствие данной стратегии. Как верно отмечает Белановская, «феномен социального серфинга как специфической стратегии мобильности во многом определяет жизнь молодежи цифрового поколения и создает неоднозначный с точки зрения угроз и возможностей контекст становления жизненных траекторий молодежи» [15, с. 32, 33]. Британские ученые из Ipsos MORI в исследовании, посвященном «поколению Z» [16], в 2018 г. подчеркивали текучесть социальной среды, в которой происходит формирование представителей данного поколения. Действительно, изменчивость и непостоянство социальной среды, по-видимому, являются главным фактором формирования позиции «социального серфинга». Также условия формирования данной стратегии — сужение позитивной временной установки и популярность установки «жить одним днем» среди студенческой молодежи.

Институциональными основами формирования стратегии «социального серфинга» студенческой молодежи является развитие гибких форм образования (дистанционного, смешанного, появление онлайн-школ по разным направлениям и специальностям обучения, онлайн-семинаров, онлайн-тренингов и пр.), которые позволяют студенту обучаться на разных направлениях, при этом не рассматривая ни одно из них в качестве основного в плане профессионального развития.

В результате в условиях слабых социальных связей и повышения внутренней свободы у социальных акторов, по мнению известного французского социолога З. Баумана, происходят коррозия и распад института гражданства [17]. Отсюда, отмечает Е.В. Балацкий, «интересы

индивидуума уже не могут ассоциироваться с каким-то конкретным обществом и с какой-то конкретной территорией» [18], что влияет на популярность стратегии социального серфинга. Рисками использования такой стратегии является размывание у представителей молодежных когорт гражданской идентичности. Вследствие усиления гиперпрагматизма и популярности использования любых средств для достижения цели интересы субъекта обычно не ассоциируются с конкретным обществом.

**Развитие потребительских установок.** Кроме того, на формирование идентичности в условиях постиндустриального общества существенно влияет потребление. О возрастающем значении потребления писал Ж. Бодрийяр. Он уделяет области потребления большое внимание, связывая его с утратой смыслов. Ученый отмечает, что СМИ преподносят информацию в удобной для массового потребления форме, соответствующей определенным ожиданиям общества [19, с. 109]. В результате происходят «деполитизация политики, декультуризация культуры, десексуализация тела в массовом информационном потреблении» [19, с. 109]. М. Фезерстоун подчеркивает связь потребления со стилем жизни, вкусом и другими характеристиками: «Тело, одежда, речь, досуг, предпочтения в пище и напитках, дом, автомобиль, выбор праздников и т. д. рассматриваются как показатели индивидуальности вкуса и чувства стиля владельца/потребителя» [20, с. 83]. Однако эти особенности потребления приобретают значимость только в обществе.

В связи с высокой динамикой социальных изменений и сужения горизонта планирования человек погружается в сферу повседневности, текущей действительности, которая наполняется потреблением.

Описывая ценностное сознание молодежи 1990-х годов, В.П. Бабинцев, Г.Ф. Ушамирская, А.Э. Ушамирский подчеркивают: «Рыночная экономика выступила условием формирования престижно-потребительских установок и ценностей индивидуализма» [21, с. 20]. Присущий молодежи в целом и студенческой молодежи в частности индивидуализм и эгоизм соотносятся с выделенным Джоном Нейсбитом и Патрицией Абурден «триумфом индивидуального» [22].

Уход от патернализма и снижение зависимости от власти населения отразились на росте потребления. Превалирование индивидуальных интересов над общественными и переход социальных субъектов в частную сферу обусловил новый виток популярности установки на потребление. Это также повлияло на студенческую молодежь. Уже в 2005 г., согласно исследованию А.В. Степановой (база исследования: студенты МГУ и училищ в возрасте от 16 до 25 лет, объем выборки: 267 человек, дата проведения февраль — апрель 2005 г.), московские студенты МГУ младших курсов видят в ориентации на потребление «способ достижения ценностей, связанных с личной успешностью и индивидуальным

ростом (интересная работа, активная и деятельная жизнь, общественное признание, уверенность)» [23, с. 18]. У студентов МГУ старшего возраста «появляется восприятие ориентации на потребление как способа достижения ценностей, связанных с другими людьми (счастливая семейная жизнь, счастье других)» [23, с. 18]. Те респонденты, которые выделяют потребление как терминальную ценность, согласно результатам опроса, склонны испытывать в большей степени положительные эмоции, связанные с обладанием материальными ценностями, деньгами.

Степанова отмечает, что «ориентация на потребление» в наибольшей степени воспринимается как способ достижения уверенности, свободы, развития, продуктивной жизни, познания, развлечения, т. е. ценностей, связанных в первую очередь с личностным развитием. При этом реализация ценностных ориентаций, связанных с развитием (достижение уверенности, свободы, развития, продуктивной жизни, познания, развлечения), во многом зависит от ориентации на потребление, которая воспринимается как способ их достижения. Таким образом, в обществе потребления ряд ценностных ориентаций тесно переплетены с ориентацией на потребление как способ достижения этих ценностных ориентаций. Поэтому можно предположить, что у студенческой молодежи существует взаимовлияние ценностных ориентаций, связанных с материальными средствами, развитием и установкой на потребление. Результаты данного исследования наглядно демонстрируют отражение трансформационных процессов, связанных со становлением рыночного общества и развитием культуры потребления в ценностном сознании студенческой молодежи. Кроме того, усиление потребительских установок в молодежной среде, нестабильная работа социальных институтов, рост социальной атомизации и индивидуализма влияют на формирование социальной идентичности, которая отражает противоречивость социальной интеграции студенческой молодежи в социальные структуры. Идентичность уже в меньшей степени способна интегрировать студенческую молодежь в социальные структуры в силу отсутствия единой общегосударственной идеологии. В этом контексте развитие идентичности в большей степени связано с влиянием социальных групп, в которых происходит социализация молодых людей.

**Ритуализация процесса образования.** Рост популярности ориентации не на образование и профессию, а на получение диплома, повышает вес человеческого капитала на рынке труда. Согласно исследованию «Трудоустройство молодежи. Опыт работы или хорошее образование», проведенному Институтом прикладных экономических исследований РАНХиГС (ЦЭНО) в трех субъектах Российской Федерации: Ивановской, Свердловской и Новосибирской областях, среди молодежи 18–30 лет (опрошены 1830 человек) в 2018 г. 44,8 % респондентов

не считают высшее образование обязательным для получения перспективной работы [24]. Часть молодых людей понимают: диплом — не гарантия трудоустройства, а необходимое условие для получения работы. Работать можно и не по специальности, главное — найти нужные связи. Отсюда падение образованности как ценности. Согласно данным Ю.Р. Вишневого, ценностная ориентация «образованность, профессионализм» теряет свою популярность у студентов УФО (с 37 % в 2007 г. до 14 % в 2020 г.) [25].

Анализ результатов исследований позволил выделить ряд векторов в динамике ценностных ориентаций студенческой молодежи: повышение уровня популярности ценностной ориентации «самореализация», ценностных ориентаций, связанных с деловой и личностной эффективностью. Причем со стороны многих студенческих групп молодежи наблюдается высокий запрос на ценностные ориентации, связанные с социальной стабильностью (стабильность, безопасность и пр.), сохранением популярности традиционных ценностных ориентаций, а также на прагматизацию ценностного сознания.

В этом смысле динамика ценностных ориентаций отражает усиление жизненной стратегии развития, гедонистической установки, адаптационной стратегии (качества, требующиеся для того, чтобы быть успешным), а также необходимость получения диплома о высшем образовании и формирования профессиональных компетенций в рамках накопления человеческого капитала, при этом значимость традиционных ценностных ориентаций, связанных с семьей, сохраняется. Стабилизация социально-экономических процессов формирует условия для перехода к «постматериальным» ценностным ориентациям. Очевидно, что рассматриваемая динамика ценностей студентов отражает как процесс социальных трансформаций, так и реакцию молодых людей на социальные изменения. Выделенные векторы динамики ценностных ориентаций позволяют спрогнозировать тенденции развития студенческой молодежи как социальной группы.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». *Официальное опубликование правовых актов*. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019> (дата обращения 02.04.2024).
- [2] Жупник О.Н. К определению понятия «ценностный тренд». *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология*, 2019, № 1, с. 27.
- [3] Зубок Ю.А., ред. *Саморегуляция жизнедеятельности молодежи: методология и социальные практики*. Белгород, Эпицентр, 2021, 500 с.

- [4] Курбатова Л.Н. Жизненные ценности студентов как институциональные индикаторы формационного изменения общества. *Alma Mater (Вестник высшей школы)*, 2012, № 9, с. 41.
- [5] Немировский В.Г., Соколова Е.В. *Структура и динамика смысложизненных ориентаций студенческой молодежи: 1988–2004 гг. Постнеклассический подход*. Красноярск, РИО КрасГУ, 2006, с. 14.
- [6] Овсянников А.А., Туманов С.В., Иудин А.А., Ротман Д.Г., Сокурская Л.Г. *Новое поколение: надежды, цели и идеалы. Двадцать лет спустя*. Москва, Издательский дом Международного университета в Москве, 2016, 352 с.
- [7] Горшков М.К., Шереги Ф.Э. *Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты*. Москва, Институт социологии РАН, 2007, с. 110.
- [8] Вишневикий Ю.Р., ред. *Молодежь о будущем России и о себе: вызовы настоящего и конструирование горизонтов грядущего (по материалам VIII этапа мониторинга динамики социокультурного развития уральского студенчества 1995–2020 гг.)*. Екатеринбург, Издательство Уральского университета, 2021, 372 с.
- [9] Тазов П.Ю. Динамика ценностных ориентаций студентов ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» в 2001–2018 гг. *Вестник университета*, 2019, № 7, с. 178–186.
- [10] Иванов С.Ю., Иванова Д.В., Галкин А.Н. Ценностные ориентации и досуговые предпочтения студенческой молодежи. *Социально-гуманитарные знания*, 2017, № 3, с. 147–162.
- [11] Андреев А.Л., Лашук И.В. Студенческая молодежь России и Белоруссии: картины мира, ценностные установки, стратегии самореализации. Ч. 1. *Социологическая наука и социальная практика*, 2019, т. 7, № 1, с. 76.
- [12] Складорова Н.Ю., Бродовская Е.В. Ценности, установки и идентичность молодежи, получающей педагогическое образование в России. *Известия ТулГУ. Гуманитарные науки*, 2023, № 1, с. 105–129.
- [13] Вишневикий Ю.Р., Тарасова А.Н., Телепаева Д.Ф. Образ будущего глазами уральских студентов. *Siberian Socium*, 2021, т. 5, № 3, с. 87.
- [14] Воробьева И.В., Кружкова О.В., Симонова И.А. Социальный серфинг: специфика ценностных ориентаций молодежи в современном обществе. *Педагогическое образование в России*, 2015, № 5, с. 50.
- [15] Белановская О.В. Ценностные ориентации студентов, склонных к социальному серфингу. *Актуальные научные исследования в современном мире*, 2021, № 9–2, с. 30.
- [16] Duffy B., Shrimpton H., Clemence M. et al. Ipsos Thinks. *Beyondbinary. The Lives and Choices of Generation Z*. URL: [https://www.activehw.co.uk/uploads/ipsos-mori-\(2018\)-beyond-binary-the-lives-and-choices-of-generation-z.pdf](https://www.activehw.co.uk/uploads/ipsos-mori-(2018)-beyond-binary-the-lives-and-choices-of-generation-z.pdf) (дата обращения 21.07.2024).
- [17] Бауман З. *Глобализация: Последствия для человека и общества*. Москва, Весь Мир, 2004, с. 44.
- [18] Балацкий Е. Зигмунт Бауман: концепция текучей реальности и ее приложения. *Капитал страны*. URL: [http://kapital-rus.ru/articles/article/zigmunt\\_bauman\\_koncepciya\\_tekuchej\\_realnosti\\_i\\_ee\\_prilozheniya/](http://kapital-rus.ru/articles/article/zigmunt_bauman_koncepciya_tekuchej_realnosti_i_ee_prilozheniya/) (дата обращения 16.04.2024).
- [19] Бодрийяр Ж. *Общество потребления. Его мифы и структуры*. Москва, Республика, 2006, с. 109.
- [20] Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London, Newbury Park, Sage Publications Publ., 1991, p. 83.
- [21] Бабинцев В.П., Ушамирская Г.Ф., Ушамирский А.Э. Динамика ценностей и жизненных целей российской молодежи. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право*, 2015, т. 33, № 14, с. 35–36.

- [22] Нэсбитт Дж., Эбурдин П. *Что нас ждет в 90-е годы. Мегатенденции. Год 2000*. Москва, Республика, 1992, 416 с.
- [23] Степанова А.В. *Ориентация на потребление как элемент ценностной структуры личности: автореф. дис. ... канд. психол. наук*. Москва, МГУ, 2007, с. 18.
- [24] Исследование: молодежь в РФ не считает образование залогом успешного трудоустройства. ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/6280160> (дата обращения 01.04.2024).
- [25] Вишневский Ю.Р., ред. *Студент 1995–2016 гг.: динамика социокультурного развития студенчества Среднего Урала*. Екатеринбург, УрФУ, 2017, с. 420.

Статья поступила в редакцию 21.05.2024

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Тазов П.Ю. Векторы динамики ценностных ориентаций студенческой молодежи РФ. *Гуманитарный вестник*, 2024, вып. 3. EDN XQXWDV

**Тазов Петр Юрьевич** — старший преподаватель кафедры маркетинга Государственного университета управления. e-mail: [vetr@yandex.ru](mailto:vetr@yandex.ru)

## Vectors of the value orientation dynamics in students of the Russian Federation

© P.Yu. Tazov

The State University of Management, Moscow, 109542, Russia

*The paper identifies the features and characteristics of vectors characterizing dynamics in value orientation of the student youth, they are considered in the context of their life strategy transformation. It is proven that self-realization values are becoming popular among the young people under conditions of social transformations, dysfunctional processes in education, market development and, as a consequence, individualization of the student youth value consciousness. The paper concludes that implementation of these values is partly associated with the risk of forming the social surfing strategy. This strategy became possible due to high dynamics in the social change and flexible identity of the young people. However, it could lead to erosion of the student youth civic identity.*

**Keywords:** value orientation, values, life strategies, value dynamics, value vectors, value trends, student youth

### REFERENCES

- [1] Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii no. 809 ot 09.11.2022 “Ob utverzhdenii Osnov gosudarstvennoy politiki po sokhraneniyu i ukrepleniyu traditsionnykh dukhovno-nravstvennykh tsennostey” [Decree of the President of the Russian Federation No. 809 dated November 9, 2022 “On approval of the foundations of state policy for the preservation and strengthening of traditional Russian spiritual and moral values”]. *Ofitsialnoe opublikovanie pravovykh aktov* [Official publication of legal acts]. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019> (accessed April 2, 2024).
- [2] Zhupnik O.N. K opredeleniyu ponyatiya “tsennostnyi trend” [To the definition of the concept “value trend”]. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filosofiya. Politologiya. Kulturologiya — Scientific Notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Cultural studies*, 2019, no. 1, p. 27.
- [3] Zubok Yu.A. *Samoregulyatsiya zhiznedeyatelnosti molodezhi: metodologiya i sotsialnye praktiki* [Self-regulation of youth's vital activity: methodology and social practices]. Belgorod, Epitsentr Publ., 2021, 500 p.
- [4] Kurbatova L.N. Zhiznennye tsennosti studentov kak instutsionalnye indicatory formatsionnogo izmeneniya obshchestva [Students' life values as institutional indicators of the formational change in society]. *Alma mater (Vestnik vysshey shkoly) — Alma Mater (Higher School Herald)*, 2012, no. 9, p. 41.
- [5] Nemirovsky V.G., Sokolova E.V. *Struktura i dinamika smyslozhiznennykh orientatsiy studencheskoy molodezhi: 1988–2004 gg. Postneklassicheskiy podkhod* [Structure and dynamics of life orientation of students: 1988–2004. Post-non-classical approach]. Krasnoyarsk, RIO KrasGU Publ., 2006, p. 14.
- [6] Ovsyannikov A.A., Tumanov S.V., Iudin A.A., Rotman D.G., Sokuryanskaya L.G. *Novoe pokolenie: nadezhdy, tseli i idealy. Dvadsat let spustya* [The new generation: hopes, goals and ideals. Twenty years later]. Moscow, Moscow International University Publ., 2016, 352 p.

- [7] Gorshkov M.K., Sheregi F.E. *Molodezh novoy Rossii: obraz zhizni i tsennostnyy pri-  
oritety* [The youth of new Russia: lifestyle and value priorities]. Moscow, Institut  
Sotsiologii RAN Publ., 2007, p. 110.
- [8] Vishnevsky Yu.R. *Molodezh o budushchem Rossii i o sebe: vyzovy nastoyashchego i  
konstruirovaniye gorizontov gryadushchego (po materialam VIII etapa monitoringa  
dinamiki sotsiokulturnogo razvitiya Uralskogo studenchestva 1995–2020 gg.)*  
[Youth about the future of Russia and about themselves: challenges of the present  
and construction of horizons of the future (based on the materials of the VIII stage of  
monitoring the dynamics of socio-cultural development of Ural students in 1995–  
2020)]. Yekaterinburg, Ural University Publ., 2021, 372 p.
- [9] Tazov P.Yu. Dinamika tsennostnykh orientatsiy studentov FGBOU VO “Gosudar-  
stvennyi universitet upravleniya” v 2001–2018 gg. [Dynamics of value orientations  
of students of the State University of Management in 2001–2018]. *Vestnik universi-  
teta*, 2019, no. 7, pp. 178–186.
- [10] Ivanov S.Yu., Ivanova D.V., Galkin A.N. Tsennostnye orientatsii i dosugovye  
predpochteniya studencheskoy molodezhi [Value orientations and leisure prefer-  
ences of students]. *Sotsialno-gumanitarnyye znaniya — Social and Humanitarian  
Knowledge*, 2017, no. 3, pp. 147–162.
- [11] Andreev A.L., Lashchuk I.V. Studencheskaya molodezh Rossii i Belorussii: kartiny  
mira, tsennostnye ustanovki, strategii samorealizatsii. Ch. 1 [Russian and Belarusian  
students: world views, system of values, self-actualization strategies. Part 1].  
*Sotsiologicheskaya nauka i sotsialnaya praktika — Sociological Science and Social  
Practice*, 2019, vol. 7, no. 1, p. 76.
- [12] Sklyarova N.Yu., Brodovskaya E.V. Tsennosti, ustanovki i identichnost molodezhi,  
poluchayushchey pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii [Values, attitudes and  
identity of young people receiving pedagogical education in Russia]. *Izvestiya Tul-  
GU. Gumanitarnyye nauki — Bulletin of Tula State University. Film Humanities*,  
2023, no. 1, pp. 105–129.
- [13] Vishnevsky Y.R., Tarasova A.N., Telepaeva D.F. Obraz budushchego glazami ural-  
skikh studentov [The image of the future through the eyes of Ural students]. *Siberian  
Socium*, 2021, vol. 5, no. 3, p. 87.
- [14] Vorobyova I.V., Krushkova O.V., Simonova I.A. Sotsialnyi serfing: spetsifika tsen-  
nostnykh orientatsiy molodezhi v sovremennom obshchestve [Social surfing: specif-  
ic value orientations of youth in contemporary society]. *Pedagogicheskoe obra-  
zovanie v Rossii — Pedagogical Education in Russia*, 2015, no. 5, p. 50.
- [15] Belanovskaya O.V. Tsennostnye orientatsii studentov, sklonnykh k sotsialnomu  
serfingu [Value orientations of students inclined to social surfing]. *Aktualnye nauch-  
nye issledovaniya v sovremennom mire — Current Scientific Research in the Mod-  
ern World*, 2021, no. 9–2, p. 30.
- [16] Duffy B., Shrimpton H., Clemence M. et al. (2018) Ipsos Thinks. Beyondbinary.  
*The Lives and Choices of Generation Z*. Available at:  
[https://www.activehw.co.uk/uploads/ipsos-mori-\(2018\)-beyond-binary-the-lives-  
and-choices-of-generation-z.pdf](https://www.activehw.co.uk/uploads/ipsos-mori-(2018)-beyond-binary-the-lives-and-choices-of-generation-z.pdf) (accessed July 21, 2024).
- [17] Bauman Z. *Globalization. The Human Consequences*. Columbia University Press,  
1998 [In Russ.: Bauman Z. Globalizatsiya: Posledstviya dlya cheloveka i obshchest-  
va. Moscow, Ves Mir Publ., 2004, p. 44].
- [18] Balatsky E. Zigmunt Bauman: kontseptsiya tekuchey realnosti i ee prilozheniya  
[Zygmunt Bauman: the concept of fluid reality and its applications]. *Kapital  
strany — Capital of the Country*. Available at: [http://kapital-rus.ru/articles  
/article/zigmunt\\_bauman\\_koncepciya\\_tekuchey\\_realnosti\\_i\\_ee\\_prilozheniya/](http://kapital-rus.ru/articles/article/zigmunt_bauman_koncepciya_tekuchey_realnosti_i_ee_prilozheniya/) (ac-  
cessed April 16, 2011).

- [19] Baudrillard J. *The Consumer Society. Myths and Structures*. SAGE Publications Ltd, 1998 [In Russ.: Bodriyar Zh. Obshchestvo potrebleniya. Ego mify i struktury. Moscow, Respublika Publ., 2006, p. 109].
- [20] Featherstone M. *Consumer Culture and Postmodernism*. London, Newbury Park, Sage Publications Publ., 1991, p. 83.
- [21] Babintsev V.P., Ushamirskaya G.F., Ushamirsky A.E. Dinamika tsennostey i zhiznennykh tseley rossiyskoy molodezhi [The dynamics of values and vital purposes of the Russian young people]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo — Belgorod State University Scientific Bulletin. Philosophy. Sociology. Law*, 2015, vol. 33, no. 14, pp. 35–36.
- [22] Naisbitt J., Aburdene P. *Megatrends 2000. Ten New Directions for the 1990's*. William Morrow and Company, Inc., 1990 [In Russ.: Nesbitt Dzh., Eburdin P. Chto nas zhdet v 90-e gody. Megatendentsii. Moscow, Respublika Publ., 1992, 416 p.].
- [23] Stepanova A.V. *Orientatsiya na potreblenie kak element tsennostnoy struktury lichnosti: avtoref. dis. ... kand. psikh. nauk* [Orientation to consumption as an element of the value structure of a personality. Abstract of the diss. ... Cand. Sc. (Psychology)]. Moscow, MGU Publ., 2007, p. 18.
- [24] Issledovanie: molodezh v RF ne schitaet obrazovanie zalogom uspehnogo trudoustroystva [Research: young people in the Russian Federation do not consider education to be the key to successful employment]. *TASS*. Available at: <https://tass.ru/obshchestvo/6280160> (accessed April 1, 2024).
- [25] Vishnevsky Yu.R., ed. *Student 1995–2016 gg.: dinamika sotsiokulturnogo razvitiya studenchestva Srednego Urala* [Student 1995–2016: dynamics of socio-cultural development of students in the Middle Urals]. Yekaterinburg, UrFU Publ., 2017, p. 420.

**Tazov P.Yu.**, Senior Lecturer, Department of Marketing, the State University of Management. e-mail: [vetr@yandex.ru](mailto:vetr@yandex.ru)