

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет соціології
кафедра методології та методів соціологічних досліджень

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Структура ціннісних орієнтацій студентів КНУ імені Тараса Шевченка»

Галузь знань: 054 «Соціологія»

Освітня програма: «Соціологія»

Освітній ступінь: бакалавр

Кваліфікація: бакалавр з соціології

Виконавиця:

Іртюга Анастасія Андріївна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:

Сидоров Микола Володимир-
Станіславович,
кандидат фізико-математичних
наук, доцент

Бакалаврська робота допущена до захисту

рішенням кафедри *методології та методів соціологічних досліджень*

Протокол № _____ від «__» _____ 20__ р.

Зав. кафедри _____ Сидоров М.В.-С.

підпис

Київ 2020

Реєстрація

номер

дата підпис лаборанта кафедри

Рекомендовано

до захисту

підпис наукового
керівника

ініціали, прізвище наукового керівника

Результат захисту

оцінка

дата захисту

Голова ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Члени ЕК

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

Секретар ЕК

підпис

ініціали, прізвище

Зміст

Вступ.....	4
Перший розділ. Теоретичне підґрунтя цінностей.....	6
Підходи до вивчення ціннісних орієнтацій.....	6
Теорія цінностей Шалом Шварца. Використання уточненої теорії базових цінностей.....	10
Методологія дослідження цінностей в ІЦІ-13	15
Висновки до розділу 1	17
Другий розділ. Емпіричний аналіз ціннісних орієнтацій студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка	19
Відомості про дослідження	19
Ціннісна структура базових цінностей за методикою Ш.Шварца.....	25
Ціннісна структура цінностей студентів за методикою ІЦІ-13.....	31
Порівняння методики Шварца та «ІЦІ-13»	40
Висновки до розділу 2	42
Висновки	44
Перелік використаних джерел	47
ДОДАТКИ.....	50
Додаток А.....	50
Додаток Б. Schwartz.	59
Додаток В	61
Додаток Г	62
Додаток Д.....	63

Вступ

Цінності знаходять своє вираження у таких термінах як безпека, любов, чесність, гідність, відданість, надійність, відповідальність тощо. Вони є відображенням нашої поведінки та є внутрішніми мотиваторами. Бажання як спосіб спонукання до певних вчинків неможливо прирівняти до тих істинних опорних точок, завдяки яким вибудовується шлях вчинків людини. Тільки за умови якщо цінності підкріплюються поведінкою можна говорити про істинність формування алгоритму дій особи, що виражаються в особистих життєвих правилах.

Цінності представляються ідеальною системою орієнтирів, яка спрямовує діяльність людини, орієнтує на досягнення бажаних результатів. Вони встановлюються в конкретному фреймі взаємодії, тому й формують основу для суджень щодо гідності життя. Кожна людина використовує особисті цінності для налаштування орієнтовного шляху відповідно до цілей та результатів. Почуття особистої вдовolenості та повноти виникає в результаті узгодження поточної поведінки та особистих цінностей. Взаємодія між людьми, виховання, підтримка політичної течії, спосіб виконання робочих завдань, споживацькі уподобання – насправді, велика кількість аспектів життя суспільства може бути досліджена у фокусі ціннісних орієнтацій.

Дати відповіді на загальні питання стосовно потенціалу вивчення даної теми можливо, якщо мати уявлення стосовно природи цінностей та ціннісних орієнтацій. Життєздатність будь-якого суспільства залежить від стійкості його ціннісного фундаменту: коли суспільні цінності засвоюються особистістю та втілюються у діяльності індивіда або ж групи. Людина в більшій мірі дивиться на світ крізь призму потреб, цінностей та інтересів та не сприймається поза суспільством. Суспільство в свою чергу розуміється не просто як сукупність індивідів, а як певна складна система. Саме цінності грають важливу роль в

інтеграції особистості у соціальне середовище, дану систему, що призводить до гармонізації відносин.

Тож, цінність не зводиться лише до потреб та інтересів людини. Саме в них втілено аспект повинності, а також позитивна форма значущості. Таким чином, ціннісні орієнтації для нас відмежовують суттєве від несуттєвого, значуще від незначущого тощо. Вони формують певною мірою скелет свідомості, котрий забезпечує стійкість нашого світогляду, прийнятливність нашої поведінки та діяльності. Розвинуті ціннісні орієнтації це ознака зрілості особистості, показник її соціальності, в даному випадку мова йде про такі індикатори, як патріотизм, колективізм, гуманізм, творчість. Стійка сукупність ціннісних орієнтацій визначає такі якості особистості як надійність, вірність принципам та ідеалам, здатність до вольових зусиль щодо дотримання даних ідеалів, а також активна життєва позиція та завзятість у досягненні цілей. Протиріччя у системі ціннісних орієнтацій породжують непослідовність у поведінці. Нерозвинені ціннісні орієнтації можна вважати ознакою інфантилізму, коли панує зовнішній стимул над внутрішньою структурою особистості.

Чому саме цінності студентства? Не лише тому що це найбільш доступна група для дослідження в даній роботі, але й тому, що молодий вік це найцікавіший та найактивніший життєвий період людини, саме на цьому етапі формується ціннісний фундамент особистості, особа формує для себе орієнтири життєвого шляху, принципи та ідеали. Окрім цього, молодь можна порівняти з лакмусовим папером – на її прикладі можна чітко та ясно побачити ті кризові явища, які побутують у суспільстві.

Об'єктом даної роботи є ціннісні орієнтації. Предмет – ціннісні орієнтації студентів КНУ імені Тараса Шевченка 2020-2021 року навчання.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є визначення ціннісних орієнтацій студентів Київського національного університету імені Тараса

Шевченка (2020-2021) за допомогою застосування двох методик (Ш.Шварц, С.Дембіцький).

Завдання:

1. Визначити теоретичне підґрунтя вивчення ціннісних орієнтацій.
2. Визначити ієрархічну структуру цінностей студентів із використанням обох методик.
3. Порівняти ціннісні орієнтації різних факультетів студентів КНУ імені Тараса Шевченка 2020-2021.
4. Порівняти методику Шварца та «ЩІ-13».

Основна частина даної роботи складається з двох частин. Перший розділ присвячений, відповідно, розгляду теоретичних підходів, а також більш детальному розгляду методик науковців. Другий розділ присвячено результатам проведеного дослідження.

Заключним етапом є наведення висновків та висунення припущень, що можуть бути базою для подальшого дослідницького вивчення.

Перший розділ. Теоретичне підґрунтя цінностей

Підходи до вивчення ціннісних орієнтацій

Як відомо, цінності традиційно вважаються головним елементом культури: вони представляють собою культурні ідеали, відображаючи прийняті серед представників культури уявлення про те, що є гарним та бажаним [Schwartz, 2014, p.548]. Дослідники часто фокусуються саме на цінностях для того, щоб описати певну культуру або ж надати пояснення щодо крос-культурних відмінностей [Fischer & Schwartz, 2011, p.1128].

Але існує декілька різних підходів вивчення цінностей. Чому важливо їх розглянути? Тому що автори різних ієрархій склали різні методики, які неможливо інтерпретувати, не будучи обізнаним щодо основних моментів виділених науковцями.

Так, представники одного з найбільш популярних підходів фокусуються на індивідуальних цінностях, тобто вони роблять висновки щодо цінностей, які переважають в певній культурі на основі агрегованих індивідуальних цінностей членів цієї культури. В рамках іншого підходу вивчаються цінності, що приписуються типовому представнику культури, тобто вважається, що важливі елементи культури віддзеркалюються в уявленнях людей щодо типового представника культури (типового українця, німця, угорця тощо). Та, нарешті, варто також сказати про існування підходу, в межах якого вивчаються цінності, що приписуються безпосередньо культурі, тобто думки людей стосовно того, які цінності є важливими для певної культури і в цьому випадку чільне місце займають експерти, культурологи, філософи й інші і досить часто в межах даного підходу вивчаються уявлення людей про певного абстрактного ідеального представника конкретної культури.

Проблема виявляється в тому, що результати досліджень, які використовують різні підходи до вивчення цінностей, найчастіше суперечать одне одному. Так, наприклад, індивідуальні цінності та цінності, які приписуються групі часто не співпадають [Fischer, 2013; Vaclair, 2009; Schwartz, 1994]. Так само досить часто не співпадають певні експертні оцінки, що побутують у певній культурі та індивідуальні цінності реальних людей, що проживають в даній культурі [Oyserman, 2002].

Цінності є різними для кожної людини. Варіативність проявляється в тому, що саме людина може цінувати, та в тому, в якій мірі вона цінує це щось. Цінності можуть бути конкретними, наприклад: повага до батьків, власність на будинок, – або ж більш загальними, абстрактними: здоров'я, любов, демократія.

Ще у своїх працях Дюркейм підкреслював важливість цінностей (хоча він й використовував термін «мораль») в боротьбі з руйнуючими індивідуальними пристрастями. Він також наголошував, що цінності дозволяють людям відчувати

себе частиною чогось більшого, ніж вони самі. До концепції цінностей також зверталися Г.Зіммель, М.Вебер, Ю.Хабермас.

Серед класиків соціології, котрі відкрито та детально розглядають цінності, можна виділити Т.Парсонса. В той час як у концепції Зіммеля простежується певний зв'язок з філософією, економікою, Парсонс спирався на культурно-антропологічні засновки для обґрунтування своєї ціннісної концепції. Відповідно, у своїй роботі він зміг не тільки розглянути рівень індивідуума, культури та соціальної системи окремо, але і назвати змінні порядку, які простежуються на усіх рівнях. Основні цінності суспільства утворюють центральну систему цінностей, яка вважається істотною для створення узгодженості та порядку.

Якщо відійти від теоретичного осмислення ціннісної концепції, до практичної реалізації, то можна виокремити такі: методика К.Клакхона, ціннісний опитувальник Ф.Тромпенаарса, дослідження корпоративних цінностей Г.Хофстеде, методика «Способи життя» С.Морріса (порівняльні дослідження цінностей), методика Г.Олпорта, «аксобіографічна» методика А.П.Вардомацького тощо.

Найбільш відомою на сьогодні є методика дослідження ціннісних орієнтацій впроваджена М.Рокічем. Вона базується на впорядкуванні цінностей. Науковець виокремлює два типи цінностей:

- Термінальні – переконання, які вважаються індивідами найважливішими та найбажанішими, вони відносяться до бажаних кінцевих результатів існування, цілей, які людина хотіла б досягнути протягом свого життя;
- Інструментальні – стосуються поглядів на можливий допустимий спосіб поведження у певній ситуації.

Шварц та його колеги розробили широко розповсюджену кругову модель людських цінностей, за допомогою якої можливим є не лише розрізнення базових

цінностей, але і простеження емпірично повторюваних закономірностей відносної близькості цих типів цінностей. Тобто дана модель перевіряє твердження про те, чи є два типи цінностей безпосередньо суміжними або ж зовсім протилежними. Так, наприклад, такі пари як стимуляція та безпека або досягнення та доброта, практично є протилежними відносно один одного, в той час як між універсалізмом та добротою можна очікувати високу ступінь кореляції у розрізі світового виміру [Albert, 2008, p.12]. Детальніше дана методика буде розглянута у наступному підрозділі.

Також неможливо не звернути увагу на методологію Рональда Інглехарта, за якою було здійснено одне з масштабних комплексних досліджень ціннісної структури. Р.Інглехарт - професор Мічиганського університету, автор теорії модернізації, один із засновників Euro-Barometer, президент World Values Survey Association; з 1981 року вимірює ціннісні орієнтації близько 100 країн, в тому числі й України. Цінність його дослідження полягає у величезній кількості фактологічного матеріалу.

З огляду на розглянутий матеріал, можна вивести наступні характеристики цінностей:

- Оцінка потребує не лише методів, але й розуміння контексту
- Можуть забезпечити стандарти компетентності та моральності
- Можуть виходити за рамки конкретних ситуацій та осіб
- На особисті цінності може впливати культура, традиції та поєднання внутрішніх та зовнішніх факторів
 - Відносно є постійними
 - Вони займають центральне місце в сутності людини
 - Велика частина основних цінностей засвоюється у ранньому віці завдяки сім'ї, друзям, школі, візуальним засобам масової інформації тощо
 - Містять елемент осуду, бо відбувається оцінка «добре-погано»

- Грають важливу роль в інтеграції та реалізації основних імпульсів та бажань людини

- Представляють загальний досвід соціальної діяльності, що складається як з індивідуальних, так із соціальних установок

- Інтегрують соціальні відносини

- Формують ідеальний вимір особистості та глибини культури

- Впливають на поведінку людей та слугують критерієм оцінки дій інших людей

- Відіграють важливу роль у соціальному житті, допомагають створювати норми, котрими можливо керуватися у повсякденній поведінці

Цінності мають таку властивість, як домінування в суспільстві. Зазвичай домінування виражається у побутуванні ідеї щодо бажаної поведінки серед членів суспільства. Тим самим цінності формують загальні стандарти орієнтації, стають основою сумісного проживання. Крім того, вони є еталоном для аналізу соціальних груп стосовно задоволення соціальних потреб, допомоги у збереженні загального блага, регулювання девіантної поведінки, інтеграції, передачі ідентичності через загальну систему цінностей.

Теорія цінностей Шалом Шварца. Використання уточненої теорії базових цінностей

Теоретичні та емпіричні питання стосовно розподілу цінностей у суспільствах на сьогодні займають значну частину соціологічних досліджень по всьому світу, незважаючи на те, що економіка, політологія, психологія та антропологія також звертаються до глибинного пізнання ціннісних структур. Таким чином, будь-який огляд літератури про цінності обов'язково спирається на вище названі області. Цінності, однак, в певній мірі залишаються спірною концепцією в соціології, з однієї сторони через складність вимірювання, а з іншої – через відсутність всеохоплюючих даних щодо усіх можливих цінностей, що існують.

Цінності є критеріями, якими люди користуються для оцінки дій, людей, подій [Kluckhohn, 1951, p. 395; 1958, p.469]. Цінності – це твердження в культурі, інтерналізовані бажання, котрі мотивують наші дії [Hofstede G.,2010: с.41]. Цінності – це відносно абстрактні поняття, які є засновками наших переконань та установок, визначають те, якими мають бути життєві орієнтири [Rokeach, 1979, p.8].

Відомо, що на формування цінностей впливають як і батьківський дім, так і суспільство в цілому. Емпіричних результатів щодо того, яке цінності мають значення у повсякденних рішеннях, який зв'язок мають з емоціями та поведінкою окремих осіб, організацій та суспільств наразі стає все більше. Тому важливим є розгляд методики Шалом Шварца, яку широко застосовують у своїх дослідженнях соціологи, психологи, політологи та інші.

Шалом Шварц у своїй теорії, яка була вперше презентована в 1992 році, зазначав, що ціннісні виміри є універсальними, оскільки вони стосуються трьох питань, до яких мають відноситися всі групи [Schwartz, 2006, p.140-141]:

- Як співвідносяться індивідуум та група
- Як мають бути організовані соціальні відносини таким чином, щоб підтримувати соціальну структуру суспільства
- Як наше суспільство має співвідноситись з іншими суспільствами та зі світом природи

Тому науковець виділяє три основні осі:

- Природа відносин між особистістю та групою (я-ми, тобто місце індивідуума у цьому суспільстві). У цьому аспекті розглядаються два індикатори - Шварц назвав полюси вимірювання Автономією та Належністю (що для мене, як особистості, є важливим?). Інтелектуальна Автономія (широта поглядів, допитливість, творчість) та Афективна Автономія (задоволення, різноманіття життя, насолода – гедонічне ставлення) протистоять Належності (важливість усвідомлення того, що

людина належить певному суспільству, групі, що пов'язано з думками не про себе, а про ту групу, до якої людина належить - соціальний порядок, повага до традицій, безпека, обов'язок та мудрість).

- Забезпечення соціально-відповідальної поведінки. Поліос Рівноправність спонукає визнавати моральну рівність усіх людей (рівність, соціальна справедливість, відповідальність, допомога та чесність). Альтернативний поліос – Ієрархія – ґрунується на ієрархічній системі ролевих приписів (соціальна влада, авторитетність, підпорядкування та багатство).

- Регуляція ставлення людей до свого природнього та соціального оточення. Гармонія стверджує прийняття світу таким, яким він є (мир на землі, єдність з природою, світ прекрасного, захист оточуючого середовища). Майстерність заохочує активне самоствердження для того, щоб направити та змінити природне та соціальне середовище (не через ту єдність з порядком речей, що відбувається, а через активну трансформацію - амбіції, успіх, зухвалість, компетентність – людина має змінювати світ, що її оточує).

Таким чином, теорія визначає три біполярні виміри культури, котрі уособлюють альтернативні рішення кожної з трьох проблем, які стоять перед усіма суспільствами: автономія – належність, рівноправність – ієрархія, гармонія – майстерність. Акцент суспільства на культурному типі, що знаходиться на одному поліосі виміру, як правило, супроводжується послабленням уваги до протилежного типу, з яким є схильність до конфлікту. Культурно-ціннісні орієнтації також можуть мати зв'язок на основі сумісності. Тобто, оскільки певні орієнтації мають спільне підґрунтя, то в культурі легше акцентувати на них увагу та діяти згідно з ними. Тож, цінності розглядаються науковцем на макро- (апелює до ролі інституцій у житті суспільства) та мікро- (який звертається більше до

повсякденних практик індивідів) рівнях. Загалом, даний підхід досить успішно відображає взаємодію індивідуальних та соціальних цінностей.

Методика була уточнена декілька разів самим Ш.Шварцем, відповідно інструмент виміру піддавався певним модифікаціям. Нині різні варіанти широко використовуються науковцями для проведення власних досліджень. В даній роботі увагу хотілося б звернути саме на індивідуальні цінності, які вимірюються за допомогою PVQ-21. Цей варіант застосовується у Європейському соціальному дослідженні (European Social Survey) та включає короткі вербальні характеристики людини (21 твердження). Кожна характеристика описує цілі, прагнення або бажання людини, та опосередковано вказує на важливість однієї цінності. Респонденти визначають наскільки певне твердження схоже або ж не схоже на них. Цінності організовані відповідно мотиваційним цілям, які переслідують індивіди. Судження у ході аналізу трансформуються в десять різних типів цінностей: конформність, традиція, гедонізм, досягнення, влада, безпека, універсалізм, доброта, самостійність та стимуляція (Таблиця 1, [Rickaby, 2020, p.4]). Ці основні типи сформовані спираючись на ті цінності, які визнані в культурах всього світу, та охоплюючи різні змістовні категорії, досліджені у більш ранніх теоріях цінностей, в інструментах для опитування різних культур, а також у ході релігійно-філософських дискусій про цінності.

Таблиця 1

Базові цінності	Мотиваційні елементи
Конформність	Обмеження дій, які можуть нашкодити іншим та які порушують суспільні очікування та норми
Традиція	Повага та дотримання побутуючих у суспільстві ідей та звичаїв
Гедонізм	Задоволення від життя для себе
Досягнення	Особистий успіх через демонстрацію компетентності відповідно до соціальних стандартів
Влада	Соціальний статус та престиж, контроль або домінування над людьми та ресурсами
Безпека	Безпека, гармонія та стабільність у суспільстві

Універсалізм	Толерантність, захист добробуту людей та природи
Доброта	Збереження та покращення добробуту людей, з котрими наявний частий контакт
Самостійність	Незалежність думок та дій
Стимуляція	Хвилювання, новизна та виклики життя

Власне, за теорією Шварца 10 факторів є базовими цінностями, які формуються у більш глобальні два виміри: маємо дві осі – Консерватизм-Відкритість до змін та Орієнтація на себе-Орієнтація на інших. Відкритість до змін свідчить про те, що індивід нове сприймає на високому рівні, спрямовує увагу на цінності незалежності, здатний на ризик (самостійність, стимуляція і гедонізм). Для тих, хто дотримуються сталих переконань важливо зберігати традиції та мати стабільність. Тут мова йде більше про дотримання сімейних та релігійних звичаїв, такі індивіди є більш релігійними і скептичними до нового.

Орієнтація на себе включає цінності досягнення, влади і багатства - важливий власний інтерес. На противагу цьому виступають цінності орієнтації на інших (доброта та універсалізм). Тут мова йде про прагнення рівності, важливість допомагати іншим людям.

Взагалі мотиваційний континуум значень може бути розділений по-різному. Багато дослідників вивчають або ж 10 цінностей першого рівня, або ж чотири значення більш вищого порядку. Однак, можливий і більш вузький, й більш узагальнений розподіл.

Теорію Шварца продовжують великою кількістю інших підтеорій, наприклад, стосовно соціокультурних кодів. І основний дискурс, пов'язаний з цим йде між двома групами дослідників. Перша група дослідників відстоює, що соціокультурні коди та базові цінності людини – це щось традиційне, що неможливо змінити. Друга ж зосередилась на позиції, що цінності піддаються змінам, більш того через зміну цих соціокультурних кодів, зміну культурних цінностей, можливим є вплив на соціальні трансформаційні процеси.

Цікавими є і теорії міжгенераційних змін цінностей. Дослідники зосереджуються на тому, що після Другої світової війни у більшості індустріальних країн в результаті швидкого економічного росту, а також посиленого розвитку добробуту державою, досвід особистого формування в когортах пізніших років народження призводив до вироблення інших пріоритетів цінностей, порівняно з когортами більш ранніх років народження.

Методологія дослідження цінностей в ШЦІ-13

Розробкою даної методики займалися С.Дембіцький, М.Сидоров, В.Плющ, Е.Соснюк, О.Шалімова. Науковці вважають, що саме біологічні та психологічні потреби організму є першоджерелами цінностей людини. Тобто цінності розглядаються як вторинна система, що виникає та змінюється в процесі соціалізації та соціальної взаємодії. Власне, конкретна цінність – це елемент світу об'єктів певного індивіда, пов'язана з іншими цінностями, а також з потребами, інтересами та нормами.

Ключові ціннісні об'єкти у даній методиці були виведені спираючись на дослідження культурних кодів комерційної реклами, а згодом доповнені шляхом дискусій з представниками Інституту соціології НАН України. Кінцевий варіант містить 13 ціннісних об'єктів (Таблиця 2, [Дембицкий, 2019, с.112]):

Таблиця 2

Ціннісний об'єкт	Інтерпретація
Домашній комфорт	домашній затишок і хороші умови за місцем проживання
Багатство	наявність значних фінансових та/або матеріальних ресурсів
Краса	зовнішня привабливість, в тому числі модний одяг
Влада	можливість керувати, вирішувати, що робити іншим людям
Фізичне здоров'я	хороше фізичне самопочуття та стан здоров'я
Психологічний комфорт	хороший емоційний стан
Міжособистісні стосунки	підтримання стосунків з рідними та/або іншими близькими людьми
Знання	отримання важливої інформації та/або вивчення оточуючого світу
Особиста свобода	побудова свого життя у відповідності до своїх планів
Статус	престиж, відомість, популярність
Моральність	здійснення вчинків, керуючись власними моральними орієнтирами

Дозвілля	проведення вільного часу в своє задоволення, розваги
Самореалізація	досягнення високих цілей в професійній, творчій або іншій сфері

Основна ідея вимірювання полягає у виділенні:

- Цінностей («**Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно**»)
- Інтересів («**Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно**»)
- Тих об'єктів, які не є ні цінностями, ні інтересами («**Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно**»)

Далі респондент має проранжувати твердження, що дозволяє отримати ієрархію ціннісних об'єктів. Кінцевим результатом є формування наступних цінностей:

- Прагнення до влади та суміжних ресурсів
- Прагнення до соціального престижу
- Прагнення до свободи від будь-яких обмежень
- Прагнення до загального життєвого благополуччя
- Прагнення до самореалізації

Але існують певні складнощі стосовно застосування даної методики. Труднощі полягають у самому організаційному процесі: якщо це онлайн платформа, за допомогою котрої проводиться опитування, то все вирішується за допомогою відповідних налаштувань – у цьому випадку платформа для опитування має підбиратися таким чином, щоб була можливість впорядкування відповідей та щоб у кінцевому результаті дане питання мало найлегшу реалізацію відповіді, тобто було зрозумілим та ненавантаженим; якщо ж це особисте інтерв'ю – необхідна певна підготовка, додаткові матеріали, на основі яких буде виконуватися ранжування [Дембицкий, 2019, с.113].

Таким чином, «Індивідуальні цінності та інтереси – 13» дає можливість іншого бачення можливостей вимірювання цінностей, звертаючи увагу саме на

чисто соціологічну сторону дослідження. А також відкриваються нові шляхи для вивчення формування ціннісних орієнтацій та головних цілей.

Висновки до розділу 1

Зазвичай, говорячи про цінності, мають на увазі моральні ідеї, загальні концепції або ж орієнтири на життєвий шлях, а іноді просто інтереси, вподобання, потреби, почуття та диспозиції. Але соціологи використовують даний термін у більш точному сенсі, що містить у собі узагальнений концепт, який має конотацію правильності, бажаності. Це важливі та стійкі переконання та ідеали, що розділяються представниками певної культури відносно того, що є гарним, а що поганим, що є бажаним, а що - ні.

Цінності впливають на поведінку та ставлення людини та слугує в якості «керівника» в будь-яких життєвих ситуаціях. Насправді, цінність є певним втіленням базового переконання в тому, що конкретний спосіб поведінки є особисто або соціально бажаним порівняно з протилежним, зворотнім способом поведінки.

Тож, цінності – загальне уявлення про те, як щось оцінюється з точки зору бажаності, доброти; це стандарти, за допомогою яких обираються напрямки дій. Відомими прикладами цінностей є незалежність, рівність, справедливість, лояльність тощо. Це узагальнені цінності, які свідомо наслідуються індивідами. Якщо ж говорити про ціннісну структуру для певного суспільства, узагальнення в цьому випадку є важкою задачею через широту охоплення.

Цінності також можуть бути виміряні за допомогою опитувальника Шварца, який є широко використовуваною моделлю дослідження цінностей у світі. Ці 10 цінностей можуть бути використані для вимірювання того, як люди поведуться на роботі, яким чином вони виконують власні обов'язки, чим керуються при виборі життєвих орієнтирів тощо. А також за допомогою альтернативних методик, таких як «ІЦІ-13». У наступному розділі детально

будуть розглянуті результати дослідження з використанням обох згаданих методик.

Другий розділ. Емпіричний аналіз ціннісних орієнтацій студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Відомості про дослідження

Тема: ціннісні орієнтації студентів КНУ імені Тараса Шевченка.

Проблемна ситуація. Цінності не є раціональними, скоріше емоційними, моральними, естетичними або релігійними. За допомогою цінностей можливими є такі судження, як добре-погано, приємний-неприємний, істинний-хибний, доречний-недоречний тощо. Джерелами розвитку людських цінностей є сім'я, друзі, суспільство, в котрому людина росте та розвивається, соціальні установи (школа, церква, організації тощо), умови праці, а також економічні, соціальні та політичні умови. Таким чином, цінності тісно пов'язані з нашою ідентичністю, нашими переконаннями та відносинами. Тож, цінності – це принципи, стандарти або ж якості, що визнаються цінними, важливими або бажаними окремими особами або ж групою осіб.

Які ж наші пріоритети та як ми встановлюємо межі? Люди, соціальні відносини, час, місце, діяльність, природа або ж обставини мають різну вагу у різний час та у різні періоди життя: наприклад, можливим є припущення, що зміна цінностей та критеріїв оцінки відбувається при вступі до шлюбу або при народженні дитини. Природно, що конфлікти цінностей виникають в різноманітних життєвих ситуаціях в результаті змін. Студентський період життя характеризується продовженням формування особистості, де побутує подекуди дуже суперечлива система ціннісних орієнтацій. Саме зацікавленість у тому, чому надають пріоритетність студенти і стало підставою для вивчення даної тематики.

Теоретичний об'єкт: ціннісні орієнтації студентів КНУ імені Тараса Шевченка. Емпіричний об'єкт: студенти Київського національного університету імені Тараса Шевченка 2020-2021 року навчання.

Предмет: структура ціннісних орієнтацій студентів, яка побутує серед студентів обраного ЗВО.

Мета даного дослідження – виявлення структури ціннісних орієнтацій студентів КНУ імені Тараса Шевченка за допомогою ІЦІ-13 та методики Шварца.

Завдання:

1. Визначити ціннісну структуру студентів за методикою Шварца та ІЦІ-13.
2. Порівняти цінності студентів різних факультетів.
3. Зробити ієрархію ціннісних орієнтацій студентів КНУ імені Тараса Шевченка.

Гіпотези:

1. У студентів пріоритетними є цінності, які належать до рівнів «Відкритості до змін» та «Орієнтації на себе» (за методикою Шалома Шварца).
 - 1.1. Для студентів, які навчаються на факультеті соціології, пріоритетними є такі цінності, як Самостійність, Стимуляція, Гедонізм.
 - 1.2. Для студентів, що навчаються на факультеті комп'ютерних наук та кібернетики, важливими є Досягнення та Влада.
 - 1.3. Студентам 1 курсу магістратури більше притаманні цінності Безпеки, Конформізму, Традиції.
 - 1.4. Доброта, Універсалізм займають пріоритетне місце серед студентів 1 року навчання.
2. Високим пріоритетом для студентів є свобода від будь-яких обмежень та самореалізація (за методикою ІЦІ-13).
 - 2.1. Для студентів, які навчаються на радіофізичному факультеті, високу пріоритетність має прагнення до самореалізації.
 - 2.2. Студенти інституту журналістики мають високу пріоритетність прагнення до свободи від обмежень.

2.3. Студентство має низький пріоритет прагнення до влади та суміжних ресурсів.

Метод: онлайн-опитування.

Інструментарій. В дослідженні була використана анкета (Додаток А), створена на платформі LimeSurvey. В основі анкети були використані саме ті твердження, що надаються у Європейському соціальному дослідженні (European Social Survey).

Змінні з масиву. Методика Шалома Шварца: оскільки в ESS використовувались картки для чоловіків та для жінок з відповідними перекладами, нижче будуть наведені перекладені спільні індикатори (Таблиця 3), які були також застосовані у дослідженні ціннісних орієнтацій студентів-першокурсників (за результатами міжуніверситетського дослідження) [Мурадян, О., 2018].

Таблиця 3

Первинна змінна	Перекодована	Повне твердження	Переклад
sv1_SQ001	sv1	Important to think new ideas and being creative	Для нього/неї важливо вигадувати нові ідеї та бути творчою людиною
sv1_SQ002	sv2	Important to be rich, have money and expensive things	Для нього/неї важливо бути багатим/багатою. Він/вона бажає мати багато грошей та дорогі речі
sv1_SQ003	sv3	Important that people are treated equally and have equal opportunities	Для нього/неї дуже важливо, щоб у ставленні до людей в усьому світі була рівність. Він/вона впевнений/впевнена, що у всіх мають бути рівні можливості у житті
sv1_SQ004	sv4	Important to show abilities and be admired	Для нього/неї важливо демонструвати всім свої здібності. Він/вона хоче, щоб люди захоплювалися тим, що він/вона робить
sv1_SQ005	sv5	Important to live in secure and safe surroundings	Для нього/неї важливо жити у безпечному оточенні. Він/вона уникає всього, що може загрожувати його/її безпеці
sv1_SQ006	sv6	Important to try new and different things in life	Йому/їй подобаються сюрпризи і він/вона завжди шукає якою б новою справою зайнятися. Він/вона вважає, що у житті

			важливо займатися багатьма різними справами
sv1_SQ007	sv7	Important to do what is told and follow rules	Він/вона впевнений/впевнена, що люди мають виконувати те, що їм кажуть. Він/вона вважає, що люди завжди мають дотримуватися правил, навіть якщо ніхто за ними не спостерігає
sv2_SQ001	sv8	Important to understand different people	Він/вона вважає важливим вислухати ті думки людей, що відрізняються від його/її думок. Навіть якщо він/вона не згоден з ними, він/вона все одно бажає зрозуміти їх точку зору
sv2_SQ002	sv9	Important to be humble and modest, not draw attention	Для нього/неї дуже важливо бути скромним/скромною та «триматися у тіні». Він/вона намагається не привертати до себе увагу
sv2_SQ003	sv10	Important to have a good time	Для нього/неї важливо добре проводити час. Йому/їй подобається себе побалувати
sv2_SQ004	sv11	Important to make own decisions and be free	Для нього/неї важливо самостійно приймати рішення про те, що робити. Йому/їй подобається бути вільним/вільною та незалежним/незалежною
sv2_SQ005	sv12	Important to help people and care for others well-being	Для нього/неї дуже важливо допомагати оточуючим людям. Він/вона хоче дбати про їх благополуччя
sv2_SQ006	sv13	Important to be successful and that people recognize achievements	Для нього/неї дуже важливо бути успішним/успішною. Він/вона сподівається, що люди визнають його/її досягнення
sv2_SQ007	sv14	Important that government is strong and ensures safety	Для нього/неї важливо, щоб уряд гарантував його/її безпеку від усіх загроз. Він/вона хоче, щоб держава була сильною та могла захистити своїх громадян
sv3_SQ001	sv15	Important to seek adventures and have an exciting life	Він/вона шукає пригод та йому/їй подобається ризикувати. Він/вона хоче мати життя повне вражень
sv3_SQ002	sv16	Important to behave properly	Для нього/неї важливо завжди поводити себе правильно. Він/вона намагається уникнути будь-яких вчинків, що можуть викликати осуд

sv3_SQ003	sv17	Important to get respect from others	Для нього/неї важливо бути шановною людиною. Він/вона хоче, щоб люди робили те, що він/вона скаже
sv3_SQ004	sv18	Important to be loyal to friends and devote to people close	Для нього/неї важливо бути відданим/відданою своїм друзям. Він/вона хоче присвятити себе близьким людям
sv3_SQ005	sv19	Important to care for nature and environment	Він/вона твердо впевнений/впевнена, що люди повинні дбати про природу. Для нього/неї важливо турбуватися про довкілля
sv3_SQ006	sv20	Important to follow traditions and customs	Для нього/неї важливими є традиції. Він/вона намагається дотримуватися релігійних або сімейних звичаїв
sv3_SQ007	sv21	Important to seek fun and things that give pleasure	Він/вона шукає будь-яку нагоду розважитися. Для нього/неї важливо займатися тим, що дає задоволення

Методика ІЦІ-13: для аналізу даної методики використовувались змінні, наведені у Таблиці 4.

Таблиця 4

Змінні	
v1	Домашній комфорт: домашній затишок і хороші умови за місцем проживання
v2	Багатство: наявність значних фінансових та/або матеріальних ресурсів
v3	Краса: зовнішня привабливість, в тому числі модний одяг
v4	Влада: можливість керувати, вирішувати, що робити іншим людям
v5	Фізичне здоров'я: хороше фізичне самопочуття та стан здоров'я
v6	Психологічний комфорт: хороший емоційний стан
v7	Міжособистісні стосунки: підтримання стосунків з рідними та/або іншими близькими людьми
v8	Знання: отримання важливої інформації та/або вивчення оточуючого світу
v9	Особиста свобода: побудова свого життя у відповідності до своїх планів
v10	Статус: престиж, відомість, популярність
v11	Моральність: здійснення вчинків, керуючись власними моральними орієнтирами
v12	Дозвілля: проведення вільного часу в своє задоволення, розваги
v13	Самореалізація: досягнення високих цілей в професійній, творчій або іншій сфері

Вибірка. Студенти КНУ імені Тараса Шевченка 2020-2021 року навчання. Розмір вибірки складає 442 студентів, з них: 71,8% - жінки та відповідно 28,2% - чоловіки.

Розповсюдження лінку на дослідження здійснювалось за допомогою соціальних мереж (Telegram, Instagram), а також розсиланням на пошти тим, хто брав участь в університетському соціальному дослідженні UNIDOS, що виконується в межах навчальної практики студентів факультету соціології КНУ імені Тараса Шевченка один або два рази на рік [Університетське]. Періодичність розсилання запрошень на пошту здійснювалось у два етапи: перша розсилка була здійснена 23 березня, друга – 30 березня. Таким чином, за посиланням, яке було надіслано на пошту, долучення респондентів склало 85% (424 респондентів), а за лінком, поширеним через соціальні мережі, - 15% (75 респондентів) (дані наведені до процедури зважування).

Серед студентів, які взяли участь у дослідженні: 43,0% - 1 курс, 15,8% - 2 курс, 15,3% - 3 курс, 12,3% - 4 курс, а 1-й та 2-й курс магістратури складають відповідно 9,5% та 4,2%.

Якщо звернутися до відсоткового розподілу стосовно факультету (інституту), на якому навчаються студенти (Таблиця 5), то видно, що найбільшу частину складають студенти інституту права (13,1%) та інституту філології (12,3%).

Таблиця 5

Назва факультету/інституту	%
Інститут біології та медицини	5,7%
Географічний факультет	3,8%
Інститут геології	1,6%
Економічний факультет	11,1%
Інститут високих технологій (ІВТ)	1,3%
Інститут журналістики	6,5%
Інститут міжнародних відносин (ІМВ)	10,8%
Інститут філології	12,3%
Історичний факультет	4,4%
Механіко-математичний факультет	3,1%
Радіофізичний факультет (ФРЕКС)	3,4%
Факультет інформаційних технологій (ФІТ)	6,2%
Факультет комп'ютерних наук та кібернетики	6,0%

Факультет психології	4,2%
Факультет соціології	1,8%
Фізичний факультет	2,4%
Хімічний факультет	2,3%
Інститут права	13,1%
Загалом	100%

Перейдемо до головних результатів дослідження.

Ціннісна структура базових цінностей за методикою Ш.Шварца

Зміни у структурі цінностей, світоглядних відносинах людей, глибинні та масові, це призводить до видозміни економічного, політичного та соціального життя: трансформуються політичні та економічні цілі, релігійні норми та сімейні цінності, а ці зміни, в свою чергу, впливають на темпи економічного росту, на модернізацію та розвиток інновацій, перспективи для демократичних інститутів тощо.

Важливим було для даної роботи зосередитись на методиці дослідження цінностей, яку створив Шалом Шварц. Даний науковець зосередився на питанні «а що таке взагалі цінності?». Що для людини є цінним? Ці речі є динамічними, їх можна змінити? Чи це те, що залишилось у структурі суспільства зафіксованим? Це важливі питання, які потребують вивчення.

Основою для аналізу стала методика, яка застосовується у ESS – Personal Value Questionnaire (PVQ-21). Для подальшого аналізу було виведено 10 факторів за методикою Шварца (Таблиця 6), але без центрування середніх: дана процедура може бути пропущена, адже внутрішня надійність є перевіреною [Schwartz S., р.2], тому був використаний скрипт, який можна знайти у *Додатку Б. Schwartz*.

Таблиця 6

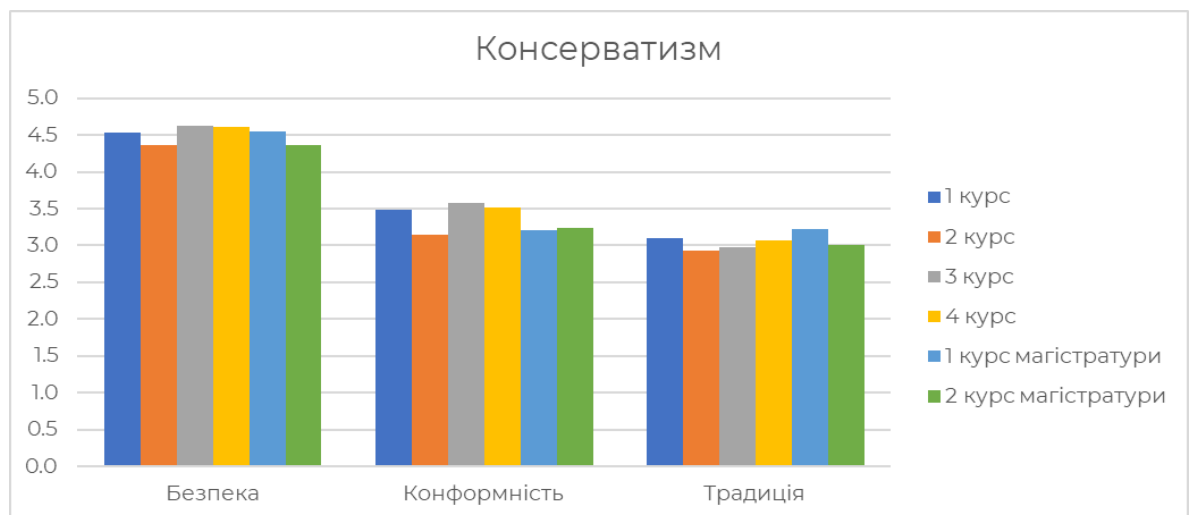
Безпека	SE	SV5, SV14
Конформність	CO	SV7, SV16
Традиція	TR	SV9, SV20
Доброта	BE	SV12, SV18
Універсалізм	UN	SV3, SV8, SV19
Самостійність	SD	SV1, SV11

Стимуляція	ST	SV6, SV15
Гедонізм	HE	SV10, SV21
Досягнення	AC	SV4, SV13
Влада	PO	SV2, SV17

За загальними результатами ієрархія цінностей студентів має наступний вигляд (представлені середні значення):

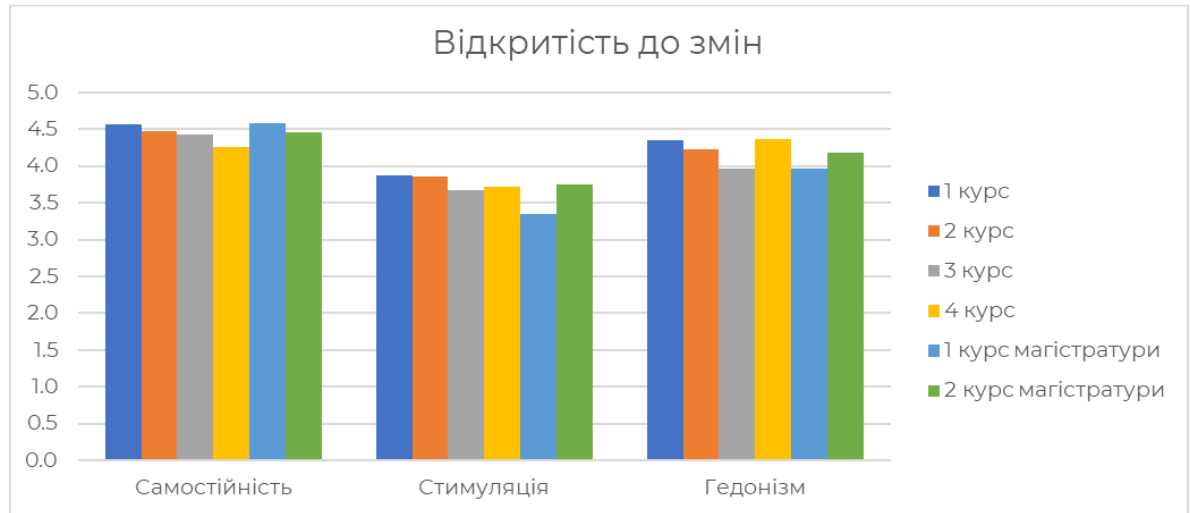
- Універсалізм – 4,7
- Безпека – 4,5
- Самостійність – 4,5
- Доброта – 4,3
- Досягнення – 4,3
- Гедонізм – 4,2
- Стимуляція – 3,8
- Влада – 3,4
- Конформність – 3,4
- Традиція – 3,1

Якщо ж звернутися до більш детального розгляду отриманих результатів, то серед ціннісної категорії «Консерватизм» найбільш вираженою базовою цінністю є Безпека (Діаграма 1).



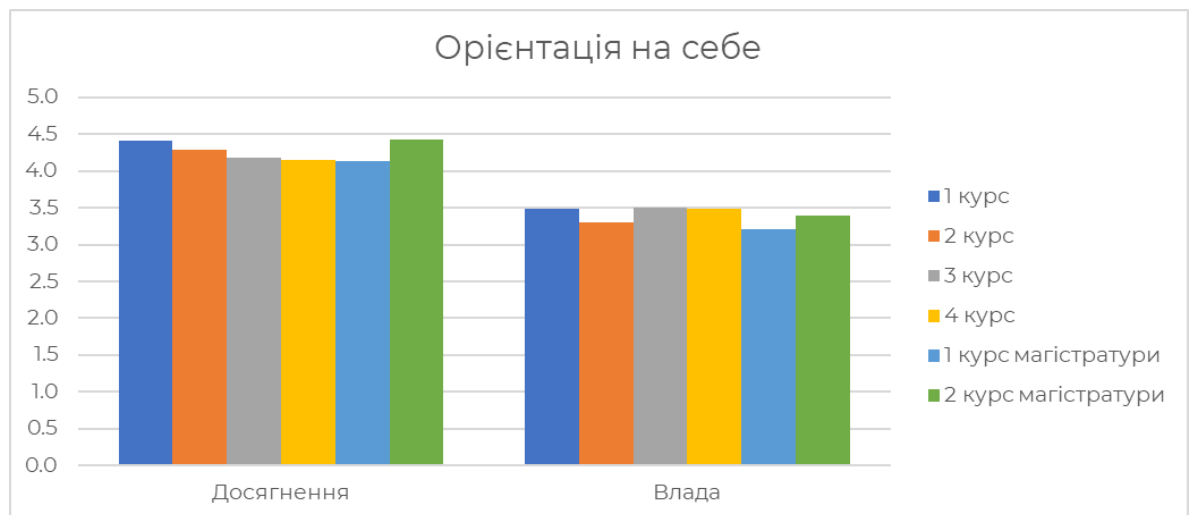
Діаграма 1

Найбільшу пріоритетність цінності Безпека віддають студенти третього (4,62) та четвертого (4,61) курсів. Конформізм також є пріоритетним серед третього (3,58) та четвертого (3,51) курсів. Щодо Традиції, тут вже чільне місце займають студенти першого курсу магістратури (3,22) та першокурсники (3,10).



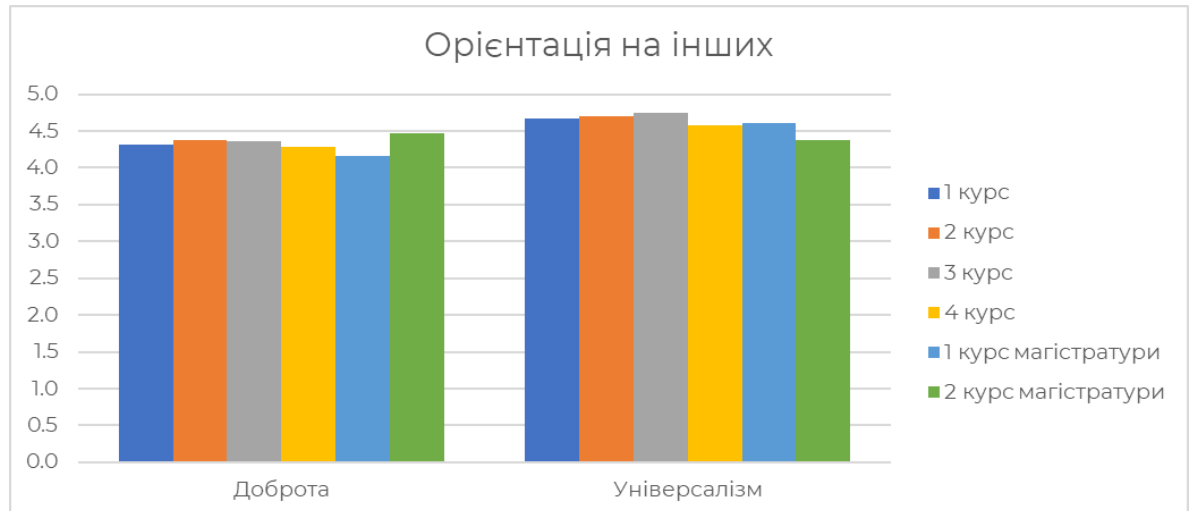
Діаграма 2

У блоці ціннісної категорії «Відкритість до змін» (Діаграма 2) вагоме місце посідає Самостійність. Студенти першого року навчання (4,57) та першого курсу магістратури (4,58) найбільше тяжіють до творчості, свободи, самостійності думки та вчинків. Прагнення приймати виклики життя, бути відкритим до нового (мова йде про Стимуляцію) більше притаманна студентам першого (3,88) та другого (3,86) року навчання. Гедонізм найбільше визнання отримав серед представників четвертого курсу (4,37).



Діаграма 3

Вищу пріоритетність в «Орієнтації на себе» (Діаграма 3) отримала цінність Досягнення. Так, представникам першого курсу (4,41) та другого курсу магістратури (4,43) притаманне більше прагнення успішності, амбітність, демонстрація обізнаності. Отримати соціальну владу у більшій мірі бажають третьокурсники (3,50).

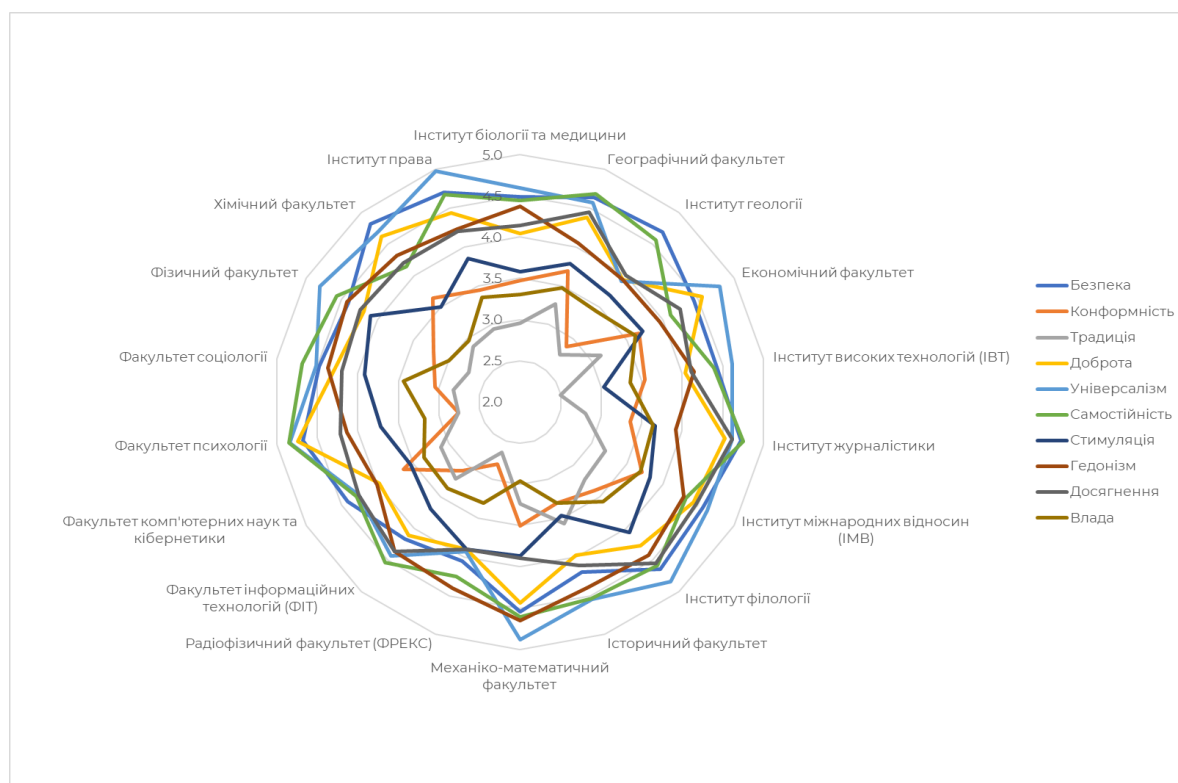


Діаграма 4

Нарешті, в «Орієнтації на інших» (Діаграма 4) переважає цінність Універсалізм. Соціальна справедливість, толерантність, рівність привертає увагу найбільше третьокурсників (4,75). А до доброзичливості, занепокоєння

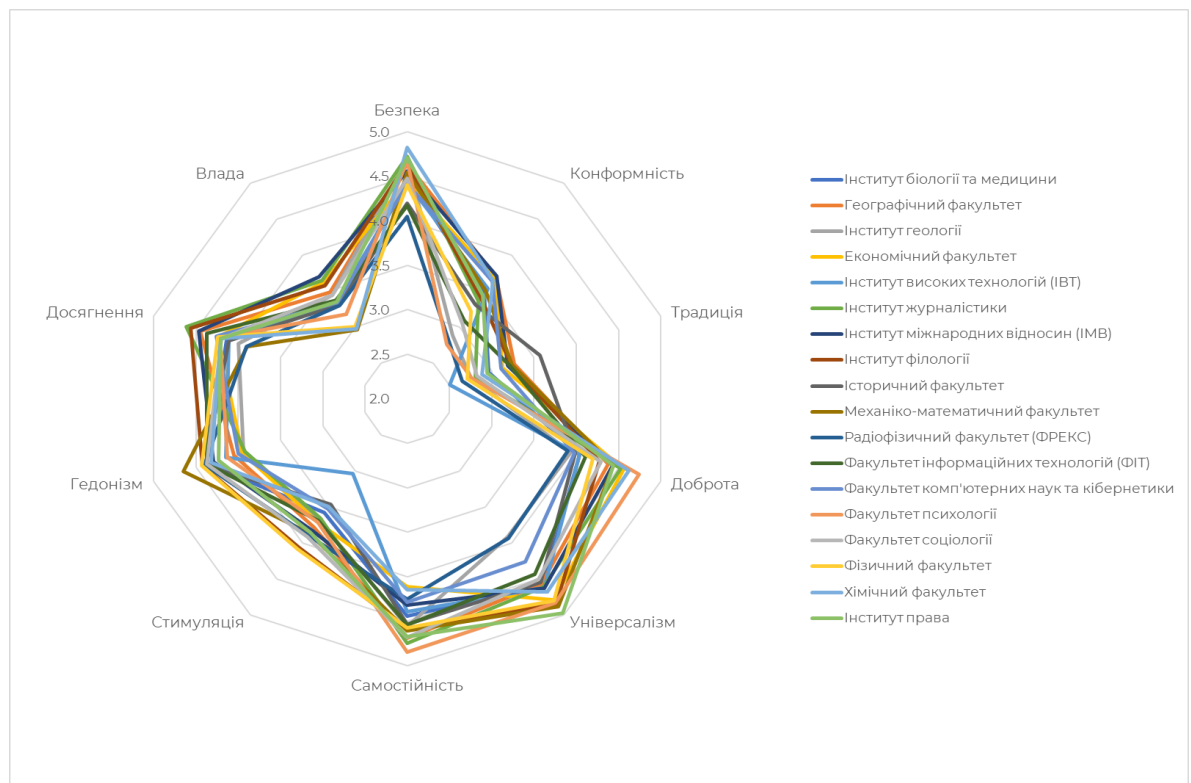
добробутом людей звертаються більше представники другого курсу магістратури (4,46).

Перейдемо до результатів, що стосуються студентів різних факультетів.



Діаграма 5

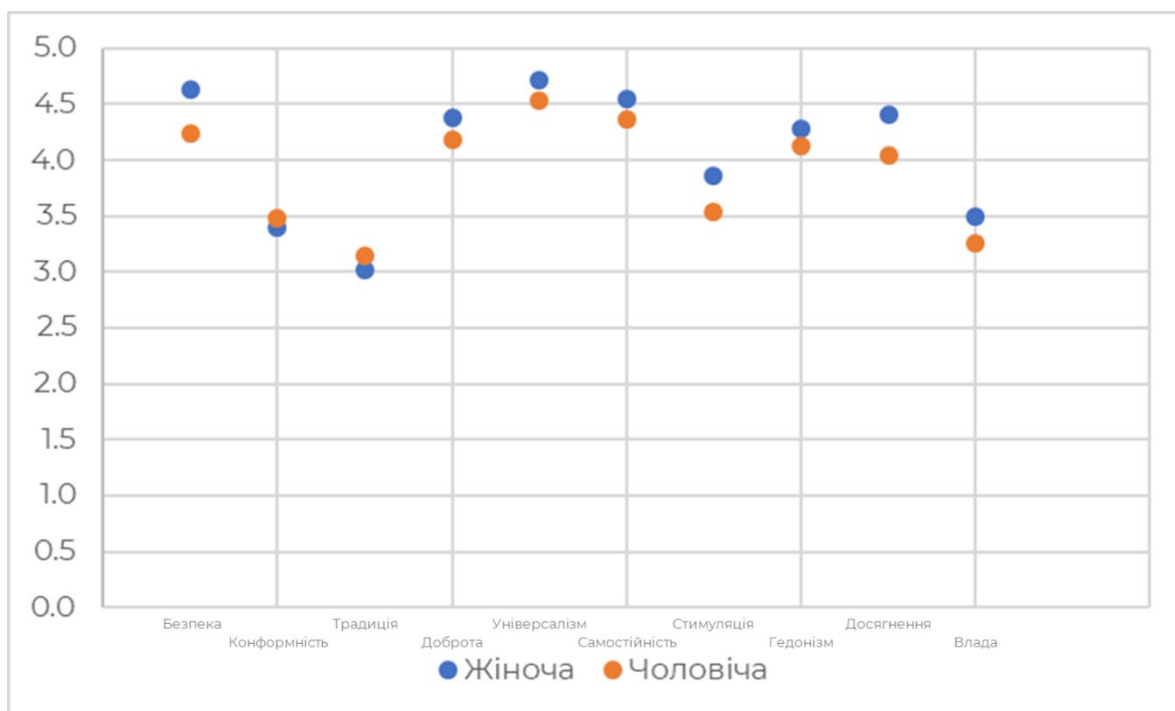
Криві ціннісних орієнтацій студентів є схожими (Діаграма 5). Майже для усіх факультетів/інститутів цінності Традиція, Конформність та Влада стали найменш пріоритетними, найбільш пріоритетними виявились цінності Універсалізм, Безпека та Самостійність.



Діаграма 6

Представлена вище Діаграма 6 краще відображає відмінності для певних факультетів. Так, певним чином виділяються інститут високих технологій, історичний та радіофізичний факультети. Для студентів інституту високих технологій, на відміну від усіх інших факультетів/інститутів, цінність Стимуляція займає нижчі позиції, Конформність розміщується на одному щаблі зі Стимуляціями представників інших факультетів. Студенти історичного факультету, зміщуючи Стимуляцію, вищу пріоритетність надають Традиції. А для представників радіофізичного факультету захист добробуту (Універсалізм) поступається задоволенню від життя для себе (Гедонізм).

Розглянемо як розподіляються базові цінності за статтю (Діаграма 7).



Діаграма 7

Для жінок, як і для чоловіків, пріоритетним є Універсальність, Самостійність вчинків та Безпека займають наступні за пріоритетністю місця. Однаково найменш важливими є Традиція, Влада та Конформність. Відмінним є бажання досягти особистого успіху: у жінок ця базова цінність дещо на вищій позиції.

Таким чином, студенти 2020-2021 року навчання на перше місце не ставлять соціальний статус та престиж, соціальну владу. Крім того, вони не прагнуть приймати традиційну культуру, побутуючі звичаї. Натомість бажаним є самостійність думок та вчинків, рівність, толерантність, а також гармонія та стабільність в суспільстві.

Ціннісна структура цінностей студентів за методикою ІЦІ-13

Іншою методикою, на яку була спрямована увага у даному дослідженні була методика «Індивідуальних цінностей та інтересів – 13». Для подальшого аналізу було виділено 5 факторів (Таблиця 7) і використаний скрипт, який можна знайти у Додатку В.

Таблиця 7

Прагнення до влади та суміжних ресурсів	PR	V2, V4, V8
---	----	------------

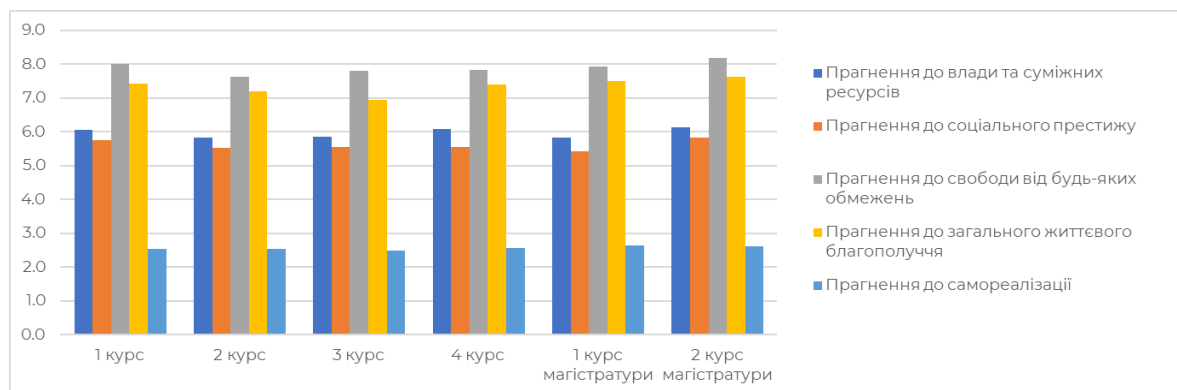
Прагнення до соціального престижу	SP	V3, V10, V12
Прагнення до свободи від будь-яких обмежень	FO	V5, V9, V11
Прагнення до загального життєвого благополуччя	WB	V1, V6, V7
Прагнення до самореалізації	SR	V13

В ході аналізу була виведена наступна ієрархія цінностей:

- Прагнення до свободи від будь-яких обмежень – 7,9
- Прагнення до загального життєвого благополуччя – 7,3
- Прагнення до влади та суміжних ресурсів – 6,0
- Прагнення до соціального престижу – 5,6
- Прагнення до самореалізації – 2,5

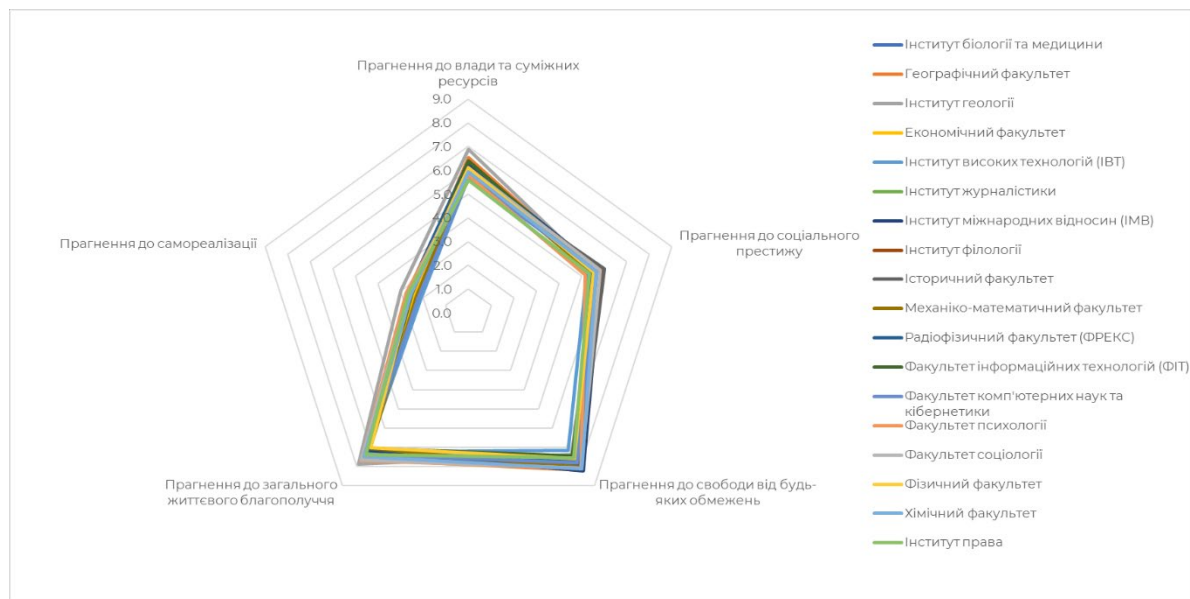
Інтерпретація відбувається за допомогою сумарного показника для кожної цінності (Додаток Г). У випадку загальних цінностей було представлено середні, за якими пріоритети прагнень наступні:

- Прагнення до свободи від будь-яких обмежень – середній пріоритет
- Прагнення до загального життєвого благополуччя – середній пріоритет
- Прагнення до влади та суміжних ресурсів – середній пріоритет
- Прагнення до соціального престижу – середній пріоритет
- Прагнення до самореалізації – середній пріоритет



Діаграма 8

Студенти усіх курсів мають подібні результати, де загалом для п'яти прагнень відповідним є середній пріоритет. Виключення становлять лише студенти першого року навчання та першого курсу магістратури, показники Прагнення до свободи від будь-яких обмежень перевищує 8 та відповідно має високу пріоритетність.



Діаграма 9

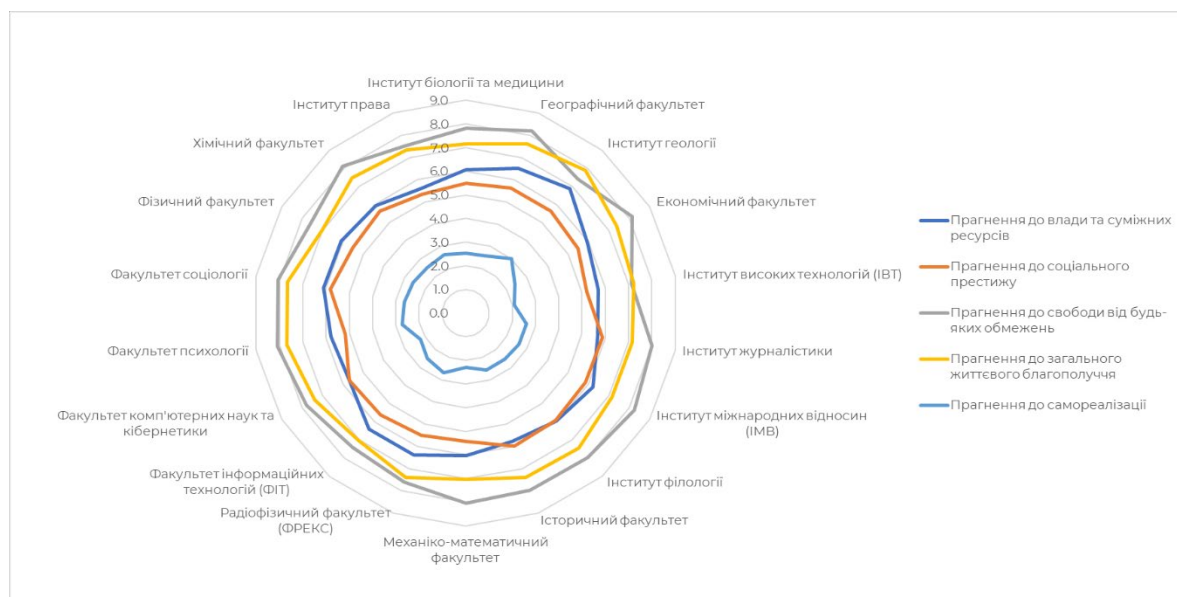
На Діаграмі 9 простежується подібність кривих цінностей. Так, представникам усіх факультетів/інститутів серед прагнення до влади та суміжних ресурсів, соціального престижу та загального життєвого благополуччя притаманний середній пріоритет, на що вказує діапазон, в якому знаходяться значення (Таблиця 8).

Таблиця 8

Прагнення до					
	влади та суміжних ресурсів	соціального престижу	свободи від будь-яких обмежень	загального життєвого благополуччя	самореалізації
Інститут біології та медицини	6.1	5.5	7.8	7.2	2.5
Географічний факультет	6.5	5.6	8.2	7.6	2.6
Інститут геології	6.9	5.6	7.4	7.9	3.0

Економічний факультет	5.9	5.5	8.1	7.4	2.4
Інститут високих технологій (ІВТ)	5.7	5.2	7.1	7.2	2.1
Інститут журналістики	5.7	5.9	8.0	7.2	2.6
Інститут міжнародних відносин (ІМВ)	6.2	5.9	8.2	7.1	2.6
Інститут філології	6.0	5.9	8.0	7.5	2.6
Історичний факультет	5.8	6.0	8.0	7.4	2.6
Механіко-математичний факультет	6.0	5.4	8.0	7.0	2.3
Радіофізичний факультет (ФРЕКС)	6.4	5.5	7.6	7.4	2.7
Факультет інформаційних технологій (ФІТ)	6.4	5.6	7.4	7.0	2.5
Факультет комп'ютерних наук та кібернетики	5.7	5.7	7.8	7.4	2.2
Факультет психології	5.8	5.2	8.1	7.7	2.7
Факультет соціології	6.1	5.8	8.1	7.7	2.6
Фізичний факультет	6.1	5.5	7.6	7.0	2.6
Хімічний факультет	5.9	5.6	8.1	7.5	2.5
Інститут права	5.6	5.4	7.5	7.4	2.6

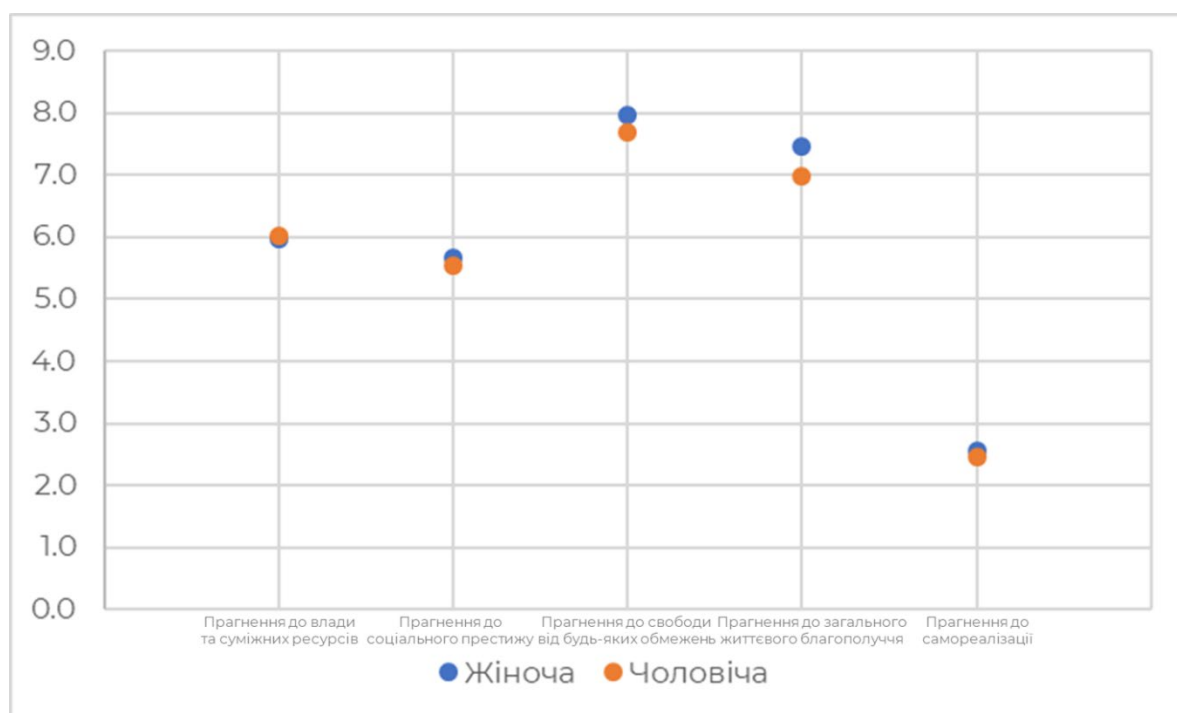
Відмінності краще видно на діаграмі 10.



Діаграма 10

Для прагнення до свободи від будь-яких обмежень та прагнення до самореалізації слід виокремити певні факультети/інститути, адже наявна висока пріоритетність. Так, прагнення до свободи від будь-яких обмежень має високу пріоритетність серед студентів географічного, економічного, механіко-математичного, хімічного факультетів, інституту журналістики, міжнародних відносин, філології, а також факультетів психології та соціології. Високий пріоритет у прагненні до самореалізації мають студенти інституту геології.

Якщо розглядати розподіл прагнень за статтю, видно, що чоловіки, як і жінки мають середню пріоритетність серед усіх п'яти прагнень (Діаграма 11).



Діаграма 11

Враховуючи ідею методики, цікавим було подивитись також як 13 ціннісних об'єктів розподілились на цінності (де переважає варіант відповіді «Не готовий(-а) відмовитися, якщо це вигідно»), не цінності та не інтереси («Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно») та інтереси («Готовий(-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно»). Так, студентів не цікавлять такі ціннісні об'єкти, як Влада та Статус (Таблиця 9). Серед інтересів можна виділити Домашній комфорт, Багатство, Красу та Дозвілля. Цінностями для студентської молоді є Фізичне здоров'я, Психологічний комфорт, Міжособистісні стосунки, Знання, Особиста свобода, Моральність та Самореалізація.

Таблиця 9

Не цінності та не інтереси		Інтереси		Цінності	
Влада: можливість керувати, вирішувати, що робити іншим людям		Домашній комфорт: домашній затишок і хороші умови за місцем проживання		Фізичне здоров'я: хороше фізичне самопочуття та стан здоров'я	
Готовий(-а) відмовитися	55.4%	Готовий(-а) відмовитися	6.3%	Готовий(-а) відмовитися	1.3%

назавжди, якщо це вигідно		назавжди, якщо це вигідно		назавжди, якщо це вигідно	
Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	37.7%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	63.0%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	33.0%
Не готовий(- а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	6.9%	Не готовий(- а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	30.6%	Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	65.7%
Статус: престиж, відомість, популярність		Багатство: наявність значних фінансових та/або матеріальних ресурсів		Психологічний комфорт: хороший емоційний стан	
Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	59.6%	Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	17.7%	Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	2.9%
Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	33.7%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	67.7%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	39.5%
Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	6.7%	Не готовий(- а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	14.6%	Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	57.6%
		Краса: зовнішня привабливість, в тому числі модний одяг		Міжособистісні стосунки: підтримання стосунків з рідними та/або іншими близькими людьми	
		Готовий(-а) відмовитися назавжди,	21.4%	Готовий(-а) відмовитися	4.8%

		якщо це вигідно		назавжди, якщо це вигідно	
		Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	60.3%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	36.6%
		Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	18.3%	Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	58.7%
		Дозвілля: проведення вільного часу в своє задоволення, розваги		Знання: отримання важливої інформації та/або вивчення оточуючого світу	
		Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	5.8%	Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	2.6%
		Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	69.1%	Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	45.6%
		Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	25.1%	Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	51.9%
				Особиста свобода: побудова свого життя відповідно до своїх планів	
				Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	2.5%
				Готовий (-а) відмовитися на	34.9%

					певний час, якщо це вигідно	
					Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	62.7%
					Моральність: здійснення вчинків, керуючись власними моральними орієнтирами	
					Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	5.2%
					Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	25.1%
					Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	69.7%
					Самореалізація: досягнення високих цілей в професійній, творчій або іншій сфері	
					Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це вигідно	4.3%
					Готовий (-а) відмовитися на певний час, якщо це вигідно	37.0%
					Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це вигідно	58.7%

Порівняння методики Шварца та «ІЦІ-13»

Важливо зазначити, що дослідницький інтерес полягав також у виявленні можливості порівняння обох методик. Незважаючи на те, що теоретично вони різняться, можливим здавалося виокремити подібні цінності та зіставити ієрархію цінностей, що виділилась. Результатом даного завдання став висновок про те, що порівняння вказаних методик є ускладненим або навіть неможливим і нижче буде наведено підтвердження чому саме так.

По-перше, обидві методики мають зовсім різне теоретичне підґрунтя. Методика Шалом Шварца спирається на розуміння того, що цінності є мірилом внутрішніх структур, таких як система переконань (тут варто зазначити про синтез поглядів власне Шварца та концепції М.Рокіча, відомого американського психолога). У розробці «ІЦІ-13» також відбувається вивчення внутрішньої структури цінностей, але за допомогою системного підходу (розглядаються біологічні та психологічні потреби як відправна точка). Науковці приходять до висновку, що цінності мають бути відділеними від інтересів, які є дуже схожими. Більш детально теоретичні засновки були розглянуті у першій частині даної роботи.

По-друге, неможливо не звернути увагу на інтерпретацію подібних базових цінностей Шварца та ціннісних об'єктів в «ІЦІ-13». Так, наприклад, розглянемо інтерпретацію базової цінності та ціннісного об'єкта - Владу. У методиці Шварца Влада – це соціальний статус та престиж, контроль або домінування над людьми та ресурсами. Влада як ціннісний об'єкт має на увазі можливість керувати, вирішувати, що робити іншим людям. Вони схожі, але все ж таки перша інтерпретація є більш широкою.

По-третє, була думка щодо об'єднання певних базових цінностей у методиці Шварца, скорочення до п'яти-шести, щоб максимально наблизитись до метацинностей у методиці «ІЦІ-13». Це здавалося можливим, адже за факторним

аналізом було виділено 6 факторів, результати багатомірного шкалювання давали також надії (Рисунок 1).

SE - Безпека
CO - Конформність
TR - Традиція
BE - Доброта
UN - Універсалізм
SD - Самостійність
ST - Стимуляція
HE - Гедонізм
AC - Досягнення
PO - Влада

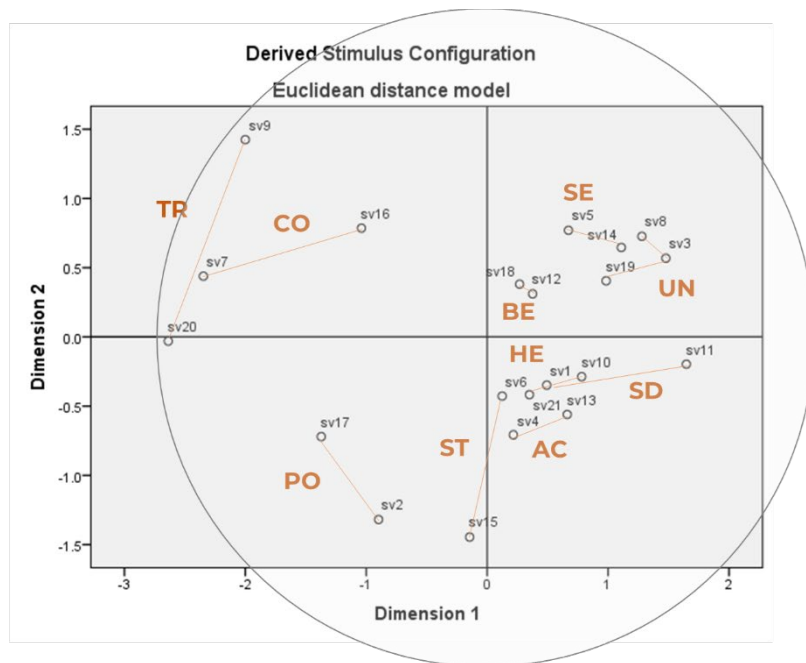


Рисунок 1

Та з кожним об'єднанням певних цінностей показник надійності – коефіцієнт альфа Кронбаха зменшувався. А зв'язок з прагненнями в «ЩІ-13» ставав все гіршим.

Останнім аргументом є низький рівень кореляції (не більше 0,4) з рівнем значущості 0,01(Додаток Д).

Отже, в ході роботи було з'ясовано неочевидність порівняння даних методик. Але помилковість висунутої можливості на початку роботи, її спростування не лише вказують на те, що наука має величезні простори для вивчення, але й дає для цього всі можливі засоби.

Методику «ЩІ-13» слід застосовувати в контексті соціологічних досліджень, оскільки методика Ш.Шварца є широко відомою, перш за все, завдяки ESS та спирається на соціально-психологічні засади. Тому є варіант імплементації даної методики у дослідження українського суспільства. Це надасть можливість поширення обізнаності стосовно даної методики та

розповсюдження її використання. Завдяки «ПЦІ-13» можливим є розмежування цінностей, інтересів та того, що взагалі є не таким важливим для людини. Крім того, дана методика передбачає більш швидке проходження, що є полегшенням для респондента. Використання даної методики у комплексному дослідженні дало б розуміння того, чи можуть цінності виступати пояснювальними змінними.

Висновки до розділу 2

Відповідно до результатів аналізу отриманих у ході дослідження даних за методикою Шаломе Шварца, можна сказати наступне:

Гіпотези 1.1 та 1.2 не підтвердились. З отриманих результатів (*Таблиця 10* – відображено перші три цінності, які знаходяться на верхівці ієрархії) видно, що для студентів, які навчаються на факультеті соціології, та для студентів, які навчаються на факультеті комп'ютерних наук та кібернетики, важливими є такі цінності, як Універсалізм, Безпека, Самостійність.

Таблиця 10

Факультет комп'ютерних наук та кібернетики	Факультет соціології
Безпека	Самостійність
Самостійність	Універсалізм
Універсалізм	Безпека

Гіпотези 1.3 та 1.4 відхилено. Для кращого підтвердження висновків нижче наведена *Таблиця 11*, де відображена ієрархія цінностей для кожного з курсів. Відповідно до наведених даних студентам 1 курсу магістратури притаманні такі цінності, як Самостійність, Універсалізм, хоча одна із визначених у гіпотезі цінностей присутня також – Безпека. У випадку зі студентами 1 курсу поставлена гіпотеза також не була підтверджена: хоча одна із зазначених цінностей займає перше місце в ієрархії, Доброта посідає шосте місце, на другому – Самостійність.

Таблиця 11

1 курс	2 курс	3 курс	4 курс	1 курс магістратури	2 курс магістратури
Універсалізм	Універсалізм	Універсалізм	Безпека	Універсалізм	Самостійність

Самостійність	Самостійність	Безпека	Універсалізм	Самостійність	Доброта
Безпека	Доброта	Самостійність	Гедонізм	Безпека	Досягнення
Досягнення	Безпека	Доброта	Доброта	Доброта	Універсалізм
Гедонізм	Досягнення	Досягнення	Самостійність	Досягнення	Безпека
Доброта	Гедонізм	Гедонізм	Досягнення	Гедонізм	Гедонізм
Стимуляція	Стимуляція	Стимуляція	Стимуляція	Стимуляція	Стимуляція
Конформність	Влада	Конформність	Конформність	Традиція	Влада
Влада	Конформність	Влада	Влада	Конформність	Конформність
Традиція	Традиція	Традиція	Традиція	Влада	Традиція

За результатами, отриманими в ході аналізу методики ЩІ-13, було виявлено, що:

Гіпотези 2.1 та 2.2 відхилені. За визначеною інтерпретацією результат вказує на середню пріоритетність прагнення до самореалізації студентів радіофізичного факультету та прагнення до свободи від обмежень студентів інституту журналістики.

Гіпотеза 2.3 не підтвердилась, адже показники за усіма курсами мають значення в діапазоні від 5 до 8, що свідчить про середній пріоритет даної цінності.

Висновки

Чому подібні дослідження є важливими? Насамперед, через модернізацію. Вивчення якісних та структурних змін у суспільстві – інновації, кількість патентів, рівень інвестування в освіту та науку, підприємницька активність тощо – це те, що оточує сучасну людину. З'являється розуміння того, що існують цінності, які гальмують розвиток, цінності, що не досягли належного рівня серед суспільства для залучення до ряду дуже розвинутих країн.

Від чого можуть залежати цінності? Вік, культура та релігія, сім'я, освіта тощо. І питання щодо того, для чого потрібна освіта – не втрачає актуальності: одні сперечаються про те, що освіта – це просто документ, який не має ніякої цінності, для інших - це ознака вищої кваліфікації. Думки різні, тому й існує група дослідників, які знаходяться у пошуках більш глибинних смислів вищої освіти. І, поєднуючи тему цінностей, виникає наступне питання: чи формує університет цінності? Чи має він формувати цінності? Відповідно, дуже цікаво дізнаватися, які зміни відбуваються у період навчання студентів.

У результаті проведеної роботи можна зробити наступні висновки. Було визначено теоретичне підґрунтя вивчення ціннісних орієнтацій, розглянуто різні підходи досліджень та розроблені методики, якими користуються сучасні науковці у власних дослідницьких проектах. Важливий внесок зробив Шалом Шварц, розробивши методику вивчення індивідуальних ціннісних орієнтацій, але сучасний світ настільки швидкоплинний, що неможливо акцентувати увагу лише на одному напрямку вивчення. Слід також розглядати й інші можливі шляхи розвитку такого дослідницького напрямку. Саме тому в першому розділі увага зверталась й на іншу методику – «Індивідуальні цінності й інтереси – 13», запропоновану соціологами. Звернення до такої тестової методики обумовлене інтересом до пошуку нових можливих досліджень ціннісних орієнтацій, адже

важливо розвивати нові способи вивчення, відповідно до сучасних тенденцій розвитку суспільства.

Використані методики у дослідженні дали змогу побудувати ієрархічну структуру цінностей студентів. Неможливо порівнювати дві методики, адже вони спираються на зовсім різну теоретичну основу, та мають відмінності у сенсі, вкладеному, здавалося б, на перший погляд в однакові цінності. Але не менш важливим є висновок про те, що дані методики дозволяють все ж зосередитися на вивченні цінностей та зробити їхню ієрархізацію. Так, за методикою Шварца, цінності впорядковані наступним чином: Універсалізм – Безпека – Самостійність – Доброта – Досягнення – Гедонізм – Стимуляція – Влада – Конформність – Традиція. У випадку ж з ІЦІ-13 було виділено наступне: Прагнення до свободи від будь-яких обмежень – Прагнення до загального життєвого благополуччя – Прагнення до влади та суміжних ресурсів – Прагнення до соціального престижу – Прагнення до самореалізації.

Порівняння цінностей студентів за результатами дослідження показало перспективи диференціації в ціннісних орієнтаціях студентів різних факультетів і дозволило виділити характерні особливості цього процесу.

Важливо розвивати інструментарій, щоб досліджувати фактори, які найбільше впливають на модернізацію цінностей нашого суспільства, як і чому вони змінюються. Щорічне дослідження дало б змогу робити прогнози (за наявності бази) на основі часових рядів.

Цікавим питанням для майбутніх досліджень стали б також порівняння ціннісної структури громадян України з тими цінностями, які притаманні українцям, що мігрували до іншої країни. Чи відбувається фундаменталізація та «цементування» цінностей українців, які виїжджають закордон, адже вони зіштовхуються з проблемою кращого усвідомлення своєї особистості та ціннісної структури, зіштовхуючись з іншою ціннісною структурою – за чим слідує виявлення слабких місць. Можливість розбору ціннісної структури дає розуміння

що ж таке людина – зібрання, колекція цих цінностей, чим вона керується у своєму житті та як приймаються рішення (завдяки внутрішній системі координат «добре – погано»). І це розуміння важливе для розвитку нашої молоді, амбітної країни.

Перелік використаних джерел

1. Дембицкий, С., Сидоров, Н., Плющ, В. та Соснюк, Е., (2019). Системный подход к социологическому изучению индивидуальных ценностей. Социология: теория, методы, маркетинг. 102–123.
2. Мурадян, О. С., Сальнікова, С. А., Сидоров, М. В.-С. та Серета, О. С., (2018). Ціннісні орієнтації студентів-першокурсників (за результатами міжуніверситетського дослідження). Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». (40), 125–132.
3. Університетське соціальне дослідження [онлайн]. Університетське соціальне дослідження. Режим доступу: <http://unidos.univ.kiev.ua/>
4. Albert, E., (2008). Zur Wertekonzeption in den Sozialwissenschaften: Potenzial, fachliche Prägungen und mögliche Blockaden eines strategisch benutzten Begriffes [онлайн]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/278750048_Zur_Wertekonzeption_in_den_Sozialwissenschaften_Potenzial_fachliche_Pragungen_und_mogliche_Blockaden_eines_strategisch_benutzten_Begriffes
5. Fischer, R., (2012). Fischer R. Are cultural values the same as the values of individuals? An examination of similarities in personal, social and cultural value structures. International Journal of Cross Cultural Management. 157–170.
6. Hofstede, G., Hofstede, G. J. та Minkov, M., (2010). Cultures and organizations: software of the mind [онлайн]. Режим доступу: https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/900222/mod_resource/content/1/G.Hofstede_G.J.Hofstede_M.Minkov%20-%20Cultures%20and%20Organizations%20-%20Software%20of%20the%20Mind%203rd_edition%202010.pdf

7. Kluckhohn, C., (1951). Values and value-orientations in the theory of action: an exploration in definition and classification. *Toward a general theory of action*. 388–433.
8. Kluckhohn, C., (1958). The scientific study of values and contemporary civilization. *Proceedings of the American Philosophical Society*. 469–476.
9. Oyserman, D., (2002). Values: psychological perspectives [онлайн]. Режим доступа: <https://deepblue.lib.umich.edu/handle/2027.42/89925>
10. Rickaby, M. A., Glass, J. та Fernie, S., (2020). Conceptualizing the relationship between personal values and sustainability—a TMO case study [онлайн]. Режим доступа: <https://www.mdpi.com/2076-3387/10/1/15>
11. Rokeach, M., (1979). Value theory and communication research: review and commentary. *Annals of the International Communication Association / Milton Rokeach*. 7–28.
12. Schwartz, S. Computing scores for the 10 human values [онлайн]. Режим доступа: https://www.europeansocialsurvey.org/docs/methodology/ESS_computing_human_values_scale.pdf
13. Schwartz, S., (2006). A theory of cultural value orientations: explication and applications. *Comparative Sociology*. 137–182.
14. Schwatz, S. та Fischer, R., (2011). Whence differences in value priorities?: individual, cultural, or artifactual sources. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1127–1144.
15. Schwatz, S., (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*. 19–45.
16. Schwatz, S., (2014). National culture as value orientations: consequences of value differences and cultural distance. *Handbook of the Economics of Art and Culture*. 547–586.

17. Vauclair, C.-M., (2009). Measuring cultural values at the individual level: considering morality in cross-cultural value research [онлайн]. Режим доступа: <https://www.scielo.br/pdf/ram/v10n3/a05v10n3.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток А

Дослідження цінностей студентів КНУ імені Тараса Шевченка

Доброго дня, шановні учасники дослідження!

Навчальна лабораторія прикладних соціологічних досліджень при кафедрі методології та методів соціологічних досліджень факультету соціології КНУ імені Тараса Шевченка проводить дослідження індивідуальних цінностей студентів КНУ. Опитування займе близько 10-15 хвилин Вашого часу. Всі відповіді є анонімними.

Наприкінці Ви зможете дізнатися пріоритетність ваших цінностей.

Ми будемо дуже вдячні Вам за участь у опитуванні.

There are 33 questions in this survey.

g9

На якому курсі Ви навчаєтесь?

*

Виберіть одну з наступних відповідей
Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- 1 курс
- 2 курс
- 3 курс
- 4 курс
- 1 курс магістратури
- 2 курс магістратури
- Інше

Вкажіть факультет (інститут) на якому Ви навчаєтесь

*

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- Інститут біології та медицини
- Військовий інститут (ВІКНУ)
- Географічний факультет
- Інститут геології
- Економічний факультет
- Інститут високих технологій (ІВТ)

- Інститут журналістики
- Інститут міжнародних відносин (ІМВ)
- Інститут філології
- Історичний факультет
- Механіко-математичний факультет
- Радіофізичний факультет (ФРЕКС)
- Факультет інформаційних технологій (ФІТ)
- Факультет комп'ютерних наук та кібернетики
- Факультет психології
- Факультет соціології
- Фізичний факультет
- Філософський факультет
- Хімічний факультет
- Інститут права
- Інститут управління державної охорони України
- Інше (вказіть)

Вкажіть, будь ласка, форму Вашого навчання

*

Виберіть одну з наступних відповідей

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- денна
- заочна

g1

Нижче наведено список різних цінностей. Скажіть, якщо Вам це буде вигідно (тобто якщо Ви отримаєте бажану винагороду матеріального або нематеріального характеру), від яких з них Ви готові відмовитися на певний час (1), від яких - назавжди (2), а від яких Ви б не стали відмовлятися (3)? Якщо якихось з цінностей у Вас зараз немає, то дайте відповідь виходячи зі свого досвіду або уявіть як би Ви вчинили за їх наявності.

Домашній комфорт: домашній затишок і хороші умови за місцем проживання *

Будь ласка, виберіть лише один із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Багатство: наявність значних фінансових та/або матеріальних ресурсів *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Краса: зовнішня привабливість, в тому числі модний одяг *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Влада: можливість керувати, вирішувати, що робити іншим людям *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

g2

Нижче наведено список різних цінностей. Скажіть, якщо Вам це буде вигідно (тобто якщо Ви отримаєте бажану винагороду матеріального або нематеріального характеру), від яких з них Ви готові відмовитися на певний час (1), від яких - назавжди (2), а від яких Ви б не стали відмовлятися (3)? Якщо якихось з цінностей у Вас зараз немає, то дайте відповідь виходячи зі свого досвіду або уявіть як би Ви вчинили за їх наявності.

Фізичне здоров'я: хороше фізичне самопочуття та стан здоров'я *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Психологічний комфорт: хороший емоційний стан *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Міжособистісні стосунки: підтримання стосунків з рідними та/або іншими близькими людьми *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Знання: отримання важливої інформації та/або вивчення оточуючого світу *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Особиста свобода: побудова свого життя відповідно до своїх планів *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

g3

Нижче наведено список різних цінностей. Скажіть, якщо Вам це буде вигідно (тобто якщо Ви отримаєте бажану винагороду матеріального або нематеріального характеру), від яких з них Ви готові відмовитися на певний час (1), від яких - назавжди (2), а від яких Ви б не стали відмовлятися (3)? Якщо якихось з цінностей у Вас зараз немає, то дайте відповідь виходячи зі свого досвіду або уявіть як би Ви вчинили за їх наявності.

Статус: престиж, відомість, популярність *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Моральність: здійснення вчинків, керуючись власними моральними орієнтирами *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Дозвілля: проведення вільного часу в своє задоволення, розваги *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

Самореалізація: досягнення високих цілей в професійній, творчій або іншій сфері *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- **Готовий(-а)** відмовитися **назавжди**, якщо це вигідно
- **Готовий (-а)** відмовитися **на певний час**, якщо це вигідно
- **Не готовий(-а)** відмовитися, навіть якщо це вигідно

g4

Вище Ви зазначили Ваше ставлення до низки цінностей.

Тепер впорядкуйте ці цінності у відповідності до їх важливості особисто для Вас. Двічі клацніть або перетягніть цінності у списку зліва, щоб перемістити їх у рейтинг вправо. На перше місце поставте найважливішу з них (вона буде розташовуватись з самого верху), на друге – наступну за важливістю (вона буде розташовуватись під першою) і так далі.

Групи:

Готовий(-а) відмовитися на певний час, якщо це буде вигідно
Готовий(-а) відмовитися назавжди, якщо це буде вигідно
Не готовий(-а) відмовитися, навіть якщо це буде вигідно

Оберіть не більше 13 відповідей

Будь ласка, пронумеруйте кожний варіант, в залежності від переваги, від 1 до 13

g10

Нижче наведено короткі описи різних людей. Будь ласка, уважно прочитайте кожен опис і подумайте, наскільки ця людина схожа або не схожа на Вас.

Будь ласка, оберіть

	Зовсім не схожа на мене	Не схожа на мене	Трохи схожа на мене	Певною мірою схожа на мене	Схожа на мене	Дуже схожа на мене
Для нього/неї важливо вигадувати нові ідеї та бути творчою людиною						
Для нього/неї важливо бути багатим/багатою. Він/вона бажає мати багато грошей та дорогі речі						
Для нього/неї дуже важливо, щоб у ставленні до людей в усьому світі була рівність. Він/вона впевнений/впевнена, що у всіх мають бути рівні можливості у житті						
Для нього/неї важливо демонструвати всім свої здібності. Він/вона хоче, щоб люди захоплювалися тим, що він/вона робить						
Для нього/неї важливо жити у безпечному оточенні. Він/вона уникає всього, що може загрожувати його/її безпеці						
Йому/їй подобаються сюрпризи і він/вона завжди шукає якою б новою справою зайнятися. Він/вона вважає, що у житті важливо займатися багатьма різними справами						
Він/вона впевнений/впевнена, що люди мають виконувати те, що їм кажуть. Він/вона вважає, що люди завжди мають дотримуватися правил, навіть якщо ніхто за ними не спостерігає						

Нижче наведено короткі описи різних людей. Будь ласка, уважно прочитайте кожен опис і подумайте, наскільки ця людина схожа або не схожа на Вас.

Будь ласка, оберіть

	Зовсім не схожа на мене	Не схожа на мене	Трохи схожа на мене	Певною мірою схожа на мене	Схожа на мене	Дуже схожа на мене
Він/вона вважає важливим вислухати ті думки людей, що відрізняються від його/її думок. Навіть якщо він/вона не згоден з ними, він/вона все одно бажає зрозуміти їх точку зору						
Для нього/неї дуже важливо бути скромним/скромною та «триматися у тіні». Він/вона намагається не привертати до себе увагу						
Для нього/неї важливо добре проводити час. Йому/їй подобається себе побалувати						
Для нього/неї важливо самостійно приймати рішення про те, що робити. Йому/їй подобається бути вільним/вільною та незалежним/незалежною						
Для нього/неї дуже важливо допомагати оточуючим людям. Він/вона хоче дбати про їх благополуччя						
Для нього/неї дуже важливо бути успішним/успішною. Він/вона сподівається, що люди визнають його/її досягнення						
Для нього/неї важливо, щоб уряд гарантував його/її безпеку від усіх загроз. Він/вона хоче, щоб держава була сильною та могла захистити своїх громадян						

g12

Нижче наведено короткі описи різних людей. Будь ласка, уважно прочитайте кожен опис і подумайте, наскільки ця людина схожа або не схожа на Вас.

Будь ласка, оберіть

	Зовсім не схожа на мене	Не схожа на мене	Трохи схожа на мене	Певною мірою схожа на мене	Схожа на мене	Дуже схожа на мене
Він/вона шукає пригод та йому/їй подобається ризикувати. Він/вона хоче мати життя повне вражень						
Для нього/неї важливо завжди поводити себе правильно. Він/вона намагається уникнути будь-яких вчинків, що можуть викликати осуд						
Для нього/неї важливо бути шановною людиною. Він/вона хоче, щоб люди робили те, що він/вона скаже						
Для нього/неї важливо бути відданим/відданою своїм друзям. Він/вона хоче присвятити себе близьким людям						
Він/вона твердо впевнений/впевнена, що люди повинні дбати про природу. Для нього/неї важливо турбуватися про довкілля						
Для нього/неї важливими є традиції. Він/вона намагається дотримуватися релігійних або сімейних звичаїв						
Він/вона шукає будь-яку нагоду розважитися. Для нього/неї важливо займатися тим, що дає задоволення						

g8

Вкажіть Ваш вік (повних років) *

Ваша відповідь має бути між 16 та 120

Тільки цілі значення можуть бути введені у цьому полі.

Будь ласка, напишіть тут Вашу відповідь:

•

Вкажіть будь ласка Вашу стать *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- Жіноча
- Чоловіча

Вкажіть населений пункт, в якому Ви народилися *

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- Село
- СМТ
- Місто до 100 тис. населення
- Місто від 100 до 500 тис. населення
- Місто від 500 тис. населення

Як би Ви оцінили власне матеріальне становище?

Будь ласка, виберіть **лише один** із зазначених:

- Грошей не вистачає навіть на найнеобхідніші продукти харчування
- Усі гроші витрачаються на продукти і купівлю необхідних повсякденних речей
- В основному грошей вистачає, але придбання дорогих товарів тривалого користування потребує часу для накопичення чи оформлення кредиту
- Вважаю себе забезпеченою людиною, але на купівлю таких товарів як авто чи квартира потрібно накопичити кошти
- Грошей повністю вистачає на все, ні в чому себе не обмежую
- Інше

Щиро дякуємо Вам за Ваші відповіді! Надіслати своє опитування. Дякуємо за участь в опитуванні.

```
rename var
(sv1_SQ001=sv1)
(sv1_SQ002=sv2)
(sv1_SQ003=sv3)
(sv1_SQ004=sv4)
(sv1_SQ005=sv5)
(sv1_SQ006=sv6)
(sv1_SQ007=sv7)
(sv2_SQ001=sv8)
(sv2_SQ002=sv9)
(sv2_SQ003=sv10)
(sv2_SQ004=sv11)
(sv2_SQ005=sv12)
(sv2_SQ006=sv13)
(sv2_SQ007=sv14)
(sv3_SQ001=sv15)
(sv3_SQ002=sv16)
(sv3_SQ003=sv17)
(sv3_SQ004=sv18)
(sv3_SQ005=sv19)
(sv3_SQ006=sv20)
(sv3_SQ007=sv21).

COMPUTE SE = MEAN(sv5, sv14).
EXECUTE .
COMPUTE CO = MEAN(sv7, sv16).
EXECUTE .
COMPUTE TR = MEAN(sv9, sv20).
EXECUTE .
COMPUTE BE = MEAN(sv12, sv18).
EXECUTE .
COMPUTE UN = MEAN(sv3, sv8, sv19).
EXECUTE .
COMPUTE SD = MEAN(sv1, sv11).
EXECUTE .
COMPUTE ST = MEAN(sv6, sv15).
EXECUTE .
COMPUTE HE = MEAN(sv10, sv21).
EXECUTE .
COMPUTE AC = MEAN(sv4, sv13).
EXECUTE .
```

```
COMPUTE PO = MEAN(sv2, sv17).  
EXECUTE .
```

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=SE CO TR BE UN SD ST HE AC PO  
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

```
COMPUTE PR = SUM(v2, v4, v8).  
EXECUTE .  
COMPUTE SP = SUM (v3, v10, v12).  
EXECUTE .  
COMPUTE FO = SUM (v5, v9, v11).  
EXECUTE .  
COMPUTE WB = SUM (v1, v6, v7).  
EXECUTE .  
COMPUTE SR = SUM (v13).  
EXECUTE .
```

РОЗРАХУНКИ РЕЗУЛЬТАТІВ:

Прагнення до влади та суміжних ресурсів: $2 + 4 + 8$

Інтерпретація: 3-4 = низький пріоритет, 5-7 = середній пріоритет, 8-9 = високий пріоритет

Прагнення до соціального престижу: $3 + 10 + 12$

Інтерпретація: 3-4 = низький пріоритет, 5-7 = середній пріоритет, 8-9 = високий пріоритет

Прагнення до свободи від будь-яких обмежень: $5 + 9 + 11$

Інтерпретація: 3-4 = низький пріоритет, 5-7 = середній пріоритет, 8-9 = високий пріоритет

Прагнення до загального життєвого благополуччя: $1 + 6 + 7$

Інтерпретація: 4-5 = низький пріоритет, 7-9 = середній пріоритет, 10-12 = високий пріоритет

Прагнення до самореалізації: 13

Інтерпретація: 1 = низький пріоритет, 2 = середній пріоритет, 3 = високий пріоритет

Correlations

		SE	CO	TR	BE	UN	SD	ST	HE	AC	PO	PR	SP	FO	WB	SR	
Spearman's rho	SE	Correlation Coefficient	1.000	.199**	.139**	.176**	.214**	.094*	-.090	.120**	.166**	.161**	.063	.123**	.196**	.235**	.116*
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.003	.000	.000	.043	.054	.010	.000	.001	.173	.008	.000	.000	.013
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
CO	CO	Correlation Coefficient	.199**	1.000	.442**	.186**	.024	-.153**	-.168**	-.018	.115*	.166**	-.093*	.018	.072	-.005	-.085
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.607	.001	.000	.707	.013	.000	.045	.698	.120	.908	.067
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
TR	TR	Correlation Coefficient	.139**	.442**	1.000	.307**	.082	-.129**	-.129**	-.030	-.071	-.062	-.079	-.038	.104*	.030	-.056
		Sig. (2-tailed)	.003	.000	.	.000	.079	.006	.006	.515	.129	.181	.091	.417	.025	.525	.233
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
BE	BE	Correlation Coefficient	.176**	.186**	.307**	1.000	.325**	.126*	.145*	.072	.066	-.080	-.032	-.107**	.149**	.160**	.071
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.007	.002	.122	.154	.087	.493	.021	.001	.001	.128
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
UN	UN	Correlation Coefficient	.214**	.024	.082	.325**	1.000	.260**	.168**	.070	-.045	-.164**	-.075	-.035	.240**	.080	.097*
		Sig. (2-tailed)	.000	.607	.079	.000	.	.000	.000	.131	.339	.000	.108	.449	.000	.086	.037
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
SD	SD	Correlation Coefficient	.094*	-.153**	-.129**	.126*	.260**	1.000	.287**	.123**	.195**	.033	.095*	.056	.167**	.083	.220**
		Sig. (2-tailed)	.043	.001	.006	.007	.000	.	.000	.008	.000	.477	.041	.230	.000	.074	.000
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
ST	ST	Correlation Coefficient	-.090	-.168**	-.129**	.145*	.168**	.287**	1.000	.286**	.133**	.043	.073	.182**	.096*	-.005	.163**
		Sig. (2-tailed)	.054	.000	.006	.002	.000	.000	.	.000	.004	.354	.118	.000	.038	.912	.000
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
HE	HE	Correlation Coefficient	.120**	-.018	-.030	.072	.070	.123*	.286**	1.000	.173**	.144**	.020	.250**	.081	.169**	-.003
		Sig. (2-tailed)	.010	.707	.515	.122	.131	.008	.000	.	.000	.002	.664	.000	.083	.000	.948
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
AC	AC	Correlation Coefficient	.166**	.115*	-.071	.066	-.045	.195**	.133**	.173**	1.000	.492**	.216**	.231**	.031	.060	.223**
		Sig. (2-tailed)	.000	.013	.129	.154	.339	.000	.004	.000	.	.000	.000	.000	.503	.195	.000
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
PO	PO	Correlation Coefficient	.161**	.166**	-.062	-.080	-.164**	.033	.043	.144**	.492**	1.000	.343**	.290**	-.072	-.047	.085
		Sig. (2-tailed)	.001	.000	.181	.087	.000	.477	.354	.002	.000	.	.000	.000	.120	.313	.068
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
PR	PR	Correlation Coefficient	.063	-.093*	-.079	-.032	-.075	.095*	.073	.020	.216**	.343**	1.000	.342**	.106*	.051	.321**
		Sig. (2-tailed)	.173	.045	.091	.493	.108	.041	.118	.664	.000	.000	.	.000	.023	.276	.000
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
SP	SP	Correlation Coefficient	.123**	.018	-.038	-.107**	-.035	.056	.182**	.250**	.231**	.290**	.342**	1.000	.216**	.217**	.162**
		Sig. (2-tailed)	.008	.698	.417	.021	.449	.230	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
FO	FO	Correlation Coefficient	.196**	.072	.104*	.149**	.240**	.167**	.096*	.081	.031	-.072	.106*	.216**	1.000	.311**	.129**
		Sig. (2-tailed)	.000	.120	.025	.001	.000	.000	.038	.083	.503	.120	.023	.000	.	.000	.005
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
WB	WB	Correlation Coefficient	.235**	-.005	.030	.160**	.080	.083	-.005	.169**	.060	-.047	.051	.217**	.311**	1.000	.070
		Sig. (2-tailed)	.000	.908	.525	.001	.086	.074	.912	.000	.195	.313	.276	.000	.000	.	.132
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463
SR	SR	Correlation Coefficient	.116*	-.085	-.056	.071	.097*	.220**	.163**	-.003	.223**	.085	.321**	.162**	.129**	.070	1.000
		Sig. (2-tailed)	.013	.067	.233	.128	.037	.000	.000	.948	.000	.068	.000	.000	.005	.132	.
		N	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463	463

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).