

19. Boyatzis R.E., Smith M.L., Van Oosten E., Woolford L. (2013) Developing resonant leaders through emotional intelligence, vision and coaching. *Organizational Dynamics*. 42 (1), 17–24. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2012.12.003.

20. Harant M. (2016) Der Inklusionsbegriff im Spannungsfeld pädagogischer 'Mindsets'. *Pädagogische Korrespondenz*. 54, 37–57. Available from: <http://www.budrich-journals.de/index.php/pk/issue/view/1915>

21. Kronauer M. (2015) Wer Inklusion möchte, darf über Exklusion nicht schweigen. Pädoyer für eine Erweiterung der Debatte. *Jahrbuch für Pädagogik*. 2015(1), 147–158. DOI: 10.3726/267059_147.

22. Stichweh R. (2013) Inklusion and Exemption in der Weltgesellschaft - am Beispiel der Schule und des Erziehungssystems. *Zeitschrift für Inklusion*. 1, 22. Available from: <https://www.inklusion-online.net/index.php/inklusion-online/article/view/22>.

DOI: 10.25588/CSPU.2018.03.22

УДК 151.8

ББК 88.5

Н.Н. Помуран¹, Е.Н. Кириченко²

¹ ORCID № 0000-0002-8709-6038, кандидат психологических наук, доцент кафедры теории и технологии социальной работы, Новосибирский государственный медицинский университет, г. Новосибирск, Российская Федерация. *E-mail*: pomnatnik@mail.ru

² ORCID № 0000-0002-4198-0928, старший преподаватель кафедры иностранных языков, факультет гуманитарного образования, Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск, Российская Федерация. *E-mail*: kirichenko@corp.nstu.ru

РЕАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СТУДЕНТАМИ КАК УСЛОВИЕ ПРАВСТВЕННО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

Аннотация

Введение. В статье изучается соотношение личностных ценностей студентов и возможности их реализации в современных условиях страны как условия формирования патриотизма.

Материалы и методы. Проводится анализ научной литературы по проблеме патриотизма, анализ исследований российских учёных, посвященных изучению ценностных ориентаций и патриотизма. Используются методики «Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей (СОРБЦ)» и «Методика цветowych метафор». Применяются статистические методы обработки данных: расчёт стандартного отклонения (среднеквадратичное отклонение), коэффициент ранговой корреляции r_s -Спирмена.

Результаты. Результаты исследования свидетельствуют о доминировании индивидуалистических ценностей над общественными, наблюдается разрыв между значимыми ценностями и их реализацией, когнитивный и аффективный компоненты оценки личностных ценностей совпадают, понятия «патриотизм» и «родной город (село)» характеризуются схожим эмоциональным отношением к ним, значимые ценности не связаны с патриотическими понятиями.

Обсуждение. Полученные результаты согласуются с ранее проведенными исследованиями по проблеме личностных и патриотических ценностных ориентаций студенческой молодежи, а также дополняют их новыми выводами. Во-первых, современные условия в стране не воспринимаются как благоприятные для реализации личностных ценностей. Во-вторых, понятие «патриотизм» рассматривается как привязанность и любовь к месту, где родился и вырос. И наконец, результаты свидетельствуют о невысоком желании респондентов влиять на ситуацию, чтобы позитивно ее изменить.

Реализация личностных ценностей студентами как условие нравственно-патриотического воспитания

Заключение. При разработке технологий нравственно-патриотического воспитания студентов, вероятно, нужно учитывать ценностные ориентации, позиции и интересы.

Ключевые слова: патриотизм, патриотические ценности, ценностные ориентации, студенты, нравственно-патриотическое воспитание.

Основные положения:

- дан теоретический анализ подходов к пониманию патриотизма;
- изложены результаты исследования реализации ценностных ориентаций и понятий, связанных с патриотическими ценностями;
- представлены выводы и рекомендации о направлении нравственно-патриотического воспитания молодежи.

1. Введение (Introduction)

Проблема патриотического воспитания молодежи в современной России все сторонне освящается сегодня в научных кругах. Обращение к данной теме ученых различных областей знания объясняется нацеленностью государственной политики на патриотическое воспитание граждан¹, а также политикой в отношении молодежи, где в качестве одной из приоритетных задач выдвигается гражданское образование и патриотическое воспитание². В данном документе также предлагаются пути решения поставленной цели, среди которых – стимулирование интереса к историческому прошлому, активной деятельности в различных молодежных движениях, пропаганда ценностей патриотизма. На практике это в основном сводится к использованию идеологической пропаганды как прошлых, так и настоящих успехов России на мировой геополитической арене, апеллирующей к базисным потребностям индивида в безопасности и чувству гордости за свою страну.

В связи с этим популярным стало и обращение к самому термину «патриотизм». Понятие «патриотизм» трактуется достаточно разнообразно, что объясняется сложностью данного явления и многообразием форм его проявления. В словаре В. Даля «патриотизм» определяется как «цель и результат воспитания молодежи – это проявление любви к ро-

дине, отчизне, отечеству»³. В литературе «патриотизм» связывают с любовью к отечеству (К.Д. Ушинский), «принадлежностью» к отечеству (В.Г. Белинский) покорностью правительствам (Л.Н. Толстой), любовью к народности (В.С. Соловьев). Чаще всего патриотизм связывают с готовностью защищать отечество, самореализацией на благо отечества [1]. В социально-психологическом плане содержание термина «патриотизм» рассматривается в структуре гражданской идентичности, прежде всего, нормальной идентичности личности, которая раскрывается через «положительный образ своего народа, благоприятное отношение к его культуре, истории», «естественный патриотизм, не переходящий в фаворитизм, и вполне толерантные установки к другим народам, понимание их вклада в историю и готовность к общению с ними» [2, с. 235]. При этом отмечается многовариантность ее проявления: нормальная, категориальная и ассоциативная [3]. В данной трактовке «патриотизм» связан, с одной стороны, с позитивной оценкой своего народа, очевидно не исключающей и ее критического осмысления, с другой стороны, не допускающей принижение представителей других национальностей, когда различия между представителями собственной и другой национальностями не оцениваются как непреодолимый барьер, препятствующий взаимодействию.

¹ Постановление Правительства РФ от 30.12.2015 N 1493 О государственной программе «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы».

² Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».

³ Даль В.И. Патриотизм. Материал из Викицитатника [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikiquote.org/wiki/Патриотизм>.

Таким образом, когда речь идет о патриотизме, необходимо всегда уточнять, что гордость и позитивная оценка представителей своей национальности должна быть в большей степени основана на внутригрупповом сравнении, на критической оценке нации, государства, принятии и негативных эмоциональных переживаний. Данный подход к пониманию такого сложного явления как патриотизм позволяет решить еще одну сложную задачу – отделить его от понятия «национализм», в основе которого лежит некритическое позитивное оценивание своей нации как превосходной по сравнению с другими.

Изучению ценностных ориентаций молодежи сегодня уделяется достаточное внимание [4–15]. Результаты данных исследований свидетельствуют о доминировании индивидуалистических, личностных ценностей над общественными, высокой значимости ценностей саморазвития, материального благополучия, экономических выгод [6; 10; 12; 13; 14]. Отталкиваясь от позиции А. Журавлева и А. Юревича, которые считают, что одной из важнейших составляющих патриотизма является готовность приносить личные интересы в жертву общественным, можно заключить, что ценности, связанные с патриотизмом, вряд ли являются значимыми для современной молодежи [4]. Данная позиция подкрепляется результатами исследования взаимосвязи личностных ценностей и ценностей патриотизма, где раскрываются тенденции патриотично настроенной молодежи ориентироваться на общественные ценности, а непатриотично настроенной молодежи на индивидуалистические и ценности материального благополучия. Авторы исследования приходят к выводу о том, что наиболее предприимчивая, активная часть молодежи оказывается непатриотично настроенной [9]. К подобному выводу приходит и автор еще одного исследования, по результатам которого наличие экономических и со-

циальных проблем в стране оказывает негативное влияние на формирование патриотических ценностей⁴.

А.Д. Карнышев, анализируя патриотизм с точки зрения экономических личностных и государственных аспектов, заключает, что патриотизм как проявление индивидуального сознания отражает соотношение интересов отдельно взятой личности и государства [16]. Нельзя не согласиться с мнением автора о том, что возможность реализовать экономические интересы, прежде всего наличие собственности, всегда будут побуждать человека выступать в защиту своей Родины, нации и их интересов. Таким образом, на наш взгляд, «здравый» патриотизм включает в себя проявление критического осмысления интересов, ценностей нации, государства и его авторитетов, их соотношение с собственными интересами.

2. Материалы и методы (Materials and methods)

Основываясь на экономико-психологической трактовке патриотизма, обозначенного А.Д. Карнышевым [17], мы провели исследование в двух вузах города Новосибирска. Выборку составили студенты двух курсов гуманитарных специальностей Новосибирского государственного медицинского университета, будущие специалисты социальной работы и студенты Гуманитарного факультета Новосибирского государственного технического университета, обучающиеся по направлению «Лингвистика». Всего в исследовании приняли участие 56 студентов в возрасте от 17 до 21 года. Исследование оценки значимости ценностей, а также оценки возможности реализовать их в современных условиях нашей страны мы провели с помощью методики цветowych метафор [18; 19] и методики «Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей (СОРБЦ)» [20]. Для этой цели мы модифицировали инструкцию методики СОРБЦ и предложили оценить список 20 ценностей по 8-балль-

⁴ Узунова О.Ю. Патриотизм в структуре гражданской идентичности современной российской молодежи: общероссийские и региональные тренды [Текст]: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Ростов н/Д, 2017. 32 с.

ной шкале с точки зрения их личностной значимости. Далее респондентом было предложено оценить тот же список ценностей с точки зрения возможности реализовать их в условиях нашей страны. После чего респондентам было предложено обозначить каждую базисную ценность цветом, всего использовалось 8 стандартных цветов, соответствующих тесту Люшера, затем расположить цвета в порядке привлекательности. Кроме 20 ценностей из методики СОРБЦ, в список были включены понятия, обозначающие эмоциональные переживания (радость, любовь, доверие, надежда, привязанность, печаль, безразличие, сомнение, безысходность, угроза), а также понятия «родина, Россия, мой край, мой родной город (село), столица, Новосибирск, патриотизм, россиянин».

3. Результаты (Results)

В результате мы получили субъективную оценку студентами возможности

реализовать значимые для них в данных момент ценности (табл. 1). Из списка наиболее значимых ценностей только ценность «иметь благополучную семью» (7,11±1,08 баллов), по мнению респондентов, может быть реализована в условиях нашей страны. Вместе с тем остальные значимые ценности, – «достичь желаемой цели» (7,42±2,72 балла), «жить полной жизнью» (6,94±2,72 балла), «быть материально обеспеченным» (6,72±2,56 баллов), «чувствовать себя в безопасности» (6,58±2,36 баллов), представляются студентам сложно реализуемыми. При этом по методике цветowych метафор ценность «иметь благополучную семью» и понятие «надежда» характеризуются схожим эмоциональным отношением к ним (5,86; 5,75 баллов). Еще более близкими с точки зрения эмоционального отношения оказались ценность «чувствовать себя в безопасности» и понятие «привязанность» (5,25 и 5,22 балла).

Табл. 1. Субъективная оценка значимости ценностей (в баллах) и стандартное отклонение оценки реализуемости ценностей в современных условиях страны (n = 36)

Tab. 1. Students' assessment of basic values (in points) and standard deviation of assessing the basic values realizability in the current situation in Russia (n = 36)

Шкалы	Ср. значение	Ст. откл.
достичь желаемой цели	7,42	1,92
иметь благополучную семью	7,11	0,77
жить полной жизнью	6,94	1,92
быть материально обеспеченным	6,72	1,81
чувствовать себя в безопасности	6,58	1,67
достичь успехов в карьере	6,53	1,43
иметь хорошую работу	6,47	1,53
любить и быть любимым	6,44	0,12
достичь успехов в профессии	6,39	1,30
быть справедливым	5,92	0,88
найти смысл своей жизни	5,92	0,77
быть уважаемым	5,89	0,71
самоутвердиться в жизни	5,81	0,71
стать свободным	5,75	1,22
стать уникальным и оригинальным	5,03	0,12
быть здоровым	4,58	1,81
быть примером для других	4,58	0,27
все знать	4,22	0,31
стать известным и знаменитым	4,06	0,14
иметь власть	3,72	0,31

По мнению студентов, максимально реализовать в современных условиях нашей страны можно ценности «быть любимым и любить» (6,44±0,17 баллов), «стать уникальным и оригинальным» (5,03±0,17 баллов), «стать известным и знаменитым» (4,06±0,19 баллов), «быть примером для других» (4,58±0,39 баллов), «все знать» (4,22±0,44 балла) и «иметь власть»

(3,72±0,44 балла). Однако субъективная оценка значимости данных ценностей, кроме ценности «быть любимым и любить», невысока. Ценности «быть примером для других», «все знать» и «иметь власть» характеризуются достаточно схожим к ним эмоциональным отношением (5,17; 4,67; 4,56; 4,53; 4,50 баллов соответственно).

Табл. 2. Оценка личностных ценностей по методике СОРБЦ и методике цветowych метафор

Tab. 2. Results of the students' self-assessment of basic values realizability and students' testing according to the color metaphors method

Ценности	Ранги тестирования по методике СОРБЦ	Ранги тестирования по методике цветowych метафор
любить и быть любимым	1	8
быть здоровым	2	17
найти смысл своей жизни	3	11
иметь благополучную семью	4	2
жить полной жизнью	5	3
самоутвердиться в жизни	6	13
иметь хорошую работу	7	7
достичь успехов в карьере	8	6
стать свободным	9	14
достичь желаемой цели	10	1
быть справедливым	11	10
быть уважаемым	12	12
чувствовать себя в безопасности	13	5
достичь успехов в профессии	14	9
стать уникальным и оригинальным	15	15
быть материально обеспеченным	16	4
стать известным и знаменитым	17	19
быть примером для других	18	17
все знать	19	18
иметь власть	20	20

В результате ранжирования ценностей по степени привлекательности цвета мы получили следующие результаты (табл. 2). Сопоставив данные двух методик с помощью расчета коэффициента ранговой корреляции r_s -Спирмена, мы пришли к выводу о том, что корреляция между когнитивным и аффективным компонентами оценки ценностей статистически значима ($r_s = 0,9$; $p < 0,01$). Основное

расхождение приходится на ценности «быть здоровым» и «быть материально обеспеченным».

Наиболее связанными в эмоциональной оценке патриотическими понятиями оказались понятия «патриотизм» и «мой родной город (село)» (4,86; 4,88 балла), а также «Россия» и «Новосибирск» (4,56; 4,50 балла). Примечательным является то, что наши респонденты гораздо тес-

нее связывают понятия «Новосибирск» и «Россия» нежели «Россия» и «столица» (4,50; 3,83 балла). Также менее связанными оказались понятия «мой родной город», «село» и «родина» (4,78; 4,33). Негативные переживания оказались достаточно изолированы от всех ценностей и понятий. Кроме того, ни одна из значимых ценностей близко не связана с патриотическими понятиями. Город «Новосибирск» и Россия для многих характеризуется эмоционально схожим отношением с наименее значимыми ценностями «быть примером для других», «все знать» и «иметь власть» (4,56; 4,56; 5,53; 4,50 баллов).

4. Обсуждение (Discussions)

Полученные нами результаты согласуются с ранее проведенными исследованиями по проблеме личностных и патриотических ценностных ориентаций студенческой молодежи.

Во-первых, в структуре ценностных ориентаций современной молодежи доминируют ценности индивидуалистические, общественные ценности занимают незначимые позиции [6; 10; 12; 13; 14].

Во-вторых, студенческая молодежь сегодня не видит возможности реализовать наиболее значимые для них личностные ценности в условиях страны [9].

Наше исследование показало, что аффективный и когнитивный компоненты оценки ценностей респондентами совпадают, расхождение приходится только на ценности «быть здоровым» и «быть материально обеспеченным». В силу своих возрастных особенностей, молодости, наши респонденты не придают большого значения ценности «быть здоровым». Вместе с тем стремление к материальному обеспечению в условиях ограниченной возможности достичь его вызывает фрустрацию.

Что касается понятия «патриотизм», то очевидно оно, прежде всего, связано с любовью к родному городу (селу), т.е. местом, где родился и вырос, нежели со страной. То, что Новосибирск не для всех наших респондентов является родным городом также получило отражение в нашем исследовании, оно не тесно связано с понятием «родной город». Однако

именно здесь, по мнению респондентов, в России, и в Новосибирске в частности, можно стать примером для других, иметь возможность влиять на события и получить знания. Понятия «родина», «россиянин», «столица» не тесно связаны с патриотизмом, возможно это объясняется тем, что в постсоветский период эти понятия не только стали размытыми, но и приобрели негативный смысл.

Оценку максимальной реализации получили ценности творческой самореализации и саморазвития, влиять на жизнь страны. Мы считаем, что эти возможности дают сегодня интернет-технологии: с их помощью некоторые люди без особых усилий становятся известными и являются примером для подражания, интернет для молодых людей стал основным источником знаний, он позволяет запустить широкое общественное движение. Наряду с этим интересным является то, что для студенческой молодежи невысокое значение имеет возможность влиять на жизнь в стране («ценности иметь власть» является наименее значимой). Это характеризует молодых людей как пассивных граждан, которые не ориентированы на активное участие в жизни страны даже для достижения своих целей.

5. Заключение (Conclusion)

Таким образом, в условиях, когда государство заинтересовано в воспитании молодежи, заинтересованной и активно участвующей в позитивном преобразовании страны, мы наблюдаем, что современная молодежь больше ориентирована на личностные, индивидуалистические ценности, реализовать которые, по ее мнению, невозможно в современных условиях нашей страны. В практическом плане возникает необходимость учитывать интересы и позиции молодых людей в разработке технологий нравственно-патриотического воспитания. А именно, технологии нравственно-патриотического воспитания должны быть направлены не столько на трансформацию ценностей в сторону не критичного восприятия своей нации, страны, ее идеализации и формирование сверхпривязанности, сколько на воспитание активных, созидатель-

ных граждан, способных критически мыслить и оценивать ситуацию, а также готовых использовать собственные уси-

лия, способности, знания, творческий потенциал для позитивного преобразования страны.

Библиографический список

1. Мазур, М.А. Эволюция понятий патриотизма и патриотического воспитания [Текст] / М.А. Мазур, Я.А. Ванюкова // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2010. – № 4 (43). – С. 51–53.
2. Дробижева, Л.М. Социальные проблемы межнациональных отношений в постсоветской России [Текст] / Л.М. Дробижева. – М.: Центр общечеловеческих ценностей, 2003. – 376 с.
3. Дробижева, Л.М. Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов [Текст] / Л.М. Дробижева // Социологические исследования. – 2017. – № 1(393). – С. 26–36.
4. Журавлев, А.Л. Патриотизм как объект изучения психологической науки [Текст] / А.Л. Журавлев, А.В. Юревич // Психологический журнал. – 2016. – Т. 37. – № 3. – С. 88–98.
5. Зырянов, С.Г. Место образования в системе ценностей студенческой молодёжи [Текст] / С.Г. Зырянов, Г.Г. Горелова // Социум и власть. – 2015. – № 4 (54). – С. 7–14.
6. Иваненков, С.П. Особенности ценностных ориентаций молодежи на современном этапе [Текст] / С.П. Иваненков, А.Ж. Кусжанова // Управленческое консультирование. – 2014. – №12. – С. 90–99.
7. Кирилина, Т.Ю. Ценности как структурный элемент культуры и морали [Текст] / Т.Ю. Кирилина // Социальная политика и социология. – 2015. – Т. 14. – № 3-1. – С. 38–44. DOI: 10.17922/2071-3665-2015-14-3-1-38-44
8. Кох, И.А. Патриотизм как ценностная ориентация студенческой молодежи [Электронный ресурс] / И.А. Кох // Университет в глобальном мире: новый статус и миссия: XI Международная научная конференция «Сорокинские чтения – 2017»: сборник материалов. – М.: МАКС Пресс, 2017. – С. 913–914. – Режим доступа: http://www.socio.msu.ru/documents/science/Sorokinskie_sbornik_2017.pdf – [Дата обращения: 08.05.2018].
9. Лимонцева, Г.В. Взаимосвязь ценности патриотизма с личностными характеристиками студенческой молодежи [Электронный ресурс] / Г.В. Лимонцева // Baikal Research Journal. – 2017. – Т. 8. – № 3. – С. 27. – Режим доступа: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=21753> [Дата обращения: 08.05.2018]. DOI 10.17150/2411-6262.2017.8(3).27
10. Мартыненко, О.О. Ценностные ориентации студенческой молодежи [Текст] / О.О. Мартыненко, О.А. Коротина // Высшее образование в России. – 2016. – № 8–9. – С. 22–29.
11. Перенджиев, А.Н. Ценностные ориентации студентов РЭУ глазами преподавателей и студентов [Электронный ресурс] / А.Н. Перенджиев, В.П. Потапов, Е.Е. Прокопенко // GosPer: Государственное регулирование общественных отношений. – 2015. – № 3. – Режим доступа: <http://gosreg.amchs.ru/pedagogika-psikholog-konflikt/perendzhiev-a-n-potapov-v-p-prokopenko-e-e-cennostnye-orientacii-studentov-reu-glazami-prepodavatelej-i-studentov.html>. – [Дата обращения: 08.05.2018].
12. Соколова, Н.А. Социально-экономическое положение работающей молодежи промышленных предприятий: социологический анализ [Текст] / Н.А. Соколова, Е.Г. Черникова // Здравоохранение, образование и безопасность. – 2016. – № 3 (7). – С. 39–46.
13. Спасенников, В.В. Экономико-психологический анализ ценностных предпочтений и инновационных установок современной молодежи [Электронный ресурс] / В.В. Спасенников, М.С. Грищенко, А.П. Ковалева // Universum: психология и образование. – 2015. – № 3-4 (14). – С. 5. – Режим доступа: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/2057>. – [Дата обращения: 08.05.2018].
14. Толмачева, С.В. Влияние рекламы на молодежную аудиторию [Текст] / С.В. Толмачева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 9 (364). – С. 56–59.
15. Шурухина, Г.А. Взаимосвязь патриотизма и ценностных ориентаций старшеклассников с разной направленностью в обучении [Текст] / Г.А. Шурухина, М.В. Нухова, Э.Ш. Шаяхметова // Проблемы современного педагогического образования. – 2016. – № 51. – С. 434–442.

16. Карнышев, А.Д. Этнопсихологические проблемы взаимосвязи патриотизма и межнационального согласия в поликультурном обществе [Текст] / А.Д. Карнышев // Известия байкальского государственного университета. – 2016. – Т. 26. – № 3. – С. 509–517.

17. Карнышев, А.Д. К вопросу о динамике в понимании и анализе патриотизма в российской социально-психологической и педагогической мысли [Текст] / А.Д. Карнышев // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Психология». – 2018. – Т. 23. – С. 28–40.

18. Соломин, И.Л. Экспресс-диагностика персонала [Текст] / И.Л. Соломин. – СПб.: Речь, 2008. – 280 с.

19. Сорокоумова, Е.А. Изучение ценностных ориентаций посредством метафоры [Текст] / Е.А. Сорокоумова, Д.С. Фадеев // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2015. – Т. 17. – № 1-1. – С. 106–109.

20. Богомаз, С.А. Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в городской среде [Текст] / С.А. Богомаз, В.В. Мацута // Сибирский психологический журнал. – 2012. – № 46. – С. 67–75.

N.N. Pomuran¹, E.N. Khirichenko²

¹ORCID No. 0000-0002-8709-6038, Candidate of Science (Psychology), Associate Professor at the Department of Theory and Technology of Social Work, Novosibirsk State Medical University, Novosibirsk, Russia. *E-mail:* pomnatnik@mail.ru

²ORCID No. 0000-0002-4198-0928, Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages, Liberal Arts Education Faculty, Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia. *E-mail:* kirichenko@corp.nstu.ru

STUDENTS' ACTUALIZATION OF PERSONAL VALUES AS THE CONDITION OF THEIR MORAL AND PATRIOTIC UPBRINGING

Abstract

Introduction. The paper examines the correspondence of students' personal values and the possibilities to actualize them in the country nowadays as the condition for developing their patriotism.

Materials and methods. Firstly, this investigation includes the analyses of scientific literature devoted to the issue of patriotism. Secondly, it analyzes Russian scientists' researches devoted to the problem of patriotism and frames of reference. Thirdly, the authors employ the method of "Self-assessment of basic values realizability" and the Color Metaphors Method, as well as the following statistical methods: root-mean-square deviation and Spearman's rank correlation coefficient r_s .

Results. The results of the research demonstrate that the students prefer individualistic values to social ones. Moreover, the correlation between cognitive and affective components of personal value assessment is evident. The authors also highlight the similarity of students' emotions towards the concepts of "patriotism" and "my native city (town)". The most significant values and patriotic terms are not coherent.

Discussion. The paper supports the previous studies of personal and patriotic values of students and supplement them with new findings. Firstly, the real state of things in the country is not perceived as favorable to actualize personal values. Secondly, the concept of "patriotism" reveals through affection to the geographic location where a person was born and where he/she grew up. Finally, the findings indicate the participants' low willingness to influence the state of things and change it for the better.

Conclusion. The research indicates that it is quite necessary to consider students' values, attitude and interests while designing technologies of moral-patriotic upbringing.

Keywords: patriotism, patriotic values, values, students, moral-patriotic upbringing.

Highlights:

• The study presents different approaches to the concept of "patriotism" and their theoretic analyses;

- The authors suggest the possibilities and specific ways to actualize students' personal values and investigate the terms for denoting patriotic values;
- The authors attach conclusions and give recommendations concerning the youth moral-patriotic upbringing.

References

1. Mazur M.A. (2010) Evoluziya ponyatiy patriotizma I patrioticheskogo vospitaniya [The evolution of the concepts of patriotism and Patriotic education] *Psyhopedagogika v pravoohranitel'nykh organakh*, 4 (49), 51–53. (In Russian).
2. Drobizheva L.M. (2003) Sozhialnye problemi mezhnatsionalnykh otnosheniy v postsovetskoy Rossii [Social problems of inter-ethnic relations in post-Soviet Russia] Moscow: Tsentr obshechelovecheskikh tsennostey. (In Russian).
3. Drobizheva L.M. (2017) Obsherossiiskaya identichnost i urovenj mezhnatsionalnogo soglasiya kak otrazhenie konsolidatsionnykh protsesov [All-Russian identity and interethnic accord as a reflection of the consolidation processes in Russian society] *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 1(393), 26–36. (In Russian).
4. Zhuravlev A.L. (2016) Patriotizm kak object izucheniya psyhologicheskoy nauki [Patriotism as an object for study of psychological science]. *Psyhologicheskii zhurnal*. 37 (3), 88–98. (In Russian).
5. Zyryanov S.G., Gorelova G.G. (2015) Mesto obrazovaniya v sisteme tsennostey studencheskoy molodezhi [Place of education in the system of students' values] *Sotsium i vlast*. 4 (54), 7–14. (In Russian).
6. Kirilina T.Yu. (2015) Tsennosti kak strukturniy element kulturi I morali [Values as a structural element of culture and morality] *Sotsialnaya politika I sotsiologiya*. 14 (3-1) (109), 38–44. DOI: 38-44 10.17922/2071-3665-2015-14-3-1-38-44 (In Russian).
7. Koch I.A. (2017) Patriotizm kak tsennostnaya orientatsiya studencheskoy molodezhi [Patriotism as the value orientation of students]. *Universitet v globalnom mire: noviy status I missiya [University in the global world: New status and mission]*, Moscow: LLC "MAX press" Publ. 912–914. Available at: http://www.socio.msu.ru/documents/science/Sorokinskie_sbornik_2017.pdf (Accessed: 08.05.2018). (In Russian).
8. Limontseva G.V. (2017) Vzaimosvyaz tsennosti patriotizma s lichnostnymi karakteristikami studencheskoy molodezhi [Relationship of the value patriotism with the personal characteristics of students]. *Baikalskiy isledovatel'skiy zhurnal*. 8 (3). Available from: <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=21753> (Accessed 08 May 2018). DOI 10.17150/2411-6262.2017.8(3).27 (In Russian).
9. Martynenko O.O., Korotina O.A. (2016) Tsennostnye orientatsii studencheskoy molodezhi [Value orientations of students] *Visshee obrazovanie v Rossii*, 8–9, 22–28. (In Russian).
10. Perendzhiev A.N., Potapov V.P., Prokopenko E.E. (2015) Tsennostnye orientatsii studentov REU glazami prepodavateley i studentov [Value orientations of REU students through the eyes of teachers and students] *GosReg: Gosudarstvennoe regulirovanie obshchestvennykh otnosheniy*, 3(13). Available from: <http://gosreg.amchs.ru/pedagogika-psikholog-konflikt/perendzhiev-a-n-potapov-v-p-prokopenko-e-e-cennostnye-orientatsii-studentov-reu-glazami-prepodavatelej-i-studentov.html> (Accessed 08 May 2018). (In Russian).
11. Sokolova N.A., Chernikova E.G. (2016) Sotsialno-ekonomicheskoe polozhenie rabotaushey molodezhi promishlennykh predpriyatii: Sotsiologicheskii analiz [Socio-economic position of young workers of industrial enterprises: sociological analysis]. *Zdravoohranenie, obrazovanie i obrazovanie*, 3 (7), 39–46. (In Russian).
12. Spasennikov V.V., Grishchenko M.S., Kovaleva A.P. (2015) Ekonomiko-psyhologicheskii analiz tsennostnykh predpochtenii i innovatsionnykh ustanovok sovremennoy molodezhi [Economic-psychological analysis of value preferences and innovative installations of modern youth] *Universum: Psyhologiya i obrazovanie*, 3–4 (14). Available from: <http://7universum.com/ru/psy/archive/item/2057> (Accessed 08 May 2018). (In Russian).
13. Tolmacheva S.V. (2015) Vliyanie reklami na molodezhnyu auditoriu [Influence of advertising on young audience] *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 9 (364), 56–59. (In Russian).

14. Shuruhina G.A., Nukhova M.V., E. Sh. Shayakhmetova (2016) Vzaimosvyaz patriotizma i tsennostnykh orientatsiy starsheklassnikov s raznoy napravlennoy v obuchenii [The relationship of patriotism and value orientations of high-school students with different orientation in training] *Problemi sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*. 51, 434–442. (In Russian).

15. Karnyshev A.D. (2016) Etnopsychologicheskiye problem vzaimosvyazi patriotizma i mezhnatsionalnogo soglasiya v polikulturnom obschestve [Ethno psychological problems of the relationship of patriotism and ethnic harmony in the multicultural society] *Izvestiya Baikalskogo gosudarstvennogo universiteta university*, 26 (3), 509–517. (In Russian).

16. Karnyshev A.D. (2018) K voprosu o dinamike v ponimanii i analize patriotizma v rossiiskoy sotsialno-psychologicheskoy i pedagogicheskoy misli [To the question of dynamics in the understanding and analysis of patriotism in Russian socio-psychological and pedagogical thought] *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Psikhologiya"*. 23, 28–40. (In Russian).

17. Solomin I.L. (2008) *Ekspres-diagnostika personala* [Rapid diagnosis of staff] Saint-Peterburg, Rech'. (In Russian).

18. Sorokoumova E.A., Fadeev D.S. (2015) Izuchenie tsennostnykh orientatsii posredstvom metafori [The study of value orientations by means of metaphors]. *Izvestiya Samarskogo nauchnogo tsentra Rossiyskoy akademii nauk*, 17(1-1), 106–109. (In Russian).

19. Bogomaz S.A. (2012) Subektivnaya otsenka realizuemosti bazisnykh tsennostey v gorodskoy srede [Subjective assessment of the feasibility of basic values in the urban environment]. *Sibirskiy psichologicheskii zhurnal*. 46, 67–75. (In Russian).

DOI:10.25588/CSPU.2018.03.23

УДК 151.7

ББК 88.834.021

Ю.А. Рокицкая

ORCID № 0000-0001-9293-625X, доцент, кандидат психологических наук, доцент, кафедра теоретической и прикладной психологии, Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет, г. Челябинск, Российская Федерация.

E-mail: rokitskayayua@cspu.ru

ФАКТОРНАЯ СТРУКТУРА КОПИНГ-ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ

Аннотация

Введение. В подростковом возрасте копинг-поведение находится в фазе активного формирования и выступает важным предиктором психологического благополучия, здоровья и успешности деятельности. Совладающее поведение направлено на повышение адаптации подростков к среде и определяется через совокупность копинг-стратегий. Различные аспекты исследуемого феномена остаются дискуссионными и слабо структурированными (дефиниции, классификация, детерминация, функционирование, эффективность). Цель статьи – теоретически обосновать, выявить и проанализировать результаты факторного анализа копинг-поведения подростков.

Материалы и методы. В ходе исследования были использованы теоретические, эмпирические методы и методы математико-статистического анализа – факторный анализ (Factor Analysis) методом главных компонент с вращением Varimax (нормализация по Кайзеру).

Результаты. Факторный анализ переменных позволил отобрать 7 основных факторов после варимакс-вращения, объясняющих 71,87 % общей дисперсии. Каждый компонент (фактор), сепарированный в результате математико-статистической процедуры факторизации, представляет собой интеграцию переменных – копинг-стратегий, имеющих значимые нагрузки. Была