

**Ильина Виолетта Александровна**

доктор филологических наук, профессор кафедры теории и практики перевода, Российский новый университет, Москва. ORCID: 0000-0002-6256-7761, SPIN-код: 8245-3135.

Электронный адрес: violette-viola@inbox.ru

**Violetta A. Ilina**

Doctor of Philological Sciences, Professor at the Department of theory and practice of translation, Russian New University, Moscow. ORCID: 0000-0002-6256-7761, SPIN code: 8245-3135.

E-mail address: violette-viola@inbox.ru

**Завьялова Юлия Николаевна**

старший преподаватель кафедры лингвистики и межкультурных коммуникаций, Российский новый университет, Москва.

Электронный адрес: jvica23@yandex.ru

**Yulia N. Zavyalova**

Senior lecturer at the Department of linguistics and intercultural communications, Russian New University, Moscow.

E-mail address: jvica23@yandex.ru

**Ильина Эвелина Алексеевна**

студент, Московский государственный лингвистический университет, Москва.

Электронный адрес: eveplusik@gmail.com

**Evelina A. Pyina**

Student, Moscow State Linguistic University, Moscow.

E-mail address: eveplusik@gmail.com

---

## ЦЕННОСТНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ПОДРОСТКОВ И ЮНОШЕЙ

---

**Аннотация.** В статье анализируются результаты проведенного эксперимента с использованием метода анкетирования с целью выявления представления о базовых ценностях подростков и юношества, которое они определяют как актуальное для себя, сверстников и родителей. В результате нам удалось выяснить, что относительно частотным результатом является определение *семьи* в качестве базовой ценности, отсутствие ценности *дружба* в качестве базовой, в семантической группе «родственные связи» не представлена реакция *папа*.

**Ключевые слова:** ценностные ориентации личности, личностные ценности, эксперимент, анкетирование, ядро, периферийная зона семантического поля.

**Для цитирования:** Ильина В.А., Завьялова Ю.Н., Ильина Э.А. Ценностные приоритеты подростков и юношей // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. 2025. № 1. С. 124–131. DOI: 10.18137/RNUV925X.21.05.P.124

---

## TEENAGERS AND YOUTH VALUE PRIORITIES

---

**Abstract.** The article analyzes the results of an experiment conducted with the help of the questionnaire method in order to identify the teenagers and youth values, which they define as basic for themselves, peers and parents. As a result, we found out that the relatively frequent reaction is *family* as a basic value, the absence of *friendship* as a value becomes obvious as well as the absence of the reaction *father* in the semantic group 'family relations'.

**Keywords:** personal value orientations, personal values, experiment, questionnaire, core, peripheral zone of the semantic field.

**For citation:** Ilina V.A., Zavyalova Yu.N., Ilyina E.A. (2025) Teenagers and youth value priorities. *Vestnik of Russian New University. Series: Man in the Modern World.* No. 1. Pp.124–131. (In Russian). DOI: 10.18137/RNU.V925X.21.05.P.124

### Введение

Актуальность исследования обуславливается необходимостью проведения постоянного мониторинга нравственного здоровья разных возрастных групп, в том числе школьного возраста, что позволит нам сформировать актуальное представление о ценностях в разных возрастных группах и позволит использовать эмпирические данные в учебном и воспитательном процессе с целью уделения особого внимания потенциально кризисным ситуациям в общении подростков со сверстниками и родителями.

Мы ставим себе *цель* сформировать детальное представление о базовых ценностях подростков и юношества, которое они считают актуальными для себя, друзей и родителей.

Реализация поставленной цели предполагает решение ряда *задач*:

1) выявить частотную реакцию в ответе на вопрос о базовой ценности для респондента, сверстника и родителей с точки зрения респондента;

2) определить семантические группы реакций;

3) выявить их актуальность с точки зрения респондента для двух возрастных групп, соответствующих двум социальным ролям, а именно родителям и одноклассникам (сверстникам);

4) выявить и описать социально-психологические особенности полученных результатов.

В эксперименте был использован *метод анкетирования*. Материалом послужили анкеты, полученные в ходе проведения экс-

перимента в двух разных московских школах (Юго-Восточного административного округа и Центрального административного округа) с учениками 8–10-х классов. Общее количество респондентов составило 95 человек. В анкете необходимо было указать возраст, пол, а также ответить на три предложенных вопроса. Во-первых, необходимо было назвать самую главную ценность для себя. Во-вторых, назвать самую главную ценность для сверстника, по мнению респондента, в-третьих, – самую главную ценность для родителей респондента, также с его точки зрения. Вопросы в анкете были сформулированы с учетом психолого-возрастных особенностей респондентов. В итоге после обработки полученных 95 анкет в каждой группе школьников из двух школ получилось разное количество рабочих анкет: 28 анкет – из школы в Юго-Восточном административном округе и 48 анкет – из школы в Центральном административном округе. В целом количество респондентов сократилось с 95 до 76 человек в связи с отказами от ответов и наличием испорченных анкет.

В качестве *гипотезы* мы предполагаем, что 1) главную ценность для представителей подросткового и юношеского возраста имеют материальные блага (*деньги*), что органично вписывается в психологию индивидуализма и преследование личной выгоды; 2) имеет место обесценивание *дружбы* как эмоционально-когнитивных межличностных отношений.

В качестве *теоретической основы* формирования представления о ценностях в целом как объекте нашего исследования

мы опирались на работы таких исследователей, как У. Томас, Ф. Знаниецкий, Г. Олпорт и Ф. Вернон, Э. Шпрангер, М. Рокич, Р. Инглхарт, М. Вебер, Э. Дюркгейм, Г. Триандис, в отечественной науке – А.Г. Здравомыслов, В.А. Оссовский, В.А. Ядов.

### *Ценности как объект междисциплинарных исследований*

Исследованию ценностей, ценностных ориентаций различных социальных групп в отечественной и зарубежной науке посвящено большое количество философски, социологически, психологически ориентированных работ, но в нашей статье мы сконцентрируемся на работах зарубежных исследователей. Первым подходом к ценностям в социальной психологии справедливо считается подход У. Томаса и Ф. Знаниецкого [1], предполагающий анализ ценностей с социологической и интеракционистской точек зрения.

Первое исследование ценностей, проведенное Э. Шпрангером [2], было направлено на создание типологии, представляющей шесть основных «типов людей»: 1) «теоретический» тип (интеллектуальный, рациональный человек, занимающийся поиском истины); 2) «экономический» (стремление к накоплению материальных благ, заинтересованность в практической полезности вещей); 3) «эстетический» (поиск красоты и гармонии формы, его основной интерес – художественный); 4) «социальный» (высокая оценка любви людей, альтруизм, целостность и социальные интересы); 5) «политический» (интерес к власти и высокая оценка конкуренции); 6) «религиозный» (мистический (трансцендентальный), стремление к пониманию космоса). Э. Шпрангер полагал, что указанные выше типы могут вступать

как в партнёрские, так и оппозиционные отношения между собой.

Г. Олпорт и Ф. Вернон [3] использовали типологию ценностей Э. Шпрангера для создания анкеты из 120 вопросов, 20 из которых относятся к каждой из шести ценностей, что позволило на протяжении нескольких десятилетий использовать ее для образовательной и профессиональной ориентации. Основываясь на этой шкале, Л. Постман, Дж. Брунер и Э. МакГиннис [4] экспериментально доказывают влияние нашей системы ценностей на наше восприятие.

После теории Э. Шпрангера необходимо уделить внимание концепции ценностей М. Рокича [5], полагающего, что ценности играют интегральную роль для всех наук, изучающих поведение человека и которую можно обозначить в пяти постулатах: «1) общее количество ценностей, которыми обладает человек, относительно невелико; 2) все люди в мире имеют одинаковые ценности, но в разной степени выраженные; 3) ценности организованы в системы; 4) истоки человеческих ценностей прослеживаются в культуре, обществе и его институтах, личности; 5) влияние ценностей прослеживается практически во всех социальных феноменах, заслуживающих изучения».

Ш. Шварц [6] представляет инновационную теорию универсальности и структуры ценностей, описывая синтезированную типологию ценностей, которая подчеркивает их совместимость и конфликтные отношения, а в качестве основного постулата он руководствуется идеей о том, что основные человеческие ценности наделены универсальным содержанием и структурой, так как соответствуют 1) биологическим потребностям любого человека, 2) координации социальных взаимодействий и 3) выживанию (преemptивности) в обществе.

Подход Р. Ингхарта [7] к определению ценностей является одновременно и психологическим, и социологическим. С психологической точки зрения они коррелируют с теорией базовых потребностей человека по Маслоу, что предполагает выделение материалистических ценностей, а постматериалистическим ценностям соответствуют сложные потребности. Автор приходит к выводу, что экономический рост снижает актуальность материалистических ценностей и повышает значимость постматериалистических.

Социологическая традиция изучения ценностей представлена в работах М. Вебера, Э. Дюркгейма, в отечественной науке – в работах А.Г. Здравомыслова [8], В.Л. Оссовского [9], В.А. Ядова [10] и других авторов.

В отношении культурного уровня ценностей рассмотрим работы Г. Хофстеде [11], в которых автор представляет четыре основных культурных измерения (индивидуализм/коллективизм, дистанция власти относится к восприятию неравенства в распределении власти, избегание неопределенности, мужественность/женственность). Нас также интересуют работы Г. Триандиса [12], раскрывающие теорию индивидуализма и коллективизма, описывая индивидуализм как «культурный синдром, подчеркивающий идею о том, что люди автономны и являются основной единицей анализа», что соотносится с понятием «идиоцентризма», а коллективизм – как «отличающийся тем, что единицей анализа служат группы, а люди являются чрезвычайно взаимозависимыми частями этих групп», что соотносится с понятием «аллоцентризма» в его теории.

Каждая конкретная этническая культура, в том числе и русская, характеризуется самобытной ценностной системой, которая отличает ее представителя

от носителей других культур. Описание русского национального характера, традиционных ценностных предпочтений русского этноса представлено в работах К.А. Аксакова, Н.А. Бердяева, Н.Я. Данилевского, Ф.М. Достоевского, И.В. Киреевского, В.А. Ключевского, К.Н. Леонтьева, Н.О. Лосского, В.С. Соловьева, С.Л. Франка, А.С. Хомякова.

Система ценностей постоянно претерпевает изменения под влиянием социальных, политических факторов, характеризуется возрастными особенностями, то есть ценности подростков будут отличаться от ценностей юношей в целом, но и фактор времени будет накладывать свой отпечаток на систему ценностей тех же подростков. Поэтому нам представляется интересным рассмотреть в будущем динамику трансформаций ценностей в разных возрастных группах. В результате проведенного нами эксперимента нам удалось сформировать актуальное представление о ценностях подростков.

#### *Базовая ценность респондента*

Первую группу реакций составляют ответы на вопрос о главной ценности для респондента, при этом максимально частотные ответы формируют ядро семантического поля: *семья* (22), *доброта* (6), *деньги* (3). Периферийная зона состоит из ближней и дальней. Ближняя включает такие реакции, как *честность* (2), *свобода* (2), *я* (2), *счастье* (2), *мама* (2), которые мы объединяем в две группы. Первая группа – «универсальные ценности» – включает *честность*, *свободу*, *счастье*, вторая группа – «родственные связи» – *я*, *мама*. Дальняя периферийная зона состоит из ряда смысловых групп: 1) эмоционально-когнитивные состояния (*эмпатия*, *любовь*, *эмоции*, *воспоминания*, *искренность*);

2) духовные ценности (*уважение, справедливость, творчество, душа, религия, святость*); 3) время (*время, будущее*); 4) родственные связи (*родители, близкие, любовь к близким*); 5) общество (*карьера, общение, друзья*); 6) мыслительная сфера (*ум*). В качестве единичной реакции было выявлено *здоровье*.

#### Главная ценность для друга (сверстника)

Вторую группу составляют ответы на вопрос о главной ценности для друга (сверстника), по мнению респондента. Ядро составляют реакции *семья* (15), *деньги* (10), *доброта* (4), *друзья* (3). Периферийная зона состоит из смысловых групп: 1) эмоционально-когнитивные состояния (*отзывчивость, радость, толерантность, преданность, любовь, эмоции, эмпатия, внимание*); 2) универсальные ценности (*взаимоважение, свобода, уважение, искусство, красота, религия*); 3) время (*отдых, жизнь*); 4) родственные связи (*родители, близкие, я, любовь к животным, любовь к близким*); 5) общество (*карьера, материальные блага, коллектив*); 6) мыслительная сфера (*ум, интеллект*). В качестве единичной реакции была выявлена реакция *еда*.

#### Главная ценность для родителей

В третьей группе, в которой респонденты выделяют главную ценность для родителей, ядро составляют реакции *семья* (24), *я* (6) и *любовь* (4).

Далее мы выделяем ближайшую и дальнюю периферию. В ближайшую периферию входят такие реакции, как *дети* (2), *понимание* (2), *деньги* (2), *доброта* (2), *ум* (2), *благополучие* (2). Полученные реакции можно разделить на три семантические группы. Во-первых, выделим «родственные связи» – *дети* (2), во-вторых, «уни-

версальные ценности» – *понимание* (2), *доброта* (2), *ум* (2), *благополучие* (2), в-третьих, «материальные ценности» – *деньги* (2).

При описании дальней периферии выделим сразу семантические группы: «эмоционально-когнитивные состояния» (*внимание, любовь, понимание*); «духовные ценности» (*доброта, развитие и образование, свобода, религия*); «время» (*жизнь*); «отношение к близким» (*любовь к близким, любовь к семье*); «мыслительная сфера» (*ум*).

Отдельно укажем на наличие единичных реакций: *собака, здоровье, послушание, Россия, достоинство, политика*.

#### Результаты

Базовой ценностью в подростковом и юношеском возрасте бесспорно является *семья*. Однако обращает на себя внимание частотность реакций, например, из 76 человек 22 респондента отвечают, что это *семья*, реакция 54 респондентов разнообразна, то есть мы можем утверждать, что менее одной трети имеют общую позицию, остальные придерживаются точек зрения, которые отражаются в единичных реакциях. Поэтому, выделяя *семью* как базовую ценность, мы все-таки склонны не идеализировать полученный результат, так как эта ценность называется менее чем одной третью респондентов. Современные реалии Интернета, мобильных телефонов, клипового мышления, отсутствия необходимости общаться, вовлеченности в пустое времяпрепровождение на форумах и в безличных чатах, прежде всего, нарушили механизмы возрастных изменений; прохождение всех этапов взросления находится в большой зависимости от индивидуальных особенностей школьников. Разобщённость является результатом про-

паганды философии гедонизма и декларации индивидуализма, ведущих к формированию эгоизма, вследствие чего возникает переживание аномии, а желание справиться с этим состоянием в кругу семьи возникает у весьма ограниченного числа респондентов.

Обращают на себя внимание компоненты группы «*универсальные ценности*», которая была выделена у респондентов, характеризующих свою и родительскую позиции. Для респондентов универсальные ценности – это *честность, свобода и счастье*, а для их родителей – это *понимание, доброта, ум, благополучие*. *Понимание* является необходимой составляющей и *доброты*, и *ума*, и *благополучия*, именно эти ценности особенно важны для родителей, с точки зрения респондентов, то есть это их интерпретация взаимоотношений, которые должны основываться на понимании, а лучше на взаимопонимании.

Семантическая группа «*родственные связи*» актуальна также для респондентов и родителей. Однако обращает на себя внимание разница в составляющих, то есть *я и мама* для респондентов, *дети* – для родителей. Взаимоотношения с родителями рассматриваются только через взаимоотношения ребенка и матери, реакция *папа* не встречается в ответах, что не может не вызывать беспокойства на предмет формирующихся представлений о полноценности содержания ценности *семья* в подростковом и юношеском возрасте.

Семантическая группа «*общество*» является актуальной только для респондентов и сверстников. Совпадающие компоненты (*карьера, друзья, коллектив*) обладают общими семами «общение» и «социальное взаимодействие», поэтому мы их тоже отмечаем как частично совпадающие, так как *друзья* – это больше межличностное общение, а *коллектив* – более

профессионально ориентированное общение.

Семантическая группа «*родственные связи*» в ответах про сверстников перемещается в периферийную зону, «универсальные ценности» расширяются *взаим уважением и уважением*, возникает новый аспект взаимоотношений, именно межличностных. Однако обращает внимание на себя другой факт, а именно отсутствие *дружбы* как базовой ценности. Дружба предполагает взаимодействие со сверстниками, общение, близкие эмоциональные связи, доверие, наличие общих интересов, то есть под отсутствием *дружбы* как реакции на определение главной ценности для себя и сверстников подразумевается отсутствие всего комплекса межличностных взаимоотношений.

#### Заключение

Таким образом, обобщая полученные результаты, отметим, что, во-первых, базовой ценностью для всех групп является *семья* (22 реакции из 76). Такой результат иллюстрирует скорее разобщенность, чем наличие единого представления о ценностной ориентации. Во-вторых, модель семьи в целом определяется как неполная семья, так как в группе «родственные связи» отсутствует реакция *папа*. В-третьих, в семантической группе «общество» есть совпадающие компоненты (*карьера, друзья, коллектив*), но отсутствует ценность *дружба*, хотя с точки зрения психологических новообразований в подростковом возрасте именно дружба как формат межличностного взаимодействия должна выходить на первый план. Ценностные ориентации характеризуются динамикой развития, поэтому за ними необходимо наблюдать и периодически проводить временные срезы.

### Литература

1. *Thomas W., Znaniecki F.* The Polish Peasant in Europe and America. New York : Alfred A. Knopf, 1927. Vol. 1. 1115 p.
2. *Spranger E.* Lebensformen: geisteswissenschaftliche Psychologie und Ethik der Persönlichkeit. Halle : Niemeyer, 1922. 403 p.
3. *Allport G.W., Vernon P., Lindzey G.* Study of Values : A scale for measuring the dominant interests in personality, grade 10-adult. 3<sup>rd</sup> edition. Houghton Mifflin, 1970. 28 p.
4. *Postman L., Bruner J.S., McGinnies E.* Personal values as selective factors in perception // The Journal of Abnormal and Social Psychology. 1948. Vol. 43. No. 2. Pp. 142–154. DOI: 10.1037/h0059765
5. *Rokeach M.* The Nature of Human Values. New York : Free Press, 1973. 438 p. ISBN 0029267501.
6. *Schwartz S.H.* Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // Zanna M. (Ed.). Advances in experimental social psychology. Vol. 25. P. 1–65. San Diego : Academic Press, 1992. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60281-6
7. *Inglehart R.* The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles. Princeton : Princeton University Press, 1977. 496 p.
8. *Здравомыслов А.Г.* Потребности. Интересы. Ценности: Актуальные проблемы исторического материализма. М. : Политиздат, 1986. 221 с. EDN WETBZN.
9. *Оссовский В.А.* Ценности профессиональной деятельности. Опыт и методологические проблемы социологического исследования : Автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 19.00.09. АН УССР. Ин-т философии. Киев, 1986. 32 с.
10. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / В.А. Ядов, В.С. Магун, П.В. Борзикова и др. Ленинград : Наука, 1979. 264 с. EDN XNPCDR.
11. *Hofstede G.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills CA : Sage, 1984. 327 p. ISBN 0803913060.
12. *Triandis H.C.* Individualism and Collectivism. Routledge, 1995. 259 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429499845>

### References

1. *Thomas W., Znaniecki F.* (1927) *The Polish Peasant in Europe and America*. New York : Alfred A. Knopf. Vol. 1. 1115 p.
2. *Spranger E.* (1922) *Lebensformen: geisteswissenschaftliche Psychologie und Ethik der Persönlichkeit*. Niemeyer. 403 p.
3. *Allport G.W., Vernon P., Lindzey G.* (1970) *Study of Values : A scale for measuring the dominant interests in personality, grade 10-adult*. 3<sup>rd</sup> edition. Houghton Mifflin. 28 p.
4. *Postman L., Bruner J.S., McGinnies E.* (1948). Personal values as selective factors in perception. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 43. No. 2. Pp. 142–154. DOI: 10.1037/h0059765
5. *Rokeach M.* (1973) *The Nature of Human Values*. New York: Free Press. 438 p. ISBN 0029267501.
6. *Schwartz S.H.* (1992) Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. In: Zanna M. (Ed). *Advances in experimental social psychology*. Vol. 25. Pp. 1–65. San Diego : Academic Press. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60281-6
7. *Inglehart R.* (1977) *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles*. Princeton : Princeton University Press. 496 p.
8. *Zdravomyslov A.G.* (1986) *Potrebnosti. Interesy. Tsennosti : Aktual'nye problemy istoriches-*

*kogo materializma* [Needs. Interests. Values : Current problems of historical materialism]. Moscow : Politizdat Publ. 221 p. (In Russian).

9. Ossovskii V.L. (1986) *Tsennosti professional'noi deyatel'nosti. Opyt i metodologicheskie problemy sotsiologicheskogo issledovaniya* [Values of professional activity. Experience and methodological problems of sociological research] : Dr. Sci. Diss. Extended Abstract (Philosophy) : 19.00.09. Institute of Philosophy USSR of the Academy of Sciences. Kiev. 32 p. (In Russian).

10. Yadov V.A., Magun V.S., Borzikova P.V., et al. (1979) *Samoregulyatsiya i prognozirovanie sotsial'nogo povedeniya lichnosti* [Self-regulation and social behavior prediction of the individual]. Leningrad : Nauka Publ. 264 p. (In Russian).

11. Hofstede G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA : Sage. 327 p. ISBN 0803913060.

12. Triandis H.C. (1995). *Individualism and Collectivism*. Routledge. 259 p. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780429499845>

Поступила в редакцию: 15.12.2024

Received: 15.12.2024

Поступила после рецензирования: 09.01.2025

Revised: 09.01.2025

Принята к публикации: 29.01.2025

Accepted: 29.01.2025