

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

*На правах рукописи*



**Брик Лариса Викторовна**

**СТРУКТУРА ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЕЖИ:  
АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ**

Специальность 22.00.04 – социальная структура,  
социальные институты и процессы

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

19 КОБ 2009

Санкт-Петербург  
2009

Работа выполнена на кафедре связей с общественностью и лингвистики  
Мурманского государственного технического университета

Научный руководитель: доктор социологических наук, доцент  
Васильева Вера Николаевна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор  
Козлов Анатолий Александрович  
кандидат социологических наук,  
Самсонова Татьяна Ивановна

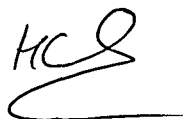
Ведущая организация: Мурманский государственный  
педагогический университет

Защита диссертации состоится 24 ноября 2009 г., в 16 <sup>00</sup> часов на заседании  
Совета Д.212.232.13 по защите докторских и кандидатских диссертаций при  
Санкт-Петербургском государственном университете по адресу: 193060,  
Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3, 9й подъезд, факультет социологии  
СПбГУ, аудитория 324.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке имени  
А.М. Горького Санкт-Петербургского государственного университета  
(Университетская набережная, 7/9).

Автореферат разослан «22» октября 2009 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат социологических наук



Н.В. Соколов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

### Актуальность проблемы исследования

Социальная модернизация в России принесла с собой коренные изменения содержания социальных связей и отношений в обществе, привела к трансформации социальных структур и устоявшихся социальных институтов.

Современная социокультурная ситуация в российском обществе характеризуется множественностью, противоречивостью, разобщенностью ценностных установок и ориентаций, качественной неопределенностью идейно-мировоззренческой сферы. Такая ситуация является закономерной, поскольку всякий раз, когда в государстве происходит радикальное переустройство, общество откликается на это изменением состояния или даже появлением новых социальных норм, ценностей и стандартов поведения.

Социально – экономические трансформации, произошедшие в России, выдвинули на первый план проблемы социализации молодежи, главного богатства любого общества. Для адекватного понимания процесса формирования ценностных структур сознания подрастающего поколения необходимо учитывать множество факторов – от институциональных до индивидуально-личностных, каждый из которых оказывает свое воздействие на процессы социализации подрастающих поколений.

На формирование ценностных ориентаций молодежи в современных условиях оказывает влияние интегральный результат взаимодействия двух целостных систем. С одной стороны, общества во всей совокупности проявлений общественной жизни, воздействующих на личность молодого человека, с другой стороны – личности, активно и избирательно усваивающей предыдущий актуальный опыт социума, знания, нормы, ценности, традиции, накапливаемые и передаваемые от поколения к поколению.

Ценностные ориентации молодежи, как самой «динамичной» группы общества более всего подвержены изменениям. Именно в молодежной среде формируется новый тип личности, который будет доминировать, и развиваться в будущем. Ценностные ориентации, являясь стержневыми векторами социальных ориентаций, определяют направленность личности и степень ее социальности, изменяемую уровнем соответствия индивидуальных потребностей и интересов – потребностям и интересам социума. Это обуславливает актуальность проблемы формирования ценностных ориентаций молодежи, как для сегодняшней социальной практики, так и будущих перспектив общественного развития, а вместе с тем необходимость социологического исследования факторов формирующих целевые установки и мотивацию молодого поколения.

## Степень научной разработанности проблемы.

При решении основных исследовательских задач, поставленных в диссертации, были проанализированы и обобщены труды отечественных и зарубежных ученых, внесших наибольший вклад в исследования аксиологической проблематики.

Понятие «ценность» является центральной дефиницией при изучении ценностных ориентаций личности. Их сложную диалектику представляет в виде определенных форм социальной казуальности нормативно – ценностный подход к анализу процесса развития общества, который идёт от классиков социологии: М. Вебера, Э. Дюркгейма, А. Маршалла, В. Парето, Т. Парсонса.<sup>1</sup> Теоретико-методологические подходы развивались в классической социологии и представлены такими авторами как З. Бауман, П. Л. Бергер, Ф. Знанецкий, В. Ланге, Т. Лукман, Дж. Мид, У. Томас, П. Штомпка и др.<sup>2</sup>

В современной отечественной социологии понятие «ценность» рассматривается в трудах Б.С. Братуся, Г.Я. Головных, О.Г. Дробницкого, А.Г. Здравомыслова, А.И. Кравченко, И.С. Нарского, Г.Д. Никредина, Е.Ф. Сулимова, В.В. Шаронова, В.А. Ядова, Е.П. Ярославской-Смирновой<sup>3</sup>.

Рассматриваемые социологические и социально-психологические аспекты ценностных ориентаций нашли свое отражение в современной отечественной социологии в частности в трудах Р.Я. Аболиной, В.Е. Давидович, Е.В. Золотухиной – Аболиной, М.А. Шишкиной.

Понятие «ценностные ориентации» определяется исследователями как

<sup>1</sup>См.: Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. / Макс Вебер ; сост. М. : Прогресс, 1990; Дюркгейм Э. Социология : Её предмет, метод, предназначение : [сборник] / Эмиль Дюркгейм ; пер. с фр., сост. послеслов., примеч. А. Б. Гофмана. - М. : Канон, 1995; Парсонс Т. Человек в современном мире : [сборник] : пер. с англ. / Т. Парсонс ; общ. ред., сост. и предисл. В. А. Кувакина. - М. : Прогресс, 1985.

<sup>2</sup>См.: Бауман З. Мыслить социологически / З. Бауман. - М. : Аспект Пресс, 1996; Бергер П. Л. Приглашение в социологию : гуманист. перспектива / П. Л. Бергер. - М. : Аспект Пресс, 1996; Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М. : "Медиум", 1995; Штомпка П. Социология социальных изменений : [пер. с англ.] / П. Штомпка. - М. : Аспект-пресс, 1996; Штомпка П. Социология : анализ соврем. о-ва. - М. : Логос, 2005.

<sup>3</sup>См.: Братусь Б. С. Смысловая сфера личности / Б. С. Братусь // Психология личности в трудах отечественных психологов : [хрестоматия] / сост. Л. В. Куликов. - СПб.: Лань, 2000; Дробницкий О. Г. Мир оживших предметов : Проблема ценностей и марксистская философия / О. Г. Дробницкий. - М. : Политиздат, 1967; Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности / А. Г. Здравомыслов. - М. : Политиздат, 1986; Кравченко А. И. Основы социологии. - Екатеринбург ; М. : Деловая кн. : Логос, 1998; Нарский И. С. Современные проблемы теории познания / И. С. Нарский. - М. : Знание, 1989; Никредин Г. Д. Технологическое управление социальными процессами / Г. Д. Никредин. - Уфа : Ай, 1997; Шаронов В. В. Основы социальной антропологии / В. В. Шаронов. - СПб. : Лань, 1997; Ядов В. А. Социология в современной России / В. А. Ядов // Социология. - 1996. - № 2. - С. 10-16.

система установок на те, или иные ценности. Проблема установки и определение взаимосвязи ценностных ориентаций и установок неоднократно ставились как в западной социологической литературе (в работах В. Ланге, Г. Спенсера, представителей Вюрцбургской школы), так и в трудах отечественных специалистов: Г.Г. Дилигенского, В.С. Комаровского, В.Л. Оссовского, Г.П. Предвечного, В.Д. Рязанова, В.Ф. Тарасова<sup>4</sup>.

Ряд исследований последних лет рассматривают проблему формирования ценностных ориентаций молодежи в контексте социальных преобразований. Теоретико-методологический анализ социокультурной ситуации, сложившейся в России в настоящий момент представлен в работах Т.И. Заславской, А.Г. Здравомыслова, Н.И. Лапина, Ю.А. Левады, Е.В. Листвиной, Н.Е. Покровского, Э.И. Стариковой и др<sup>5</sup>.

Рассмотрение молодежи как особой социально-демографической группы, характеризующейся не только специфическим социальным статусом, но и особенностями сознания и поведения, получило свое отражение в работах Ю.А. Зубок, В.И. Ильина, А.И. Ковалевой, А.А. Козлова, В.Т. Лисовского, В.А. Лукова, П.Э. Митяева, В.Е. Семенова и др<sup>6</sup>. В исследованиях авторско-

---

<sup>4</sup>См.: Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология. - М. : Наука, 1994; Комаровский В. С. Некоторые проблемы измерения социальных установок / В. С. Комаровский // Вопросы философии. - 1998. - № 7. - С. 22-30; Оссовский В. Л. Формирование трудовых ориентаций молодежи : [методол. и метод. пробл. социол. исслед.] / В. Л. Оссовский. - Киев. : Наукова думка, 1985.

<sup>5</sup>См.: Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества: деятельность-структурная концепция. - М. : Дело, 2003; Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности / А. Г. Здравомыслов. - М. : Политиздат, 1986; Листвина Е. В. Особенности современной социокультурной ситуации / Е. В. Листвина // Культура и творчество в бытии человека : межвуз. науч. сб. - Саратов, 1998. - С. 51-56; Левада Ю.А. Общественно-политическая ситуация в России в ноябре 2001 г. По данным опроса общественного мнения // Бюллетень ВЦИОМ. - 2001. - № 5; Покровский Н. Е. Транзит российских ценностей: нереализованная альтернатива, аномия, глобализация / Н. Е. Покровский // Материалы международной конференции "Традиционные и новые ценности: политика, социум, культура", 19-20 мая, 25-27 сент. 2000 г. / [общ. ред. С. А. Кравченко, Н. Е. Покровский]. - М. : МГИМО, 2001.

<sup>6</sup>См.: Зубок Ю.А. Проблемы социального развития молодежи в условиях риска // Социологические исследования. - 2003. - № 4; Козлов А.А. Молодые патриоты и граждане новой России: Социологический очерк / А.А. Козлов. - СПб. : Издательский дом «ОМ - Экспресс», 1999; Лисовский В. Т. Динамика социальных изменений (опыт сравнительных социологических исследований российской молодежи) / В. Т. Лисовский // Социологические исследования. - 1998. - № 5. - С. 98-104; Луков В.В. Положение молодежи в Российской Федерации: основные характеристики / В.В. Луков // Молодежь и общество: тенденции социальных изменений. Вып. 2. Ч. 1. Молодежь и общество. - СПб.- Минск- Ростов-на-Дону, 1997; Семенов В. Е. Ценностные ориентации современной молодежи / В. Е. Семенов // Социс : Социологические исследования. - 2007. - № 4. - С. 37-43.

го коллектива в составе Ю.Р. Вишневого, Б.А. Ручкина и др<sup>7</sup>. обобщены и проанализированы основные методологические концепции, используемые в отечественной и зарубежной литературе по молодежной проблематике.

Заинтересованное отношение к проблемам массовых коммуникаций характерно как для зарубежных, так и для отечественных социологов, труды которых отразили различные аспекты коммуникативных процессов и их роль в социализации: Г. Лассуэлла, Н. Лумана, М. Маклюэна, Г. Маркузе, Р. Мертон, П. Бергера, С. Теодорсона, К. Ховланда, Ю. А. Шерковина, В. Шрамме, Т. З. Адамьянц, Д.П. Гавра, В. П. Конечкой, М.М. Назарова, Г.Г. Поченцова, А. К. Соколова, И.П. Яковлева и др<sup>8</sup>.

Группу источников, раскрывающих проблему рекламного воздействия на сознание молодежи, представляют работы Е. Л. Головлевой, В. И. Ильина, А.Н. Лебедева – Любимова, З. Мелосика, Е. Павловской<sup>9</sup> и др. В работах этих специалистов констатируется формирование опасной для общества тенденции: подмены ориентации на творческую реализацию потребителем поведением.

Несмотря на большой массив публикаций по теме исследования, следует отметить, что вопросы социализации молодежи, по-прежнему, остаются одной из актуальных и в то же время, мало исследованных и трудно решаемых проблем. Кардинальные перемены, происшедшие в последние годы, были столь многоплановы и динамичны, что научное осмысление новых реалий, а тем более процессов формирования ценностных ориентаций личности сохраняет тео-

---

<sup>7</sup>См.: Ручкин Б. А. Молодежь как стратегический ресурс развития российского общества / Б. А. Ручкин, В.А. Родионов, А. В. Пыжиков // Социально-гуманитарные знания. - 2000. - № 1. - С. 146-165.

<sup>8</sup>См.: Лассуэлл Г. Д. Психопатология и политика : [монография] / Г. Д. Лассуэлл ; науч. ред. Т. Н. Самсонова ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Изд-во РАГС, 2005; Луман Н. Реальность масс-медиа = Die Realitat der Massenmedien / Н. Луман ; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. - М. : Праксис, 2005; Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Г. Николаева. - [2-е изд.]. - Гиперборея : Кучково поле, 2007; Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе ; [пер. с англ. А. А. Юдина]. - М. : АСТ, 2003; Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон ; [пер. с англ. Е. Н. Егоровой и др.]. - АСТ : Хранитель, 2006; Бергер П. Л. Приращение в социологию : гуманист. перспектива / П. Л. Бергер. - М. : Аспект Пресс, 1996; Адамьянц Т.З. Телекоммуникация в социальном проектировании информационной среды : автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра социол. наук : спец. 22.00.08 / Т. З. Адамьянц ; Рос. акад. наук, Ин-т социологии. - М., 1998. - 48 с.; Гавра Д.П. Социальные институты // Социально-политический журнал. - 1998. - № 2; Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования / М.М. Назаров. - М. : «Аванти плюс», 2003.

<sup>9</sup>См.: Головлева Е. Л. Основы рекламы : учебник / Е. Л. Головлева. - М. : Главбух, 2003; Ильин В. И. Поведение потребителей – СПб. : Питер, 2000; Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов / А. Н. Лебедев-Любимов. - СПб. [и др.] : Питер, 2003; Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT : Стратегия творческого проектирования / Е. Павловская. - СПб. [и др.] : Питер , 2004.

ретическое значение и практическую актуальность и целесообразность.

**Объект исследования** – ценностные ориентации молодежи.

**Предмет исследования** – факторы развития ценностных ориентаций молодежи.

**Цель диссертационной работы:** осуществить анализ факторов формирования и развития структуры ценностных ориентаций молодежи.

**Задачи исследования:**

- проанализировать сложившиеся в современном отечественном и зарубежном социально-гуманитарном знании теоретико-методологические подходы и концепции к исследованию структуры ценностных ориентаций молодежи;

- выявить особенности формирования структуры ценностных ориентаций молодежи в условиях современной социокультурной ситуации;

- всесторонне охарактеризовать социализирующее воздействие институциональных факторов на формирование социально-позитивных ориентаций молодежи;

- определить особенности воздействия телевизионных и рекламных образов на ценностные ориентации молодежи;

- исследовать деятельность региональных печатных средств массовой информации по формированию трудовой мотивации молодежи.

**Теоретическую и методологическую базу диссертационного исследования** составили работы зарубежных и отечественных авторов, непосредственно связанные с проблемой ценностей и факторов их формирования и развития. При разработке темы использовались как общенаучные методы - обобщение, анализ, синтез, так и специальные социологические методы сбора и анализа данных (анкетирование, экспертный анализ, анализ официальных и статистических документов, вторичный анализ результатов ряда исследований по изучаемой проблематике). В работе автор опирался на социально-философский, социально-исторический и социально-психологический подходы к рассмотрению социальных явлений, использовал методы системного и структурно-функционального анализа.

**Информационную базу диссертационной работы** составили:

- официальные документы, отражающие влияние институтов социализации на структуру ценностных ориентаций молодого поколения;

- вторичный анализ результатов социологических исследований по изучаемой проблеме (В.А. Гаврилов, А.Г. Горельцев, Л.П. Селене, Г.Г. Силласте, В.Р. Цылев)

- публикации в российских и региональных периодических изданиях по проблеме ценностей и факторов их развития, а так же вопросам трудового воспитания молодежи.

Эмпирическая база диссертационной проблематики основывается на результатах социологических исследований, проведенных с участием автора или под его руководством:

- «Гражданско-патриотическое воспитание студентов МГТУ» (2006 г.). Опрос 109 студентов МГТУ г. Мурманска. Выборка многоступенчатая, квотная. Результаты обработаны с помощью программы SPSS, версия 13.0, двумерное распределение. Руководитель и автор экспериментальной программы А.Г. Горельцев.
- «Роль институтов социализации молодежи в формировании гражданских качеств» (2007 г.) Опрошена группа экспертов – специалистов из 34 человек, работающих с детьми и молодежью, а также представителей органов управления образованием и муниципальных властей г. Мурманска. Выборка многоступенчатая, квотная. Результаты обработаны с помощью программы SPSS, версия 13.0, двумерное распределение. Руководитель исследования: В.Ф. Костюкевич, Л.В. Брик, Л.П. Селеня.
- «Молодежные предпочтения относительно характера информации в прессе» (2008 г.) Опрос 400 студентов МГТУ г. Мурманска. Выборка многоступенчатая, квотная. Результаты обработаны с помощью программы SPSS, версия 13.0, двумерное распределение. Руководитель Л.В. Брик.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- установлено, что ценностные ориентации, являются стержневыми векторами социальных ориентаций, определяют направленность личности и степень ее социальности, измеряемую уровнем соответствия индивидуальных потребностей и интересов – потребностям и интересам социума;
- выявлена двухуровневая структура ценностных ориентаций, включающая осознаваемые и эмоционально-прочувствованные ценности;
- доказано, что увеличению разрыва между ценностными установками индивидов и социокультурными факторами, их формирующими способствует противоречие между социальным, нравственным характером общественного воспитания и антисоциальными, аморальными условиями, созданными отечественной инфраструктурой досуга и средствами массовой информации;
- обоснована двойственность рекламного влияния на молодежь, сочетающая положительное и деструктивное воздействие на процессы социализации подрастающего поколения;
- определен вектор нового отношения к работе молодежи, включающий проявление характеристик формирующегося субъекта трудовой деятельности, который основан на возрастании престижности работы, позволяющей повышать уровень материального благосостояния.



### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Ценностные ориентации носят двусторонний характер: они социальны и индивидуальны. При этом социальность заключается в их обусловленности процессами первичной и вторичной социализации, определенной структурой общественных отношений, а индивидуальность проявляется в зависимости от особенностей, склонностей, жизненного опыта, специфики потребностей, интересов, желаний и идеалов личности.

2. В силу того, что система ценностных ориентаций зависит от процессов, происходящих в обществе под влиянием различных факторов, она не может быть постоянной, так как с изменением условий жизни появляются новые ценностные ориентации личности, происходит их полная или частичная переоценка.

3. Современная социокультурная энтропия, увеличивает разрыв между конкретными ценностными установками индивидов и меняющимися социокультурными факторами и обуславливает необходимость модернизации механизмов формирования и развития ценностных ориентаций.

4. В условиях существующей ценностно-нормативной неопределенности противоречивость информации способствует тому, что мировоззрение молодых людей становится все менее цельным, подвергаясь воздействию тиражируемых средствами массовой информации диверсифицированных идеалов и образцов жизнедеятельности, отражающих сложную социальную структуру общества.

5. Труд как социальная и нравственная ценность в сознании молодежи не девальвирован, т.е. сохраняются предпосылки для закрепления в молодежном сознании нравственных ценностей трудового образа жизни.

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

- выводы, сделанные в результате выполнения диссертационной работы, могут быть использованы в качестве теоретических оснований при проведении социологических исследований, направленных на изучение структуры ценностных ориентаций молодежи и анализу факторов формирования и развития;

- материалы исследования могут быть использованы в преподавании следующих дисциплин: общая социология, социология молодежи, социология духовной жизни;

- материалы диссертации могут быть использованы при проведении семинаров для преподавателей школ и вузов, организаторов молодежных объединений, клубов, движений по вопросам использования средств массовой информации в целях формирования ценностных ориентаций молодежи;

- результаты исследования могут быть применены для профилактики негативного воздействия СМИ и Интернет - коммуникаций на структуру ценностных ориентаций подрастающего поколения.

### **Апробация результатов исследования.**

По теме диссертационного исследования опубликовано 14 печатных работ. Основные положения, выводы и научные результаты исследования были представлены автором в докладах и сообщениях на научных и научно – практических конференциях, теоретико-методологических семинарах в г. Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Пенза, Белгород, Мурманск, а также использовались автором в процессе чтения лекций и проведения семинарских занятий по различным дисциплинам.

**Структура и объем работы** определяются задачами и логикой диссертационного исследования «Структура ценностных ориентаций молодежи: анализ факторов формирования и развития», состоящего из введения, двух глав, включающих 6 параграфов, заключения и библиографического списка, включающего 210 наименований. Диссертация содержит 15 таблиц. Общий объем работы – 166 страниц.

### **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** обосновывается актуальность проблемы исследования, выявляется степень научной разработанности проблемы исследования; определяются объект и предмет, цель и задачи исследования; раскрывается теоретико-методологическая основа диссертации; обосновывается научная новизна и положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость диссертационной работы; приводятся сведения об апробации полученных результатов исследования и структуре диссертации.

**Первая глава – «Теоретико-методологические основы изучения структуры ценностных ориентаций молодежи»** - состоит из трех параграфов. Основной акцент автором сделан на научном осмыслении сложившихся в современном теоретическом знании подходов к вопросу формирования ценностных ориентаций; интерпретации основных понятий, используемых в исследовании; выявлении особенностей формирования ценностных ориентаций молодежи в условиях современной социокультурной ситуации; анализе институциональных факторов развития социально-позитивных ориентаций молодого поколения.

В первом параграфе – «**Структура ценностных ориентаций и их роль в развитии личности**» - диссертантом отражена эволюция научных взглядов на трактовку понятия «ценностные ориентации»; выявлена специфика социологического подхода к исследованию данной темы; уточнен категориально-понятийный аппарат исследования.

В параграфе освещаются различные теоретические подходы к трактовке понятия «ценность», являющегося центральным понятием при изучении структуры ценностных ориентаций личности.

Диссертант выявляет, что для современного проблемного аксиологического поля, представляется актуальной позиция П. Сорокина, который считал, что ценности – это существующие в сознании каждого человека ориентиры, с которыми индивиды и социальные группы соотносят свои действия. При этом автор отмечает, что в современной отечественной социологической мысли сорокинская интенция по-прежнему довольно часто актуализируется. Так, Г. Д. Никредин считает, что ценность – понятие, которое характеризует социально-историческое значение и личный смысл для индивидов определенных явлений, процессов окружающей действительности». О. В. Ромашов говорит о ценностях как о представлениях субъекта, общества, класса, социальной группы о главных и важных целях жизни и работы, а также об основных средствах достижения этих целей. А. И. Кравченко определяет ценности как абстрактные понятия о том, что такое добро и зло, правильное и неправильное, должное и недолжное. Б. С. Братусь полагает, что ценность являет собой осознанные смысловые образования, которые представляют собой конструирующие единицы сознания личности, определяющие главные и относительно постоянные отношения человека к основным сферам жизни – миру, другим людям и себе. В. В. Шаронов связывает ценности с поиском смысла жизни и определяет ценность как «некое общее содержание смыслов жизни, возникающее у многих людей находящихся в сходных жизненных ситуациях».

Таким образом, в диссертации классификационные критерии ценностей, выявленные на основе анализа теоретических подходов к пониманию содержания понятия ценности, позволяют автору «свести» ценности в определенную иерархическую систему, имеющую конкретно-исторический смысл и содержание.

Особо отмечается, что ценностные ориентации – это сложный социально-психологический феномен, характеризующий направленность и содержание активности личности, являющийся составной частью системы отношений личности, определяющий общий подход человека к миру, к себе, придающий смысл и направление личностным позициям, поведению, поступкам. Система ценностных ориентаций имеет сложную многоуровневую структуру. Вершина её – ценности, связанные с идеалами и жизненными целями личности. Автор указывает на органическую взаимосвязь ценностных ориентаций с социальными ориентациями личности. В литературе<sup>10</sup> различают семь видов социальной ориентации личности: альтруистическую, кооперативную, эгалитарную, состязательную, индивидуалистическую, агрессивную и «максимин».

---

<sup>10</sup> Муздыбаев К. Социальные дилеммы и способы их решения //Журнал социологии и социальной антропологии.- 2007. - № 2. - С. 111.

В структуре ценностных ориентаций диссертант выявляет два уровня: интеллектуальный и эмоциональный. К интеллектуальному уровню ценностных ориентаций следует отнести их осознаваемые структурные компоненты, а к эмоциональному уровню – те элементы, которые проявляются как чувственно-бессознательные влечения. Трудовые мотивации автор подразделяет на осознанные ориентации в профессиональной сфере и эмоционально-чувственные ориентации, связанные с бессознательным влечением к тем или иным видам деятельности.

Досуговые ориентации также можно «расслоить» на осознанные досуговые ориентации, как правило, имеющие позитивную социальную направленность и бессознательные влечения, проявляющиеся в тех или иных формах организации досуга, как правило, асоциальных, что связано со стремлением не думать о сложности проблем бытия и неразвитостью культурных и нравственных ориентиров.

Таким образом, автор приходит к выводу, что ценностные ориентации представляют собой социологическую категорию, определяющую устойчивое и социально обусловленное избирательное отношение к объектам как социальным ценностям, которое формируется на основе потребностей и интересов личности. Специфика ценностных ориентаций заключается в том, что, в отличие от всех остальных ценностных категорий, они наиболее тесно связаны с поведением субъекта, обуславливая его поступки и действия. При этом система ценностных ориентаций зависит от процессов, происходящих в обществе под влиянием различных факторов, и не может быть постоянной. При изменении условий жизни появляются новые ценностные ориентации личности, происходит их полная или частичная переоценка.

Во втором параграфе – «Особенности формирования ценностных ориентаций молодежи в условиях современной социокультурной ситуации» диссертант отмечает, что на процесс формирования ценностных ориентаций молодежи оказывают влияние два важных фактора: во-первых, социокультурная ситуация, которая сложилась в современной России; во-вторых, специфические особенности молодежи как относительно самостоятельной социально-демографической группы.

На основе обобщения теоретико-методологических подходов к изучению социокультурной ситуации, автор выделяет следующие ее характеристики: ориентированность на материальные потребности, пусть даже самого низкого уровня; пластичность менталитета российского населения, порождаемая способностью адаптироваться к любым социальным изменениям; виртуализация, т.е. чаще всего неосознанное включение в мир повседневности всякого рода «симулякров», не имеющих прямых связей с объективной реальностью; подчиненность массового сознания воздействию средств мас-

совой информации, как внешнее проявление виртуализации образа жизни; снятие любых нравственных вопросов, отсутствие регулирующих функций нравственного сознания; культурная нетребовательность и готовность потреблять любые художественные суррогаты.

Представленную картину российской социокультурной действительности автор дополняет выявленными на основе полевого исследования и вторичного анализа результатов социологического исследования следующими чертами, характеризующими современную молодежь: размытость представлений о гражданственности и патриотизме, оборачивающиеся социальной инертностью и отчужденностью молодежи; нежелание молодых людей нести ответственность не только за судьбу общества, но и за свое собственное будущее; национальная нетерпимость, порожденная трансформацией общества из страны победившего интернационализма в страну, победившую интернационализм; неготовность некоторой части молодежи к служению высоким общественным идеалам; низкий уровень самостоятельности мышления, препятствующий формированию способности принимать ответственные решения в ситуации выбора; отсутствие социальной солидарности, порождаемое отсутствием консолидирующих идеалов и безразличием к общественным делам.

Автор выявляет, что в условиях современного общества приоритетными становятся ценности индивидуального успеха, отождествляемого с материальным благополучием, а высокие идеалы (творчество, стремление к свободе, самореализации и пр.) отступают на задний план. Это обуславливает отчетливость сложившегося противоречия между требованиями современного социума, обращенными к молодежи и неготовностью некоторой части молодых людей соответствовать им.

Диссертант данное противоречие представляет в следующих составляющих: потребность государства в активных гражданах и еще относительно слабое осознание молодыми людьми себя в таком качестве; недостаточное (чаще фрагментарное) развитие у значительной части молодежи реальной готовности к жизни в современных условиях при наличествующей у большинства идеальной готовности; неравно развитые инструментальные качества и навыки; неосвоенность технологий результативного поведения; относительно слабая выраженность «внутреннего нравственного сторожа», оберегающего личность от деформаций или деградации в сложных жизненных ситуациях.

В заключение параграфа автор подчеркивается, что проблема формирования ценностных ориентаций молодежи в современных условиях есть отражение сложностей процесса ее социализации. Данный процесс воплощает интегральный результат взаимодействия двух целостных систем: с одной стороны, общества во всей совокупности проявления общественной жизни

ни, воздействующего на личность молодого человека, с другой стороны – личности, активно и избирательно усваивающей предыдущий актуальный опыт социума, знания, нормы, ценности, традиции, накапливаемые и передаваемые от поколения к поколению. От того, насколько эффективно будут усвоены те или иные ценности и каким образом будут вырабатываться потребности и интересы, зависит уровень успешности личностной социализации.

**В третьем параграфе – «Анализ эффективности институциональных факторов социализации»** – диссертант рассматривает проблему эффективности функционирования и взаимодействия институтов социализации в современных российских условиях (семья, система образования, средства массовой информации). Это проблема способности их к внутренней перестройке в соответствии с требованиями времени, но одновременно и способности действовать в качестве единой системы.

В диссертации отмечается, что на современном этапе семье (а не только индивидууму) предоставляется качественно новый социальный статус, реальные права, государственные гарантии, необходимые для ее самостоятельного функционирования<sup>11</sup>. Автор доказывает, что существующая государственная система защиты семьи, материнства и детства не может в полной мере обеспечить полноценное выполнение семьей своих основных функций: воспроизводство населения и воспитание достойного молодого поколения.

Далее диссертант анализирует факторы семейной дестабилизации: разрушение сложившихся нравственно-этических норм и традиций семейного уклада; возрастание тенденции на самоустранение многих родителей от проблем нравственного и личностного развития ребенка; моральная и социальная деградация семей; слабый уровень осмысленности социального феномена отцовства; изменившиеся ценности в семейно-брачных отношениях; возросшая социальная мобильность, усиливающая отчуждение детей от родительского поколения.

Вместе с тем, считает автор, не следует преувеличивать разлом в ценностях поколений. Чаще всего он касается лишь идеологической, а отчасти культурной сфер, и то не по всем позициям.

Автор приходит к выводу, что семья претерпевает изменения, обусловленные общественными преобразованиями, но, тем не менее, продолжает оставаться фундаментальным социокультурным институтом, органически взаимосвязанным с деятельностью других институтов социализации, в част-

---

<sup>11</sup> См.: Дармодехин С.В. Государственная семейная политика в России: история и современно ть// Мониторинг социально-экономического положения семей. - М. : Всероссийский центр уровня жизни при Министерстве труда и социального развития Российской Федерации. 2001.- № 2.- С. 24

ности, с институтом образования, также существенно изменившимся в условиях транзитивности (коммерциализировались все звенья системы образования, которое становится сервисноориентированной сферой деятельности, а не главной формой трансляции культуры).

Далее в работе рассматриваются особенности образования как института социализации и анализируются проблемы образования в современных условиях.

По мнению автора, наибольшее значение среди факторов формирования и развития структуры ценностных ориентаций молодежи в современных условиях приобретают СМИ и Интернет. Оказывая влияние на ценностный мир молодежи, СМИ реализуют ряд взаимосвязанных функций:

- информационная - получение информации о событиях и условиях жизни непосредственного окружения, общества, мира в целом; обучение и самообразование; поиск советов, необходимой информации для принятия решений;

- личностной идентификации: подкрепление индивидуальных ценностей; получение сведений о моделях и нормах поведения; идентификация с ценностями других; достижение понимания самого себя;

- интеграции в обществе и общении: формирование основы для диалога, социального общения; помощь в реализации социальных ролей, понимания положения другого, переживания; возможность общения с семьей, друзьями, обществом;

- развлечения: эмоциональная разрядка; заполнение свободного времени; эскапизм, уход от проблем; получение эстетического наслаждения.

Диссертант доказывает, что средства массовой информации это институт, занимающий не только главенствующее место в системе формирования и обеспечения многочисленных процессов и аспектов жизнедеятельности современного общества, но и имеющий приоритетное значение для развития ценностных структур сознания молодежи. При этом автор констатирует, что любой компонент, любая функция средств массовой информации и коммуникации несет в себе как позитивную, так и деструктивную составляющую, и, соответственно, может способствовать как интеграции общества, так и его дезорганизации.

Вторая глава «Факторы формирования и развития ценностных ориентаций молодежи в современной России» состоит из трех параграфов. Основной акцент сделан на исследовании рекламного воздействия, как фактора развития потребностей и интересов молодежи; роли печатных средств массовой информации в формировании и освещении трудовой мотивации молодежи; выявлении влияния форм проведения досуга на формирование ценностных ориентаций молодежи.

В первом параграфе второй главы – «Особенности рекламного воздействия на изменение потребностей и интересов молодежи» диссертант рассматривает рекламное воздействие как значимый фактор, оказывающий влияние на принятие решения человеком о дальнейшем его поведении и влекущий за собой корректировку человеческих взаимоотношений, формирующих культуру личности человека, его социальные ценности и установки, определяя его потребности и мотивы.

В работе автор дает определение рекламы как виртуальной реальности, которая становится предпосылкой для формирования многих установок и поведенческих моделей, оказывая огромное влияние не только на потребление, но и на жизнь в целом. В рассмотрении проблем социокультурного воздействия рекламы для определения движущих мотивов и потребностей, определяющих социальные факторы формирования личности человека в обществе, автор опирался на мотивационные теории А. Маслоу, К. Левина, теорию «зеркального Я» Ч. Х. Кули.

В диссертации автор приходит к выводу, что феномен социального воздействия рекламы с особой отчетливостью проявляется в молодежной среде. При этом, оценивая влияние рекламы на молодежь, одни исследователи считают, что реклама оказывает отрицательное действие на молодежь, так как показывает успешными только людей, которые обладают каким-либо товаром. Другие отрицают ее негативное влияние. Их аргументы сводятся к утверждению, что информация, которую несет в себе реклама, создает благоприятные возможности для ориентации в мире вещей, более обдуманного выбора продуктов материального и духовного производства для удовлетворения физических и культурных потребностей.

Потребительское общество, оперируя каналами массовой коммуникации, подменяет подлинное стремление молодежи к прогрессу жадой новых приобретений. Молодые люди попадают в зависимость от новых товаров, они ощущают себя ущербными, неполноценными, если не обладают этими товарами. В выявленной автором тенденции, заключена опасность подмены творческой реализации потребительским поведением.

Анализируя рекламные образы, диссертант вынужден признать, что общество не стремится создавать для молодежи образцы достойного поведения, которые были бы привлекательными для нее, и вместе с тем, соответствовали бы общественным интересам и потребностям. Автор приходит к заключению, что нужно направленно создавать социальную рекламу, которая будет формировать определенную эмоциональную реакцию (одобрение, осуждение) и, вместе с тем, апеллировать через анализ публикуемого материала к интеллекту реципиентов, побуждая их к осмыслению и разбору обсуждаемых явлений. Исходя из этого, автор фиксирует необходимость новых



подходов к рекламе в целях повышения уровня социальной адаптации молодежи. Только целенаправленное систематическое воздействие на эмоциональную и рациональную стороны психики потребителей информации, включает диссертант, способно позитивировать изменения ценностных ориентаций человека и через них должным образом трансформировать структуру и содержание потребностей и интересов.

Во втором параграфе – «Роль печатных средств массовой информации в развитии трудовой мотивации молодежи» рассмотрена специфика молодежи, как вступающего в трудовую деятельность поколения; выявлены трудовые предпочтения молодежи, роль и функции печатных средств массовой информации в формировании трудовых предпочтений молодежи.

Автор характеризует возрастные группы молодежи, выявляет доминирующие потребности и интересы, которые определяют групповую специфику общественно-полезной деятельности.

В диссертации отмечается, что характер ценностных установок в значительной мере определяется уровнем экономической и физической безопасности личности и ее «социализационным лагом». В условиях слабого развития региональной экономики и низких доходов большинство населения, как правило, «закрывается» на таких ценностях, как здоровье, семья, возможность заработать. Многими исследователями прослеживается четкий приоритет ценностей материального благополучия и социально-экономической стабильности.

Проведенный автором анализ материалов региональной прессы («Вечерний Мурман», «Мурманский Вестник», «Полярная правда», «КП на Мурмане») по вопросу формирования трудовой мотивации констатирует разнонаправленность и непоследовательность публикаций, что возможно является одной из причин, порождающих некоторую степень беспринципности молодежи при выборе профессиональной деятельности, констатируемую социологическими исследованиями.

Диссертант считает, что новое отношение к работе, получающее распространение в молодежной среде – это проявляющиеся черты формирующегося облика современного человека. Сейчас для молодежи действительно возрастает ценность престижности, респектабельности работы, позволяющей жить на достаточно высоком уровне материального благополучия (это возможность посещать дорогие магазины, клубы, салоны, ездить за границу, иметь хорошую машину, квартиру, дачу и пр.) Другие смыслы работы при этом становятся не столь важными. Вместе с этими тенденциями стало изменяться и отношение к труду, в котором социально-значимые установки стали постепенно вытесняться личными и материальными интересами. Неблагоприятным фактором в ценностных структурах сознания современной моло-

дежи, по мнению автора, является отсутствие четкой связи между работой и деньгами.

Диссертант доказывает, что в выявленном факторе нашла отражение доминирующая в деятельности средств массовой информации направленность на ценности индивидуализма, проявляющаяся в том, что потребителя продукции СМИ учат заботиться, прежде всего, о самом себе, о своих правах и интересах. Вместе с тем, рыночной идеологии культа денег, насилия и вещизма противостоит традиционность нравственной и социальной ценности труда в России. «Зарабатывать честным трудом», «добиваться успехов собственным трудом», «ценить труд» - эти нравственные аксиомы в условиях перехода к рынку и девальвации традиционных ценностных ориентаций россиян пришли в конфликт с общественной психологией, абсолютизирующей ценность денег и их власти даже в межличностных отношениях. При изучении вопроса о влиянии средств массовой информации на отношение к труду учащейся молодежи автором выявлено, что влияние передач радио и телевидения на трудовые ориентации, по признанию большинства учащихся (40,5%), сильное, независимо от гендерной группы; передачи, превозносящие силу денег, обладают для определенной части учащейся молодежи своеобразным эффектом «трудовой стимуляции». Вместе с тем, 18,2% учащихся отрицают всякое воздействие средств массовой информации на их стремление зарабатывать «собственным трудом».

Таким образом, в диссертации делается вывод, что труд как социальная и нравственная ценность в сознании молодежи не девальвирован, сохраняются предпосылки для закрепления в молодежном сознании нравственных ценностей трудового поведения.

**Третий параграф - «Влияние форм проведения досуга на формирование ценностных ориентаций молодежи»** посвящен анализу форм досуговой деятельности молодежи. Основной акцент автором сделан на выявлении социализирующего воздействия телевидения, Интернета, компьютерных игр, молодежной прессы.

В работе диссертант фиксирует расширение форм досуговой деятельности, изменения в культурных ориентирах и потребностях молодежи, выделяя следующие тенденции: массовизацию вкусов и всего досуга молодежи; снижение интереса к высокому искусству; уменьшение роли чтения в структуре досуга молодежи; предпочтение тех форм проведения свободного времени, которые предполагают межличностное общение.

Отмечая, что средства массовой информации выполняют в первую очередь рекреативную функцию, поскольку во многом определяют досуговое времяпровождение людей, как групповое, так и индивидуальное, автор останавливается на анализе влияния просмотра телепередач на формирование структуры ценностных ориентаций молодежи.

Диссертант считает, что тенденции развития современного телевидения сопряжены с тем, что это средство превращается в некоторую форму навязывания моделей, выполняет функцию принудительной социализации, выступая элементом системы социального контроля.

Выход из сложившейся ситуации автор видит в организации усилий как научного, так и педагогического плана. Целесообразно создание передач, объясняющих суть влияния телевидения. Задача состоит не в том, чтобы предотвратить просмотр телепередач. Напротив, необходимо изучать и объяснять, как следует смотреть телевидение.

При анализе жанров компьютерных игр и их влияния на личность пользователя автор заключает, что компьютерная игра способна лишь спровоцировать, но не породить проявление врожденных или взращенных реальной социокультурной средой патологических свойств личности.

Интернет является формой досуга, которую диссертант рассматривает как новый коммуникативно-социализирующий фактор, участвующий в процессе трансляции социальных норм и ценностей, моделей социального поведения и правил взаимодействия. Возможность использования Интернета для общения делает глобальную сеть социальной средой, развлекающей и развивающей пользователя. По мнению автора, Интернет, как источник информации, сегодня более функционален и оперативен, чем книга и пресса, особенно для молодежи, которая социально более активна и динамична.

С целью изучения молодежных предпочтений относительно характера информации в прессе автором диссертационного исследования был проведен социологический опрос студентов МГТУ (Мурманск, сентябрь 2008 г.), в ходе которого было опрошено 400 студентов.

Больше половины опрошенных студентов (64,5% выборов или 258 выборов) независимо от социально-демографических характеристик и курса обучения, читают молодежную прессу. Связь между полом и чтением прессы с молодежной тематикой среди молодых людей является не случайной и статистически значимой, достоверность этой связи 99,9% ( $\chi^2 = 74,617$ ,  $p = 0,000$ ). Можно сказать, что девушки более склонны читать молодежную прессу, чем их сверстники мужского пола.

В целом молодые люди мужского и женского пола единогласно на первые места при выборе тех или иных изданий ставят универсально-тематические журналы и газеты (65,9%), а также прессу, специализирующуюся на информации о моде и стиле (41,9%). Молодые люди при выборе чтения того или иного молодежного издания предпочтение отдают изданиям о компьютерах (47,5%), а вот девушек больше интересуют журналы о моде и стиле (51,7%).

Возраст респондентов также оказывает влияние на чтение молодежной прессы (чем старше, тем меньше читают молодежную прессу). Особо явных

различий в выборах тематик молодёжных журналов по возрастам у молодых людей - студентов МГТУ нет.

Таким образом, проведенные исследования и анализ рынка молодежной прессы позволяют диссертанту сделать вывод о том, что социальные интересы молодежной группы не артикулированы в СМИ; информационные потребности молодежи не удовлетворены на достаточном уровне; налицо падение интереса молодежного сообщества к печатным СМИ.

**В Заключении** диссертационного исследования подводятся итоги, обобщаются результаты и формулируются основные теоретические выводы, которые свидетельствуют о выполнении поставленных задач.

**Основные положения работы опубликованы в следующих научных статьях и публикациях автора:**

**Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК Минобразования и науки РФ:**

1. Брик, Л. В. Традиционные и инновационные факторы формирования социально-позитивных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена: Сер. Аспирантские тетради. - № 26 (60). – СПб., 2008. - С. 335-346 (0,8 п. л.).

2. Брик, Л. В. Реклама как фактор изменения потребностей и интересов молодежи / Л. В. Брик // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Сер. Социальные науки. № 3 (11). - Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2008.- С.16-21 (0,5 п. л.).

**Статьи, опубликованные в других изданиях:**

3. Брик, Л.В. СМИ как средство совершенствования системы образования и воспитания / Л. В. Брик // Проблемы управления качеством образования в вузе : сб. ст.: Всероссийская научно-практическая конференция, ноябрь 2006 г. / [под общ. ред. В. Д. Кортнева]. - Пенза : МНИЦ ПГСХА, 2006. - С. 73-76 (0,2 п. л.).

4. Брик, Л. В. Методы влияния СМИ на общественное сознание / Л.В. Брик // Культура и власть : IV Всероссийская научно-практическая конференция : сб. ст., декабрь 2006 г. / [под. ред. В. А. Власова]. – Пенза, 2006. - С. 100-104 (0,2 п. л.).

5. Брик, Л. В. Роль телевизионной рекламы в формировании лексики молодежного сленга / Л. В. Брик // Межвузовская научно-практическая конференция «Образование и наука: достижения, задачи и перспективы», 27-29 ноября 2006 г. : Секция «Актуальные проблемы вузовской подготовки современного журналиста» / под науч. ред. О. В. Сухановой ; НОУ «Мурманский гуманитарный институт». – Мурманск : НОУ МГИ, 2006. - С. 4-8 (0,3 п. л.).

6. Брик, Л. В. Психологические проблемы межличностных коммуникаций в Интернет – пространстве / Л. В. Брик // Материалы II научно-практической конференции «Актуальные проблемы и перспективы развития психологии образования» : 14 февраля 2007 г. – Мурманск : НОУ МГИ, 2006. - С. 5-9 (0,3 п. л.).

7. Брик, Л. В. Информационные технологии в системе образования / Л.В. Брик // Материалы XI Всероссийской конференции по проблемам науки и высшей школы «Фундаментальные исследования и инновации в технических университетах», 18-19 мая 2007 г. - СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. политехн. ун-та, 2007. – С. 410-411 (0,1 п. л.).

8. Брик, Л. В. Средства массовой коммуникации в системе политических отношений современного общества / Л. В. Брик // Проблемы российского общества: прошлое и современность. : 2 ч. : межвуз. сб. науч. статей / Российский гос. социальный ун-т, фил. в г. Мурманске, Мурман. обл. ин-т повышения квалификации работников образования ; [редкол. Л.П. Костюкевич и др.]. – Ч. 2. – Мурманск, 2007. - С. 11-18 (0,4 п. л.).

9. Брик, Л. В. СМИ как фактор формирования общественного мнения / Л. В. Брик // Ученые записки МГПУ. Общественные науки : сб. науч. ст. / отв. ред. А. А. Сауткин ; Мурманский. гос. педагог. ин-т. – Мурманск : МГПУ, 2007. - Вып. 4. - С. 243-253 (0,6 п. л.).

10. Брик, Л. В. Роль семьи в формировании социально-позитивных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Культура: опыт и проблемы преподавания социально-экономических и гуманитарных наук сб. науч. тр. / отв. за вып. И. А. Монастырская, И. Г. Пархоменко. – Белгород : БГ ИКИ, 2007. - С. 71-77 (0,5 п. л.).

11. Брик, Л. В. Проблема эффективности воздействия семьи на формирование социально-позитивных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Материалы научно-практической конференции «Актуальные проблемы современного общества», 29 ноября 2007 г. : в 2 ч. / отв. ред. В. В. Рябев. – Мурманск : Изд-во МГТУ, 2008. – Ч. 2. - С. 3-11 (0,5 п. л.).

12. Брик, Л. В. Анализ эффективности воздействия СМИ на формирование социально-позитивных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Воспитание в современной России: проблемы, опыт, тенденции», 22-23 ноября 2007 г. / [редкол. В. Э. Черник и др.] ; Федер. агентство по образованию, Мурманский гос. педагог. ун-т. - Мурманск, 2008. - С. 77-78 (0,2 п. л.).

13. Брик, Л. В. Роль рекламы в развитии ценностных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Глобализация: философские, экономические, социальные и технические аспекты. Материалы межвузовской научно-практической конференции преподавателей Мурманских вузов. – Мурманск : Изд-во СПГУВК МФ, 2008.- С. 32-42 (0,6 п. л.).

14. Брик, Л. В. Образование традиционный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи / Л. В. Брик // Образование в современном обществе: проблемы, решения, перспективы: сб. материалов науч.- практ. конф., 21 ноября 2008 г., г. Мурманск. / [ред. кол. Л.В. Брик, В.Н. Васильева, С.Р. Деркач и др.; отв. ред. Л.В. Брик ]. - Мурманск 2009. - С. 5-14 (0,4 п. л.).



---

Отпечатано с готового оригинал-макета в ЦНИТ «АСТЕРИОН»  
Заказ № 258. Подписано в печать 06.10.2009 г. Бумага офсетная.  
Формат 60×84<sup>1</sup>/<sub>16</sub> Объем 1,5 п. л. Тираж 100 экз.  
Санкт-Петербург, 191015, а/я 83, (812) 275-73-00, 970-35-70