

УДК 02+316.3
ББК 78.30+60.56

МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНЧЕСТВА

© А.В. Соколов, 2006

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов
192238, г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15

Дается описание текстового ретроспективного интервью как метода библиотековедения – применяемая информация, его предмет, особенности. Автор описывает свойства текстов, к которым применим данный метод, а также его возможности для получения разнообразной содержательной информации. Подробно показана методика составления вопросов.

Ключевые слова: ретроспективное интервью, метод, текст, язык, реконструкция, историческая реальность.

Ценностная ориентация есть предпочтение субъектом одних ценностей, способных удовлетворить его потребность, другим ценностям. Важно разграничить три типа потребностей: А – *абсолютные*, первичные, исходные потребности, врожденно присущие homo sapiens; они, в свою очередь, делятся на *биогенные* (витальные, органические, естественные), обусловленные природой человека как биологического существа, и *социогенные*, возникшие в результате социально-культурной эволюции человечества; В – *вторичные*, инструментальные потребности, возникающие в ходе удовлетворения А-потребностей при недостатке соответствующих средств; С – *спонтанные*, субъективные, случайные потребности, непредсказуемо формирующиеся в сознании *субъекта* (привычки, стереотипы, установки и т.п.). Например, абсолютный характер имеет познавательная потребность, предметом которой служат знания и умения. Удовлетворить эту потребность можно по-разному, и формируются разные В-потребности: можно обратиться к литературе, и тогда появляется В-потребность в книгах и библиотеках; можно получить нужные знания, общаясь со знающими людьми, и тогда возникает В-потребность в межличностном общении; можно предпочесть глобальную систему Интернет (еще одна В-потребность), наконец, попытаться самостоятельно, своим умом добыть нужные знания и т.д. Активная познавательная деятельность порождает специфические у каждого человека познавательные интересы, выступающие в качестве С-потребности.

Если бы каждой потребности в виде предмета ее удовлетворения соответствовала одна, и только одна ценность, проблема ценностных ориентаций не возникала бы. Проблемная ситуация создается

из-за того, что существует несколько ценностей для удовлетворения А-потребностей и несколько альтернатив для удовлетворения В-потребностей. Только С-потребности не допускают вариаций, они жестко ориентированы на один предмет, обладающий эмоциональной привлекательностью. Так, любителям научной фантастики бесполезно предлагать для досугового чтения дамские романы, и наоборот.

Исходя из сказанного, нужно различать два рода ценностных ориентаций: А – ценностные ориентации, обусловленные А-потребностями, это *ориентации на цели* (терминальные ценности); В – ценностные ориентации, связанные с В-потребностями, это *ориентации на средства* (инструментальные ценности). Ценностные ориентации делятся на *девиантные* (отклоняющиеся), не соответствующие социальным ожиданиям, и *нормативные*, или *социально-культурные*, не выходящие за рамки социально одобренных культурных образцов. Девиантные ценностные ориентации, к которым относится преступность, наркомания, алкоголизм, проституция, сектантство, суицид и т.п., представляют собой В-ориентации. Их пагубность в том, что вместо ценностей они ориентированы на деструктивные антиценности.

Конечная цель *всякого педагогического процесса* заключается в формировании у воспитываемого субъекта желательной системы социально-культурных ценностных ориентаций. Важно обеспечить правильную приоритетность ориентации на терминальные цели, как материальные (здоровье, семья, благосостояние), так и духовные (социализация, самореализация, коммуникация, познавательные, эстетические, этические идеалы), а также освоить нужные ориентации на средства достижения этих целей. Воспитание учащихся в средней

школе, руководство чтением в библиотеке, политическая пропаганда и коммерческая реклама – все это *ценностно-ориентационная деятельность*, направленная на разных субъектов и осуществляемая в различных условиях.

Разные виды ценностно-ориентационной деятельности изучаются социологами, психологами, педагогами, библиотековедами методами, разработанными и принятыми в соответствующей научной дисциплине. Так, изучение интересов читателей в библиотечном деле есть не что иное как изучение их ценностных ориентаций. Высшая школа – особый социально-педагогический институт, осуществляющий не только трансляцию знаний и умений из поколения в поколение, но и формирование личности своих питомцев. Правильно сказано: студент – это не сосуд, который нужно наполнить, а факел, который нужно зажечь. Поэтому изучение ценностных ориентаций студенчества – необходимая составляющая педагогики высшей школы, а разработка методического инструментария – важная и актуальная задача.

Ценностная ориентация, понимаемая как предпочтение одних целей или средств другим, может обнаруживать себя тройко: во-первых, в виде оценок субъектов типа «хорошо – плохо», «согласен – не согласен»; во-вторых, в виде предположений «если бы... я бы поступил так...»; в-третьих, в фактических действиях людей. Все три проявления могут изучаться при помощи массовых или групповых анкетных опросов, которые широко практикуются социологами и педагогами. Анкетные опросы дополняются групповыми или индивидуальными интервью (беседами по определенному плану). Для сбора фактических данных о реальном поведении субъекта эффективно использование дневников и самофотографий, охватывающих несколько недель. Наконец, для раскрытия жизненных планов, ожиданий и притязаний студенчества продуктивным оказался метод мысленного эксперимента. Задача настоящей статьи – изложение и осмысление нашего *опыта* практического использования перечисленных методов изучения ценностных ориентаций студенчества. Исследование проводилось в пяти крупных петербургских вузах в 2000–2001 гг., в нем приняли участие 1 070 студентов очного обучения всех курсов – с первого по пятый.

1. **Анкетный опрос** позволяет оперативно охватить значительное число респондентов, гарантирует сопоставимость и единообразие полученной информации и возможность формализации ее обработки. Анкетный опрос, как известно, считается главным методом получения репрезентативных количественных социально-психологических данных. Здесь нуждается в методической отработке формулировка вопросов и вариантов ответов, предлагаемых респондентам. Ведь спрашивать на-

прямую о материальных, этических или эстетических ценностных ориентациях нельзя.

Во всесоюзном исследовании ценностных ориентаций россиян в 1990 г. под руководством Н.И. Лапина применялся метод *диарных контрарных суждений*, т.е. двучленная шкала. Респондентам предлагалось выбрать одно из двух противоположных по смыслу высказываний, таких как:

- Только на интересную работу можно потратить значительную часть жизни.

- Главное в работе – это сколько за нее платят.

Этот метод был использован в 1992–1994 гг. Российским независимым институтом социальных и национальных проблем в исследовании «Динамика групповых интересов и перспективы реформ в Российской Федерации» (рук. Н.Е. Тихонова).

Ограниченность двучленной шкалы в том, что учитываются лишь крайние мнения (ценности – антиценности) и выпадает средняя, нейтральная позиция. В Библии сказано: и пусть у вас будет дада, а нет-нет, что сверх того, то от лукавого. К сожалению, люди часто склонны лукаво уклониться от ответа. Такую возможность предоставляет *триарная, трехчленная* шкала, построенная по принципу да – нуль – нет. Ответ «да» интерпретируется как принятие данной ценностной ориентации; «нет» – как ее отрицание; «нуль» – как уход от определенного ответа.

Именно эта шкала применялась при анонимных *массовых опросах* во всех аудиториях (1 070 человек в целом). Респондентам предлагалось выбрать из трех высказываний то, с которым они, скорее всего, согласились бы (солидаризировались). Например:

А. Зарабатывай хлеб в поте лица своего.

Б. Без труда не вытянешь и рыбку из пруда.

В. Дураков работа любит.

А. Не имей сто рублей, а имей сто друзей.

Б. Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты.

В. Нет вечных друзей, нет вечных врагов, есть вечные интересы.

Легко видеть, что тексты А и В выражают противоположные ориентации, а утверждение Б – констатация банальной истины, не имеющей ориентационного подтекста. Предположение о желательных жизненных событиях или фактических действиях респондента также легко вписывается в триарную шкалу.

А. Думаю, что в семье должно быть не менее двух детей.

Б. Достаточно одного ребенка.

В. Можно обойтись без детей.

А. Я постоянно работаю для поддержания экономического положения нашей семьи.

Б. Я эпизодически имею дополнительный приработок.

В. Не занимаюсь внеучебным оплачиваемым трудом.

Анкета массового опроса содержала 66 вопросов, она заполнялась во время аудиторных занятий, и время ее заполнения было рассчитано на два академических часа. Для получения более детальных сведений о родителях студентов и их социальном положении, о содержании внеучебного труда работающих студентов послужили дополнительные опросы с вопросами открытого типа (около 300 студентов).

При опросе первокурсников «Мои жизненные планы» более уместной оказалась не контрарная, а ранговая шкала оценок – «Очень важно» – «Второстепенно» – «Не важно». Так оценивались такие действия, как: посвятить себя учебе, вступить в брак, приобрести навыки предпринимательства, приобщиться к науке, глубже постигнуть сущность христианства и т.п.

2. **Имена-символы.** Имена выдающихся людей символизируют определенные общественные ценности или антиценности. Например, Пушкин, Ломоносов, Ленин, Суворов и т.д. Мы попросили студентов трех разных групп назвать десять имен самых знаменитых людей всех времен и народов. Были названы 46 отечественных и 77 иностранных деятелей, в том числе – царствовавшие особы, полководцы, писатели, политики, ученые, актеры, художники, философы, Будда и Христос. Самыми популярными из наших соотечественников оказались: Петр I (64,3%), Пушкин (41,4%), Ленин (34,3%); среди иностранцев – Наполеон (52,8%), Эйнштейн (30,0%), Гитлер (27,1%). Анализ полученных перечней позволяет сделать выводы о стереотипах постсоветского студенческого сознания, которые закладываются школой и средствами массовой информации.

3. **Метод дневников** позволил определить распределение бюджета жизненного времени по статьям: аудиторные занятия, внеаудиторные занятия, научно-исследовательская деятельность, хозяйственно-бытовые нужды, оплачиваемый труд, отдых и досуг, затраты времени на транспорт и т.д. Дневники велись в течение восьми недель (половина семестра). Они позволили определить стиль жизни студента: деловой, досуговой, безалаберный. В дневниках фиксировались также фактические просмотры телепередач, чтение и покупка книг, посещение библиотек, музеев, театров, кино, клубов с оценочно-критическими комментариями студентов. Дневники оказались очень полезным источником для проверки и дополнения данных массовых опросов.

4. **Мысленный эксперимент** впервые, насколько нам известно, использовался для изучения

ценностных ориентаций в наших исследованиях. Студентам предлагалось сочинить «письмо из будущего», автором которого был бы сам студент *четверть века спустя*. Структура писем была стандартной: положение России в 2026 г., мои профессиональные занятия, источники доходов и материальное положение, семья, досуговые интересы, круг общения и т.д. Сочиняя письмо, студент исходил из своих жизненных планов, идеалов и мечтаний, раскрывая личностную систему ценностных ориентаций, начиная со смысложизненных диспозиций. Надо отметить, что многие студенты отнеслись к мысленному эксперименту заинтересованно и серьезно; в результате были созданы подлинные футурологические эссе, отличающиеся этическим пафосом, богатством фантазии, литературными достоинствами (в отдельных сочинениях были стихотворные разделы). В общей сложности студентами первого курса было написано в 2001 г. 86 «писем из будущего», которые позволили получить достаточно яркие социально-психологические портреты постсоветского студенчества.

5. **Групповые и индивидуальные интервью** позволяют дополнить и уточнить данные, полученные другими методами. В наших исследованиях интервью применялись для обсуждения результатов опросов, видов социальных и индивидуальных ценностей и антиценностей, предметов личной и национальной гордости, личных пристрастий и отвращений, роли СМИ в ценностных ориентациях граждан и др.

Подведем итоги. Универсальные социологические методы в виде анкетных опросов и интервью могут использоваться для изучения как ориентации на цели, так и ориентации на средства. Мысленный эксперимент столь же универсален. Имена-символы служат представителями терминальных политических, художественных, национальных, научных, религиозных ценностей, и поэтому они уместны при изучении ориентации рода Ай Метод дневников, напротив, показывает средства, использованные субъектом для удовлетворения А-потребностей, и значит, область его применения – исследование ориентации типа В. Надо думать, что методология изучения ценностных ориентаций студенчества не исчерпывается краткими положениями, изложенными в настоящей статье и названными в ней методами. Эта методология должна получить развитие в дальнейших исследованиях, которые будут иметь не фактографический, а футурологический характер, ведь от ценностных ориентаций нашего студенчества зависит будущее России.

Материал поступил в редакцию 12.10.2005 г.