

МОТИВАЦИЯ И ДУХОВНОСТЬ ЛИЧНОСТИ

И.Г. Щеглова

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТАРШИХ ШКОЛЬНИКОВ, ПРЕДРАСПОЛОЖЕННЫХ К ОНИОМАНИИ

Аннотация. В статье определены и даны некоторые характеристики ценностных ориентаций старших школьников, предрасположенных к ониомании. Автором утверждается, что с изменением возраста ценностные ориентации подвергаются различным метаморфозам. Пик формирования ценностных ориентаций происходит в старшем школьном возрасте, когда основными предикатами личности является их самостоятельность, автономность, направленность на достижение успеха. Утверждается, что данный возраст – это ещё и опасная пора для формирования различных видов зависимостей. Молодёжь особенно реагирует на промежуточные обстоятельства переходной стадии.

Методы исследования – транспективный анализ, опросники, методы статобработки: корреляционный анализ *t*-критерию Спирмена и непараметрический критерий Манна-Уитни.

Актуальность подтверждается зыбкостью ценностей, увеличением роста к ониомании среди подростков, необходимостью оказания им своевременной помощи, профилактики. Существует взаимосвязь между иерархией ценностей и предрасположенностью к ониомании. При ранжировании ценностей выстроена иерархия и выявлена взаимосвязь между иерархией ценностей и предрасположенностью к ониомании.

Ключевые слова: ценности, ценностные ориентации, старшие школьники, подростки, тинэйджеры, аддикция, шопинг-аддикция, предрасположенность к ониомании, молодое поколение, иерархия.

Abstract. The author of the article identifies and describes some characteristics of value orientations of senior pupils-prone oniomania. The author argues that with age the value orientation are subjected to various metamorphoses. The peak of formation of valuable orientations takes place in the senior school age, when the main predictabi personality is their independence, autonomy, self-direction in achieving success. The author also establishes that this age is a dangerous time for the formation of different types of dependencies. The younger generation especially vital intermediate reacts to the circumstances of transition, as not having sufficient life experience, training, stable value orientations, is on the lower level of the economic and social pyramid. The relevance of the study confirmed the instability of value orientations, growth of predisposition to oniomania among adolescents and the need to provide them with timely assistance and prevention. From the point of view of the author there is a relationship between hierarchy of values and a predisposition to oniomania. When ranking the values of the constructed hierarchy of value orientations of adolescents prone oniomania and the interrelation between the hierarchy of values and a predisposition to oniomania.

Key words: older students, adolescents, teenagers, addiction, shopping addiction, value orientation, susceptibility to oniomania (compulsive buying dis, values, younger generation, hierarchy).

В современной психологии одной из тенденций является изучение содержательных особенностей индивидуально-личностного сознания человека.

Антропологический подход базируется на идеях философской антропологии, в которой проявлен целостный образ индивида. Диалектико-материалистическая философия определяет личность «как совокупность всех коллективных связей», социально сплочённая с другими личностями, с коллективом и обществом множеством разнообразных отношений. В настоящее время

с современными философскими воззрениями в центр системы помещён человек, его ценностные ориентации, права на свободу, счастье, развитие своих сил и способностей.

Ряд исследователей заявляет о происходящей в социогуманитарном познании «антропологической революции» [1]. В определившихся условиях культурного плюрализма или мультикультурализма, подчас проблема о принятии тех или иных моделей, форм или паттернов поведения обуславливается не государством и идеологией, а фактически проявляется выбором самого человека, имен-

но антропологические характеристики субъекта действия оказываются решающими.

Формирование ценностей молодёжных субкультур происходит в условиях выбора (конflikта) между различными культурными образцами поведения, мышления и чувствования. И в условиях конфликта присущего и самому человеку как существу социальному.

По мнению Фрейда, конфликт является основной тенденцией жизни. Это стремление максимизировать удовлетворение своих инстинктов, минимизируя при этом наказание и вину. Попробуйте вспомнить, когда вы в последний раз хотели чего-то для себя и боялись, что кто-то повредит вам, если вы попытаетесь получить желаемое. Если ваше желание было достаточно сильным, вы наверняка ощущали внутренний конфликт, который, по всей вероятности, не так просто решить, просто сказав себе, что вы не будете добиваться желаемого. Тот факт, что человек эгоистичен, а общество стремится к всеобщему благу, лежит в основе того, почему мы относим теорию Фрейда к психосоциальной модели конфликта.

Правила и нормы предусматривают наказание за антиобщественные действия, и, поскольку наказание болезненно, человек избегает таких действий. Он старается избежать наказания в ситуациях социального давления и вины в случаях давления суперэго, в то же время, стараясь максимально удовлетворить свои желания и потребности. Способствуя осуществлению этой тенденции ядра, эго уравнивает эти два полюса конфликта. В данном контексте Мюррей полностью поддерживает с Фрейда в том, что конфликт неизбежен, поэтому жизнь должна быть компромиссом, который в идеале минимизирует конфликт или, по крайней мере, делает его терпимым.

Отсюда и возникший интерес к изучению ценностных ориентаций индивида, рассматривающийся как важнейший компонент структуры личности, который интегрирует её жизненный опыт и отражает реальность. По словам Э. Фромма, «ценностные ориентации – эта субъективная картина мира личности». Именно через призму ценностей человек осознаёт, познаёт и оценивает окружающий его мир [2].

Ценности молодёжи как самой активной части российского общества первыми претерпевают модификацию, активизированными многообразными процессами, проистекающими в жизни страны. В настоящее время в России повышается заинтересованность к проблемам и культуре молодёжи.

В западных исследованиях молодёжной проблематики в части их ценностно-нравственных

субкультурных проявлений пионерами принято считать представителей Чикагской школы, которые ещё в 20-х гг. прошлого столетия применили методы городской этнографии в исследовании особых типов городских молодёжных сообществ (Г. Беккер, В.Ф. Уайт и др.).

Функционалистский подход к культуре молодого поколения впервые реализовал Т. Парсонс в ходе дискуссии о роли возрастных групп в обществе во время второй мировой войны. Разработка данного подхода предложена Ш. Айзенштадтом в 1956 г. в книге «От поколения к поколению». Стержневые проблемы, которые он затронул в своём изыскании, таковы: как именно происходит передача ценностных ориентаций от одного поколения к другому; благодаря чему поддерживается процесс передачи ценностных ориентаций; как затем эти ценностные ориентации реализуются в новых социально-культурных и экономических условиях.

Иерархия ценностных ориентаций отображает эпохальные идеи и идеалы. Мир современного человека благодаря научно-техническим революциям постоянно подвижен, стимулирован действительными трансформациями социальных связей и форм человеческих коммуникаций. Инновации взламывают и преобразовывают культурную традицию, затрудняя тем самым процессы социализации и адаптации личности к неизменно трансформирующимся условиям и требованиям жизни, содействующих возникновению псевдоценностей. Как результат, современное общество переживает духовно-этический кризис в связи с тем, что ценностные ориентации присущие сознанию во многом деструктивны. На авансцене современной жизни появляется молодое поколение с совершенно новыми социальными ориентирами, экономическим поведением и ценностными ориентациями. В России, всё отчётливее, можно увидеть нарастающую тенденцию разрушения и разложения нравственных принципов. Жизнь современного человека подчинена достижению таких целей как карьерный рост, материальное благополучие.

Исследователем Е.В. Васиной определено, что в 90-е гг. ценностные ориентации молодёжи несколько трансформировались и были подвержены переосмыслению [3]. Ценностные изменения сместились в сторону персонально личностного существования, за счёт установок, сконцентрированных на обширную человеческую общность.

Социализация личности является динамическим процессом и проистекает на протяжении всей жизни личности. Различные социальные группы – составная часть среды. Они влияют на детерминанты менталитета, мировоззрения, ценностных

ориентаций, формируют его поведение. Значит, ценностные ориентации появляются как образование, в коем наличествует непосредственное или опосредованное отношение личности к охватываемому его миру и самому себе [4, с. 108]. В константных взаимоотношениях с обществом личность подвергается ценностной ассимиляции, переосмыслению ценностных ориентаций.

Иными словами, иерархия ценностных ориентаций не является единожды данной: с переменой обстоятельств жизни, самого индивида, возникают новые ценностные ориентации, а время от времени случается их абсолютная или фрагментированная переоценка.

Субъективная значимость для человека тех или иных ценностей может определяться разными источниками. В качестве основных таких источников на разных этапах развития науки назывались: божественный или природный разум, принцип удовольствия и инстинктивные биологические потребности, универсальный закон сохранения вида, этические нормы микросоциального окружения и общества в целом, внутренняя психологическая природа человека. В современной психологии направленность личности на те или иные ценности (ценностные ориентации) рассматривается как двойственное по своему происхождению образование, основанное одновременно на индивидуальном и социальном опыте.

На протяжении социогенеза ценностные ориентации человека детерминируют и олицетворяют собой дозволенное в социуме удовлетворение базовых человеческих потребностей. Вместе с тем это ещё и синтезированные взгляды общества о нравственных нормах и этических устоях, регламентирующих образ действия людей. Соответственно ценности исполняют функцию фундаментальных норм, и ориентирует индивида в жизненно важных обстоятельствах в сторону социально одобряемой оптики собственного поведения [5].

Поскольку, процесс передачи молодому поколению обычаев, сформированных предыдущими поколениями, вследствие этого с изменением мировоззрения нарушился. Во время перехода от одной к другой модели общества особенно нелегко приходится именно молодёжи. Это связано с тем, что представления о молодом поколении, о морали находятся на вербальном уровне и не стали ещё осознанными регуляторами поведения молодёжи. Нарастающие социальные противоречия зачастую провоцируют девиантное поведение молодёжи. Наиболее важный момент, заключается в том, что, как утверждает в своих рассуждениях Роджерс, поведение, деструктив-

ное по отношению к другим, всегда деструктивно и по отношению к самому себе. В существующих обстоятельствах предыдущему поколению весьма сложно подстраиваться под современные условия и ассимилировать вновь образовавшуюся иерархию ценностных ориентаций, сберегая при этом уже наметившуюся свою иерархию ценностных ориентаций. Однако, существует мнение, что молодому поколению адаптироваться проще, так как ценности у них ещё весьма условны, то есть не являются для них устоявшимися. С другой стороны, ценностные ориентации как таковые для молодёжи вообще относительно. Поэтому поле деятельности нынешней молодёжи весьма расширено и разнообразно: от горячительных напитков и наркотиков до литературы, моды, компьютеров, спорта, граффити, театра и кино.

Подрастающему поколению с ещё не устоявшимися суждениями и неустойчивой иерархией ценностных ориентаций весьма сложно ориентироваться в сформировавшихся обстоятельствах «поруганных» ценностей и произошедших перемен. Потребительское отношение к жизни вырабатывает у подростков равнодушие ко всему, что может привести к моральному и духовному обеднению культуры, нации и мира в целом.

Именно с этих убеждений американские функционалисты исследовали в 50-е гг. культуру тинэйджеров. Понятие «тинэйджер» (teenager) используется социологами не в обыденном смысле для обозначения подростка в возрасте от 13 лет до 19 лет (в номинации возраста присутствует «teen»). В социологии это понятие используют по отношению к подростковой потребительской культуре, то есть буквально как «подросток потребляющий».

Ониомания (аддикция от покупок или шопинг-аддикция) – это тип социально терпимой формы аддикции, характеризующаяся затяжным навязчивым устремлением совершать бесполезные приобретения в неконтролируемых количествах, не задумываясь о последствиях приобретения, которая становится первичной реакцией на отрицательные события и эмоции.

Ли с соавторами пришел к выводу, что телевидение, транслируя торговые каналы, может стимулировать телевизионных покупателей, которые предрасположены обнаруживать свои проблемы с помощью компульсивных покупок» [6, с. 480]. Иными словами, речь идёт о рекламном терроризме в отношении нашей психики, формирующей в ней определённые социальные установки, то есть готовности личности внимать объект и действовать с ним.

Поэтому отсутствие в нашей стране целенаправленного ориентирования процесса развития

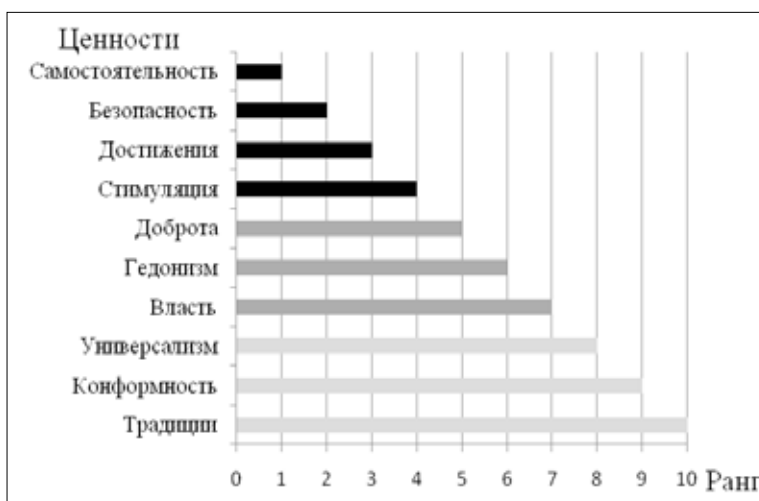


Рис. 1. Ранжирование ценностей шопинг-аддиктивных подростков

молодёжного социума может привести к негативным последствиям, в частности к принятию и воспроизведению девиантных форм поведения.

Теоретическую базу исследования составили работы Д. Блэка, А.М. Максимука, В.Д. Менделевича [7], Е.П. Белинской, Е.Б. Ширяева, Н.А. Буралева [8], Л.В. Верейкиной, В.Г. Леонтьева, В.Н. Карандашева и многих других.

Целью работы являлось определение современной иерархии ценностных ориентаций у подростков предрасположенности к ониомании и выявление связи между предрасположенностью к ониомании и ценностными ориентациями шопинг-аддиктивных подростков. В соответствии с целью были определены следующие задачи:

- 1) Определить у старших школьников наличие предрасположенности к ониомании и иерархию ценностных ориентаций. Дать оценку их современному состоянию;
- 2) Выявить и проанализировать связь между предрасположенностью к ониомании и ценностными ориентациями шопинг-аддиктивных подростков.

Методы и методики исследования

На разных этапах исследования применялись следующие методы: анализ литературных источников; транспективный анализ, статистические опросники, методы статистической обработки, содержащие корреляционный анализ по г-критерию Спирмена и непараметрический критерий Манна-Уитни.

Используемые частные методики:

- тест на определение степени сформированной активной зависимости, разработанный А.В. Котляровым [9]

- методика для изучения ценностей личности Ш. Шварца, первая часть – «Обзор ценностей» [10].

Результаты исследования

В исследовании принимали участие 80 респондентов в возрасте от 15 до 18 лет, из них 36 юношей и 44 девушки, учащиеся 10 и 11-х классов с целью определения у них наличия или отсутствия предрасположенности к ониомании. Исследование проводилось на территории России в городе Оренбурге на базе МОАУ «Лицей № 1».

Каждому учащемуся в процессе тестирования были предоставлены методики (для достижения целей исследования и проверки гипотезы) и бланки ответов. Тестирование проходило в течение часа, после заполнения тестов, нами была проведена обработка полученных данных и их интерпретация.

Диагностика проводилась в групповом режиме.

Выявлено, что из 80 старшеклассников 38 (27 девушек и 11 юношей), то есть почти половина предрасположены к ониомании. Определены ценностные ориентации и при их ранжировании выстроена иерархия ценностей шопинг-аддиктивных подростков (рис. 1).

При первичной обработке данных часть опросника («Обзор ценностей») высчитывается средний балл для выбранных ответов в соответствии с ключом. Обработка проводится отдельно для каждого из 10 типов ценностных ориентации. Величина этого среднего балла по отношению к другим позволяет судить о степени значимости этого типа ценностей для испытуемого.

В соответствии со средним баллом по каждому типу ценностей устанавливается их ранговое

соотношение от 1 до 10. Первый ранг присваивается типу ценностей, имеющему наиболее высокий средний балл соответственно десятому рангу – самый низкий средний балл. Ранг от 1 до 4 свидетельствует о высокой значимости данных ценностей для личности. В нашем исследовании наиболее высокий средний балл 2,77 имеет ценность самостоятельность, ей присваивается 1 ранг, затем следует ценность безопасность, средний балл которой 2,62 – 2 ранг, за ними следует достижение, чей средний балл 2,59 – 3 ранг и стимуляция 2,56 – 4 ранг.

Что же касается ценностей, находящихся между уровнем значимыми и незначимыми для личности и занимающими ранг от 5 до 7, ими являются: доброта 2,54 – 5, гедонизм 2,53 – 6, власть 2,23 – 7.

Ранг от 8 до 10 определяет незначительность ценностей для данной личности. В нашем исследовании этими ценностями являются универсализм 2,30 – 8 ранг, конформность 2,15 – 9 ранг, традиции 1,80 – 10 ранг.

В нашем исследовании выявлены наиболее важные ценности, ими являются:

- самостоятельность (означает свобода мышления и выбор способов действия в различных сферах деятельности);
- безопасность (необходимость постоянства и безопасность для родных и близких);
- достижения (достижение личностного успеха в соответствии с общественными стандартами, тем самым получая социальное одобрение);
- стимуляция (влечение к свежести и разнообразности впечатлений, необходимых для поддержания оптимальной степени инициативности индивида). Данная ценность также означает, что продуктивная деятельность и уровень её инициативности в максимальной степени подчинена внешнему контролю и трактуется неустойчивостью в достижении цели.

Сразу после значимых ценностей в списке ценностей идёт:

- доброта (готовность оказать помощь);
- гедонизм (поиск удовольствий);
- власть (состоит в превалировании над людьми).

Непопулярными ценностями у молодёжи являются:

- универсализм (равенство всех людей и охрана природы);
- конформность (предотвращение действий не соответствующих социальным нормам);
- традиции (уважение и ответственность за культурные и религиозные обычаи, их поддержание и принятие).

Маловажные ценности, такие как универсализм, традиции параметрируют тинэйджеров тем, что они не выказывают таких качеств, как понимание и защита общества в целом. В наименьшей степени они выказывают уважение к обычаям.

В целом данная иерархия ценностей шопинг-аддиктивных подростков свидетельствует об их открытости к различным изменениям и самовысоценности, наличие амбиций и стимуляция указывает на некий поиск захватывающей жизни.

Значимая ценность «достижение» является значимой ценностью и по критерию Манна-Уитни ($U = 0,015$). Это означает, что для подростков, детерминирующей целью будет личностный успех, который проявляет себя сообразно с общественными нормами. В тоже время старшие школьники стремятся продемонстрировать свою самостоятельность в выборе способов действия.

Предрасположенность к ониомании подтверждается присутствием такой важной ценности как достижение, осуществляемой под стать нынешним социальным стандартам, которые со своей стороны развиваются в условиях господствующих культурных стандартов. А в нашем нынешнем мире, согласитесь, доминирующую роль в их созревании занимают средства массовой информации.

Также предрасположенность к ониомании определяется менее важной ценностью «гедонизм», однако являющейся достоверно значимой по критерию Манна-Уитни ($U = 0,032$). У старшеклассников, предрасположенных к ониомании она проявляется в поиске удовольствий «здесь и сейчас». Это доказывает личностную нестабильность подростка и объясняет проявление у них абсолютно разных качеств, часто противоположных и противоречащих их целям, влечениям, мотивам, устремлениям.

С нашей точки зрения, выявление предрасположенности к ониомании и иерархии ценностей нынешних школьников в старшем подростковом и юношеском возрасте является сложной и весьма актуальной проблемой. Поскольку в наше время стремления на достижение успеха заключается не в таких «вечных» целей, как доброта, а в социальном уважении, личностном росте и достижении материального богатства, престижа. На фоне коммерциализации и отрицательно-воздействия масс-медиа, а также внедрения эталонов потребления происходит обеднение духовной жизни общества, размывание ценностных основ, ослабление и разрушение механизмов культурной преемственности, снижение заинтересованности нынешнего поколения к отечественной культуре, её истории и традиций. Это

подтверждается выявленной нами иерархией ценностей и присутствием предрасположенности к ониомании, выявленной нами по шкале «склонность к ониомании».

Заключение

Установлено, что значимыми ценностями шопинг-аддиктивных подростков являются самостоятельность, безопасность, достижение, что весьма присуще для данного возраста и связано с формированием автономии личности и усилением направленности на себя. И характеризуется сдвигом социальных приоритетов в пользу индивидуалистической направленности.

Иерархия ценностных ориентаций шопинг-аддиктивных подростков отличается выраженной ориентацией на достижения и личный успех при снижении значимости универсализма, конформности, традиций. Это означает, что для современного поколения значимыми направлениями

являются: выбор собственных целей, независимость, благосостояние и установка на социальное неравенство. По формулировке Н.М. Лебедевой, в целом это напоминает процесс аккультурации этнических меньшинств в доминирующем обществе, когда группам даётся совет расстаться с теми культурными чертами, которые ценны, но не адаптивны [11].

Проведенное исследование показало, что склонность к ониомании наблюдается у половины наших респондентов. На предрасположенность к ониомании оказывают влияние такие ценностные ориентации, как самостоятельность, достижение и гедонизм.

В заключении следует сказать, что проблема формирования и изменения ценностных ориентаций у шопинг-аддиктивных подростков мало изучена. Однако, в силу того, что количество шопинг-аддиктивных подростков растёт, требуется уделить рассмотрению данной проблемы большего количества исследований.

Список литературы:

1. Ионин Л.Г. Диффузные формы социальности (К антропологии культуры) // Социологические чтения. Вып. 2. М., 1997. С. 97–106.
2. Верейкина Л.В., Морогин В.Г. Общественная и субъективная система ценностей // Вестн. Томского гос. пед. ун-т. 2006. № 2. С. 67–68.
3. Пряжников Н.С. Ценностно-нравственные активизирующие опросники профессионального и личностного самоопределения: Методическое пособие 3. М.: Институт практической психологии, 1997.
4. Артюхова Ю.В. Ценности и воспитание // Педагогика. 1999. № 4. С. 108–128.
5. Морогин В.Г. Ценностно-потребностная сфера личности. Томск: ТГПУ, 2003. 357 с.
6. Ли Сунг-Хи, Леннон Шаррон Дж. и Радд Нэнси А. Навязчивые потребления, тенденции среди телевидения, покупателя // Семья и потребительские науки исследования. 2000. № 28(4). С. 463–488.
7. Менделевич В.Д. Психология зависимой личности. Казань, 2002. 240 с.
8. Буравлев Н.А. Ценностные ориентации студентов // Вестник ТГПУ. 2011. № 6. С. 124–129.
9. Котляров А.В. Другие наркотики, или Homo Addictus. М.: Психотерапия, 2006. 480 с.
10. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценности личности: концепция и методическое руководство. СПб.: Речь, 2004. 72 с.
11. Лебедева Н.М. Базовые ценности русских на рубеже XXI века // Психол. журн. 2000. Т. 21. № 3. С. 73–87.
12. Епанчинцева Г.А. Управление процессом суверенизации личности как проблема образования взрослых // Социокультурная динамика региона. Наука. Культура. Образование: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Оренбург, 2000. С. 286–287.
13. Зубова Л.В. Обоснование системы критериев, способствующих определению уровней сформированности ценностных ориентаций личности [Электронный ресурс] // Вестник ОГУ. 2002. № 8. URL: <http://www.osu.ru>, свободный.
14. Щеглова И.Г. Особенности шопинг-зависимости и ценностных ориентаций старшеклассников, мотивированных на успех // Вестник магистратуры ОГУ. Оренбург, июнь 2014. № 6(33). Том 1. С. 187–189.
15. Шапинская Е.Н. Эстетическое воспитание в социокультурном контексте современной России: кризис ценностей и пути его преодоления // Культура и искусство. 2014. № 2. С. 245–253. (DOI: 10.7256/2222-1956.2014.2.12299)
16. Голикова Г.А., Вафина А.Х. Ценностный подход в образовании (Человек-Культура-Литература) // Педагогика и просвещение. 2014. № 1. С. 22–29. (DOI: 10.7256/2306-434X.2014.1.12098)

References (transliteration):

1. Ionin L.G. Diffuznye formy sotsial'nosti (K antropologii kul'tury) // Sotsiologicheskie chteniya. Vyp. 2. M., 1997. S. 97–106.
2. Vereikina L.V., Morogin V.G. Obshchestvennaya i sub'ektivnaya sistema tsennostei // Vestn. Tomskogo gos. ped. un-t. 2006. № 2. S. 67–68.
3. Pryazhnikov N.S. Tsennostno-nravstvennye aktiviziruyushchie oprosniki professional'nogo i lichnostnogo samoopredeleniya: Metodicheskoe posobie 3. M.: Institut prakticheskoi psikhologii, 1997.
4. Artyukhova Yu.V. Tsennosti i vospitanie // Pedagogika. 1999. № 4. S. 108–128.

5. Morogin V.G. Tsennostno-potrebnostnaya sfera lichnosti. Tomsk: TGPU, 2003. 357 s.
6. Li Sung-Khi, Lennon Sharron Dzh. i Radd Nensi A. Navyazchivye potrebleniya, tendentsii sredi televideniya, pokupateli // Sem'ya i potrebitel'skie nauki issledovaniya. 2000. № 28(4). S. 463–488.
7. Mendelevich V.D. Psikhologiya zavisimoi lichnosti. Kazan', 2002. 240 s.
8. Buravlev N.A. Tsennostnye orientatsii studentov // Vestnik TGPU. 2011. № 6. S. 124–129.
9. Kotlyarov A.V. Drugie narkotiki, ili Homo Addictus. M.: Psikhoterapiya, 2006. 480 s.
10. Karandashev V.N. Metodika Shvartsa dlya izucheniya tsennosti lichnosti: kontseptsiya i metodicheskoe rukovodstvo. SPb.: Rech', 2004. 72 s.
11. Lebedeva N.M. Bazovye tsennosti russkikh na rubezhe XXI veka // Psikhol. zhurn. 2000. T. 21. № 3. S. 73–87.
12. Epanchintseva G.A. Upravlenie protsessom suverenizatsii lichnosti kak problema obrazovaniya vzroslykh // Sotsiokul'turnaya dinamika regiona. Nauka. Kul'tura. Obrazovanie: Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Orenburg, 2000. S. 286–287.
13. Zubova L.V. Obosnovanie sistemy kriteriev, sposobstvuyushchikh opredeleniyu urovnei sformirovannosti tsennostnykh orientatsii lichnosti [Elektronnyi resurs] // Vestnik OGU. 2002. № 8. URL: <http://www.osu.ru>, svobodnyi.
14. Shcheglova I.G. Osobennosti shopping-zavisimosti i tsennostnykh orientatsii starsheklassnikov, motivirovannykh na uspekh // Vestnik magistratury OGU. Orenburg, iyun' 2014. № 6(33). Tom 1. S. 187–189.
15. Shapinskaya E.N. Esteticheskoe vospitanie v sotsiokul'turnom kontekste sovremennoi Rossii: krizis tsennosti i puti ego preodoleniya // Kul'tura i iskusstvo. 2014. № 2. S. 245–253. (DOI: 10.7256/2222-1956.2014.2.12299)
16. Golikova G.A., Vafina A.Kh. Tsennostnyi podkhod v obrazovanii (Chelovek-Kul'tura-Literatura) // Pedagogika i prosveshchenie. 2014. № 1. S. 22–29. (DOI: 10.7256/2306-434X.2014.1.12098)