

УДК 159.99

Ценностные ориентации современной студенческой молодежи

**Леонтьева Т. Г., старший преподаватель,
Жизневская М. В., студент**

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

Аннотация:

В данной статье рассматривается вопрос о ценностных ориентациях человека, являющиеся важнейшей характеристикой личности. Работа заключалась в теоретическом обосновании проблемы ценностных ориентаций как основного компонента познавательного интереса студенческой молодежи. Были проанализированы результаты проведенного исследования ценностных ориентаций современной студенческой молодежи.

Социализация человека, начинаясь с раннего детства, продолжается всю жизнь. Главными институтами социализации человека является семья, затем детский сад, кола, студенческая группа и трудовой коллектив. Все эти социальные группы являются носителями различных систем ценностей. Они регулируют поведение человека и являются предпосылками для формирования его ценностных ориентаций.

Впервые о понятии ценностей заговорили в начале античных времен. Изучение данной темы было найдено в трудах Платона и Сократа, позднее данная тема стала предметом исследования многих социологов (М. Вебер, Н. И. Лапин и др.), а также многих психологов. И уже до наших времен дошло множество теорий и методов исследования по данной теме.

Ценности – это те цели или список ориентиров в нашей жизни, которых мы придерживаемся при выборе решений. С их помощью мы проводим анализ своих поступков, а также оцениваем поведение других людей.

На протяжении всей жизни ценности могут меняться, это не что-то закрепленное в нашем сознании. Напротив, ценности напрямую зависят от возраста, окружения. Так, например, в детстве мало кто будет ставить здоровье на первое место, но уже начиная лет с двадцати пяти лет ты понимаешь, что это важный аспект твоей жизни.

Анализ психолого-педагогической литературы позволяет все ценности разделить на материальные (обеспеченность, комфортная жизнь и др.) и духовные (общение, здоровье, красота и др.). Культурные ценности – это те ценности, которые закладывают в нас понимание о правильном и не правильном поведении. Их мы получаем в семье, общении с друзьями, в учебной деятельности.

Индивидуальные – это те ценности, которые мы принимаем лично для себя. Их мы накапливаем в течении жизни сами.

Ценностные ориентации личности – одно из основных структурных образований зрелой личности, именно в них сходятся ее различные психологические характеристики. Большой вклад в изучение ценностных ориентаций внесли: А. В. Мудрик, И. С. Кон, В. М. Кузнецов, И. С. Артюхова, Е. К. Киприянова, Н. А. Кирилова, А. С. Шаров и другие.

Ценностные ориентации человека являются важнейшей характеристикой его личности, поскольку определяют его отношения и особенности взаимодействия с окружающим миром, детерминируют и регулируют поведение человека. Осознавая собственные ценностные ориентации, человек ищет свое место в мире, размышляет над смыслом и целью жизнедеятельности.

Несмотря на различные подходы к пониманию природы ценностных ориентаций, все исследователи признают, что особенности строения и содержания ценностных ориентаций личности обуславливают ее направленность и определяют позицию человека по отношению к тем или иным явлениям действительности [1].

Поскольку ценностные ориентации обычно определяются как направленность личности на цели и средства деятельности и, таким образом, выражают ее отношения к миру, т. е. являются элементом мировоззрения.

Феномен направленности личности очень широко используется в отечественной психологии. С. Л. Рубинштейн первым обратил внимание на важность этого понятия, считая, что направленность представляет собой динамическую тенденцию личности. А. Н. Леонтьев определял ее в качестве смыслообразующего мотива, В. Н. Мясищев – как отношение, которое доминирует, Л. И. Божович понимает направленность личности как «устойчивую устремленность, ориентированность мыслей, чувств, желаний, фантазий, поступков человека, которая является следствием доминирования определенных (главных, ведущих) мотиваций». С. Н. Мельник, обобщая взгляды вышеперечисленных авторов, определяет направ-

ленность как свойство личности, образующие ее систему, определяющее структуру; это отношение ценностей (материальных и духовных), представляемых индивиду, к его вкладу в развитие общества. Направленность может сформироваться только в социуме, то есть является приобретаемым и изменяющимся качеством личности. Б. Г. Ананьев определяет направленность как основную жизненную направленность [1].

Каждый из нас придерживается определенных жизненных ценностей, но что же такое ценности или же жизненные приоритеты, как и от чего они зависят, мало кто представляет.

Порядок жизненных ценностей зависит от конкретного человека. Потому что, создавая свою иерархию установок, человек учится формировать свою жизнь. Отсюда следует и то, что нет правильного или неправильно порядка приоритетов. Все зависит от конкретного человека.

Схожесть ценностей у партнеров по общению способствует укреплению общения, а расхождение может стать причиной конфликтов и недопонимания. Новые жизненные приоритеты формируются благодаря полному вовлечению человека в какое-то новое дело, где он выявляет новую потребность для получения желаемого.

Поэтому осознанное понимание своих жизненных ценностей облегчает принятие тех или иных решений. Вероятность совершить поступок, о котором будешь жалеть сокращается к минимуму. Вот почему стоит понимать, что ты ставишь перед собой в качестве приоритета в данный период времени.

Учитывая актуальность данного вопроса было проведено исследование с целью изучения ценностных ориентаций. Основным инструментарием была методика М. Рокича. Она позволяет исследовать направленность личности и определить ее отношение к окружающему миру, к другим людям, к себе самой, восприятие мира, ключевые мотивы поступков, основу «философии жизни».

Для исследования была выбрана группа студентов 4 курса факультета маркетинга, менеджмента и предпринимательства Белорусского национального технического университета в возрасте от 18–21 года в количестве 30 человек. Тестирование происходило в online формате для более удобного проведения. Методика проведения заключалась в том, что всем испытуемым было предложено 2 категории ценностей в количестве 18 позиций, которые необходимо было осмысленно расположить в приоритетном для себя порядке. В первой категории были терминальные ценности, а во второй

инструментальные. Терминальные ценности-это своего рода установки, которых ты придерживаешься. А вот инструментальные, как можно понять из самого же названия – инструмент который ты используешь для достижения или при выполнении чего-то.

После прохождения теста можно получить три группы ценностей, по их значимости:

1. Самые важные ценности.
2. Равнодушные.
3. Самые отвергаемые и безразличные.

На основе анализа терминальных ценностей были получены следующие результаты:

В группе «Самые важные ценности» студенты выбрали следующие ценности: здоровье (11 %); независимость (10 %); насыщенная жизнь (10 %); любовь (10 %); богатство (8 %); духовное равновесие (8 %); дружба (8 %); образование и познание (6 %); увлекательная деятельность (5 %); мудрость и богатый жизненный опыт (4 %); самосовершенствование (4 %); счастливая семейная жизнь (3 %); продуктивность и эффективность (3 %); искусство и творческая жизнь (3 %); счастливое общество (3 %); гедонизм (2 %); красота и внешняя привлекательность (2 %); известность и признание (1 %).

Ценность, выбранная в качестве главной: насыщенная жизнь (23 %); независимость (16 %); здоровье (16 %); любовь (13 %); мудрость и богатство (7 %); духовное равновесие (7 %); образование и развитие (6 %); искусство и творчество (3 %); богатство (3 %); счастливое общество (3 %); дружба (3 %).

В группе «Самые отвергаемые и безразличные ценности» студенты выбрали: известность и признание (11 %); гедонизм (9 %); продуктивность и эффективность (8 %); счастливая семейная жизнь (8 %); красота и внешняя привлекательность (7 %); мудрость и богатый жизненный опыт (6 %); самосовершенствование (5 %); духовное равновесие (5 %); богатство (4 %); любовь (4 %); образование и познание (4 %); дружба (3 %); увлекательная деятельность (3 %); здоровье (2 %); независимость (2 %); насыщенная жизнь (2 %); искусство и творческая жизнь.

Ценность, занявшая 18 место: известность и признание (32%); счастливое общество (23 %); красота и внешняя привлекательность (13 %); счастливая семейная жизнь (10 %); гедонизм (7 %); искусство и творчество (3 %); любовь (3 %); дружба (3 %); самосовершенствование (3 %); продуктивность и эффективность (3 %).

Далее сделаем анализ инструментальных ценностей.

В группе «Самые важные ценности» студенты выбрали следующие ценности: логичность (10 %); жизнерадостность (10 %); волевой характер (10 %); решительность (9 %); образованность (8 %); самостоятельность (8 %); дисциплинированность (6 %); сдержанность (6 %); чувство справедливости (6 %); эмпатия (5 %); амбиции (5 %); коммуникабельность (4 %); толерантность (4 %); критический взгляд (3 %); манерность (2 %); аккуратность (2 %); самоэффективность (2 %); ответственность (2 %).

Ценность, выбранная в качестве главной: сдержанность (20 %); жизнерадостность (13 %); логичность (10 %); волевой характер (10 %); чувство справедливости (8 %); амбиции (8 %); решительность (5 %); образованность (5 %); коммуникабельность (5 %); дисциплинированность (5 %); самосовершенствование (5 %); критический взгляд (3 %); эмпатия (3 %).

В группе «Самые отвергаемые и безразличные ценности» были получены следующие результаты: аккуратность (11 %); критический взгляд (10 %); самоэффективность (9 %); манерность (9 %); ответственность (9 %); эмпатия (7 %); амбиции (6 %); сдержанность (5 %); чувство справедливости (5 %); толерантность (5 %); логичность (4 %); образованность (4 %); коммуникабельность (4 %); дисциплинированность (4 %); жизнерадостность (2 %); решительность (2 %); волевой характер (2 %); самостоятельность (1 %).

Ценность, занявшая 18 место: манерность (23 %); ответственность (13 %); жизнерадостность (10 %); аккуратность (10 %); эмпатия (10 %); сдержанность (7 %); амбиции (6 %); логичность (3 %); решительность (3 %); коммуникабельность (3 %); дисциплинированность (3 %); чувство справедливости (3 %); критический взгляд (3 %); толерантность (3 %).

Из данных результатов можно увидеть, что наиболее важным в данном возрасте является насыщенная жизнь, здоровье, любовь и независимость.

Основными инструментами, которыми студенты пользуются для достижения целей в жизни являются: логичность; жизнерадостность; волевой характер; решительность; образованность; самостоятельность.

Список использованных источников

1. Раитина, М. С. Ценности и ценностные ориентации, их формирование и роль в развитии личности / М. С. Раитина //

УДК 159.99

**Анализ различий в показателях социального интеллекта
у студентов разных специальностей**

Леонтьева Т. Г., старший преподаватель
Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь

Аннотация:

В статье рассматривается феномен социального интеллекта. В ходе эмпирического исследования с помощью теста «Социальный интеллект» Дж. Гилфорда, были изучены особенности социального интеллекта у студентов 4-го курса ФММП и ФИТР. В ходе эмпирического исследования были определены различия в показателях социального интеллекта у студентов разных специальностей.

В зарубежной и отечественной психологии данный вопрос изучается достаточно давно и понятие «социальный интеллект» было введено в научный оборот 1920 году Э. Торндайком.

Дж. Гилфорд был первым исследователем, подошедшим к проблеме социального интеллекта с точки зрения измерения. Он разработал тест социального интеллекта и предположил, что социальный интеллект является единицей, не зависящей от общего интеллектуального фактора, однако связанной с познанием информации о поведении [1].

Согласно концепции Дж. Гилфорда, социальный интеллект представляет собой интегральную интеллектуальную способность, определяющую успешность социального общения и адаптации. Социальный интеллект объединяет и регулирует познавательные процессы, связанные с отражением социальных объектов [1].

В ходе нашего эмпирического исследования с помощью теста «Социальный интеллект» Дж. Гилфорда, были изучены особенности социального интеллекта у студентов 4-го курса факультета информационных технологий и робототехники и факультета маркетинга, менеджмента и предпринимательства БНТУ. Тестирование