

# ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ

**ИВАНЕНКОВ СЕРГЕЙ ПЕТРОВИЧ**

*доктор философских наук, профессор кафедры теории и технологии социальной работы  
Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы,  
credonew@yandex.ru*

**SERGEY IVANENKOV**

*D. Sc. (Philosophy), Prof., Department of Theory and Technology of Social Work,  
St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work*

**КУСЖАНОВА АЖАР ЖАЛЕЛЕВНА**

*доктор философских наук, профессор Северо-Западного института управления  
(филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте Российской Федерации),  
pola2@mail.ru*

**AZHAR KUSZHANOVA**

*D.Sc. (Philosophy), Prof., North-West Institute of Management  
(branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration)*

УДК 316.64

## ЦЕННОСТНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОЛОДЕЖИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

### VALUES AND SOCIAL ORIENTATIONS OF THE YOUTH OF ORENBURG REGION

*Аннотация. В статье приведены некоторые результаты областного исследования современных проблем молодежи Оренбургской области. В частности, выявлены существенные различия в ценностях и ориентирах, которые у разных групп молодежи в современном обществе значительно поляризованы, что свидетельствует об усиливающейся неоднородности этой социальной группы в целом. Полученные данные показывают степень дифференциации ценностей внутри группы, что позволяет на практике осуществлять эффективное руководство молодежной политикой.*

*ABSTRACT. The article presents few results of the regional study aimed at identifying modern problems among youth of Orenburg region. In particular, it revealed significant differences in values and orientations, considerably polarized in different groups of youth in the contemporary society, which indicates the increasing heterogeneity of youth as a single social group. The obtained data allows us to observe the degree of differentiation of modern values within the group of youth, which makes it possible to exercise effective management of the youth policy.*

*КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: молодежь, группы молодежи, ценности, приоритеты, ориентиры, социальные изменения.*

*KEY WORDS: youth, groups of youth, values, priorities, orientations, social changes.*

Цели и ценности — это самое главное, что может и должен иметь любой человек, претендующий на осмысленный образ жизни. Поэтому при различных исследованиях им всегда придается большое значение. Изучение вопроса также немислимо без выяснения тех горизонтов ментальных и деятельностных структур личности, которые в конечном счете определяют возможность или невозможность реализации и самореализации. Вот почему мы начинаем описание результатов исследования

с анализа целевых и ценностных установок молодежи. Он покажет, на что именно в этом мире сориентирована молодежь, очертит круг возможностей для ее самореализации.

Ранее мы проводили исследования ценностей, и основные результаты отражены в опубликованных нами работах [1, с. 120–131; 2, с. 42–54].

В данном случае мы пошли по достаточно известному в практике исследования пути: возможности для самореализации оцениваются самой

молодежью и одновременно экспертами — общественными деятелями, политиками, учеными, журналистами и другими людьми, работающими и соприкасающимися с проблемами молодежи и знающими их не понаслышке. В этом двойном зеркале и отражаются реальные проблемы общества и молодежи.

При этом на истину не может претендовать ни одна из групп. Она устанавливается путем сопоставления результатов исследования и определенной интерпретации всей совокупности данных, полученных в целом в рамках нашего концептуального подхода к анализу проблем социализации молодежи и реализации государственной молодежной политики, который мы развиваем уже 20 лет и который признан в философских, социологических и иных научных сообществах. И самое главное — получает подтверждение в реальной практике реализации государственной молодежной политики как в Оренбургской области, так и в других регионах страны.

Анкетный опрос молодежи и экспертов осуществлен в апреле 2012 года по выборке квотной общей численности молодежи Оренбургской области в возрасте от 14 до 30 лет. Исследование по данной проблематике носит пилотный характер, в его ходе опрошено 1019 молодых людей, проживающих в различных районах области, а также 100 экспертов, среди которых известные ученые, общественные деятели, журналисты, успешно работающие в социальной сфере, в том числе с молодежью.

Основной целью исследования являлось изучение мнения молодежи по ключевым вопросам жизни социума. Охватывался широкий круг проблем, волнующих современную молодежь России, в частности Оренбургской области.

Начнем рассмотрение полученных результатов с довольно сложного вопроса: «Считаете ли вы, что человеку необходима цель, достижению которой он посвятил бы всю жизнь?». В обыденной жизни человек не часто задумывается над этим. Тем не менее полученные ответы в целом показали достаточно высокий уровень целеустремленности оренбургской молодежи. В среднем показатель положительных ответов составил 76,74%. Вместе с тем, в зависимости от различных социальных и индивидуальных характеристик, он существенно колеблется. Посмотрим, какое влияние на целеустремленность молодежи оказывает, например, пол респондента. Данные отражены в табл. 1.

Табл. 1

Считаете ли вы, что человеку необходима цель, достижению которой он посвятил бы всю жизнь? (Распределение от ответов по полу респондентов)

| Вариант ответа | Да     | Нет    | Затрудняюсь ответить |
|----------------|--------|--------|----------------------|
| Мужчины        | 75,84% | 9,81%  | 14,35%               |
| Женщины        | 75,87% | 12,74% | 11,39%               |

Оказывается, мужчины и женщины одинаково целеустремленны, их показатели совпадают до десятых долей процента — 75,84% и 75,87%

соответственно. Хотя на практике при организации различных мероприятий женщины обычно выглядят инициативнее, но это не означает, что мужчины потенциально менее целеустремленны. Представительницы прекрасной половины гораздо активнее участвуют во многих мероприятиях, однако на дистанции длиной в жизнь вполне может оказаться, что мужчины в некоторых сферах жизнедеятельности берут свое и наверстывают упущенное в ранней молодости. Это предмет для дальнейшего специального исследования и разговора.

Семейное положение — не менее важная характеристика любого человека, ибо семья, обязанности, связанные с поддержанием главной ячейки общества, накладывают весьма заметный отпечаток на весь ход мыслей и дел семейного человека (табл. 2).

Табл. 2

Считаете ли вы, что человеку необходима цель, достижению которой он посвятил бы всю жизнь? (Распределение от ответов по семейному положению респондентов)

| Вариант ответа  | Да     | Нет    | Затрудняюсь ответить |
|-----------------|--------|--------|----------------------|
| Холост          | 85,16% | 82,93% | 82,83%               |
| Женат (замужем) | 14,84% | 17,07% | 17,17%               |

Холостые молодые люди в шесть раз более целеустремленны, чем семейные: соответственно 85,16% и 14,84%. Вывод здесь напрашивается сам собой: пока человек холост, он о многом еще мечтает и думает в отрыве от серьезных социальных проблем, например, таких, как собственное жилье или размер зарплаты. Младшие представители молодежи еще не столкнулась со всем фронтом бытовых проблем семейного уклада и взрослой жизни. Не случайно раньше «остепениться» означало в народе не только чего-то добиться для себя, но и в первую очередь создать семью.

Что касается зависимости от возраста (ввиду громоздкости таблицы не будем приводить ее полностью), то прокомментируем отдельные позиции.

Так, наиболее потенциально целеустремленной оказалась молодежь 25 и 29 лет — 94,12% и 100,00% соответственно, т.е. на 1 месте группа в возрасте 29 лет, а на 2 месте группа — 25 лет, а наименее — старшая группа молодежи в возрасте 30 лет (59,42%).

Такой разброс показателей вполне объясним с точки зрения и ювенологии, и социальной психологии, и психологии личности. Разница в ответах и должна быть. В 14–16 лет молодой человек устремлен в будущее абстрактно, все у него еще впереди — и интересная учеба, и работа, и свадьба, и дети, и находки, и разочарования. В 25–29 лет, на излете молодости, уже многое позади, что-то в жизни достигнуто, получен как положительный, так и отрицательный опыт, суждения относительно многих вопросов уклада, смысла жизни, больших целей в том числе, становятся более зрелыми. Горизонт возможностей расширяется и приближается, и это закономерно. Нельзя в 29 лет быть таким

же, как в 15, особенно если пройдены ступени образования, служба в армии, семейная жизнь (удачная или неудачная).

Важно в организации деятельности Департамента молодежной политики области учитывать эту существенную, как выяснилось, разницу, отдавать отчет в том, что младшая группа молодежи потенциально гораздо менее восприимчива к различному рода социальным проектам и инновациям, поэтому нельзя делать все проекты универсальными, под абстрактную молодежь. Надо прогнозировать ее разную реакцию, которая может быть и отрицательной, поскольку 10,70% всей молодежи считает, что цель вообще не нужна. Как «поднять целину» с такой нецелеустремленной частью молодежи — это вопрос не столько теоретический, сколько конкретно-практический.

Между тем сравнительные данные, приведенные в табл. 3, показывают, что мнения экспертов и самой молодежи относительно нецелеустремленной ее части совпали, а вот общую целеустремленность молодежи эксперты оценили почти на 13% ниже, чем сама молодежь. Кто прав в этом историческом споре поколений — покажет время, а также будущие свершения самой молодежи и мониторинг этой проблематики.

Наши же наблюдения, основанные на результатах и наших других исследований, показывают, что в этом аспекте сама себя молодежь оценивает стабильно в районе 73–75%, эксперты же оценивают ее желание и способность иметь долгосрочные цели более критично. (Здесь и далее вопросы будут приводиться в той формулировке, в какой они задавались молодежи, для экспертов они несколько отличаются тем, что в них речь идет о молодежи.)

Табл. 3

Считаете ли Вы, что человеку необходима цель, достижению которой он посвятил бы всю жизнь?  
(Распределение от ответов по социальной роли респондентов)

|          | Да     | Нет    | Затрудняюсь ответить |
|----------|--------|--------|----------------------|
| Молодежь | 76,74% | 10,70% | 13,15%               |
| Эксперты | 68,00% | 10,00% | 18,00%               |

Важно отметить, что городская и сельская молодежь области практически одинаково целеустремленны, при этом показатель у сельской молодежи даже несколько выше: городская — 80,00%, сельская — 81,82%.

Уровень дохода и способ его получения также определенным образом сказываются на потенциальной целеустремленности молодого человека. Здесь самой целеустремленной оказалась группа с доходом свыше 50 тыс. рублей на человека — необходимость жизненной цели признают в ней 87,50%, а наименее потенциально целеустремленной — группа с доходом на человека до 50 тыс. рублей — 58,33%. Т. о. группа с самым высоким доходом является наиболее целеустремленной. (Все группы с более низким доходом, от 5000 до 25 тыс.

рублей на человека, по этому показателю расположились выше группы с доходом до 50 тыс. рублей.) Видимо, обеспечив свои витальные потребности, представители данной группы во многом потеряли интерес к будущему. Сейчас все хорошо, и они надеются, что это настоящее станет их будущим. Куда еще стремиться и какие цели ставить? Жилье, автомобиль, заграничные поездки и прочие атрибуты жизни повышенной комфортности не очень располагают к постановке больших и социально значимых целей. Это само по себе, взятое в отдельности от других свойств общества и индивида, не хорошо и не плохо. Но в кризисные для общества моменты такие люди обычно придерживаются конформистских взглядов и не способны стать ресурсом социального развития. Потому что процесс развития — и индивидуального, и общественного, — требует определенного напряжения умственных и физических сил. А эта группа, если говорить спортивным языком, уже детренирована, восстановить же форму в нужный момент бывает крайне сложно.

Тогда как лидеры, уже почувствовав вкус не только больших денег, но и больших побед и эмоций, хотят, видимо, и дальше двигаться в этом направлении. Это, судя по всему, и есть тот искомый средний класс — социальный двигатель современного общества во всем мире и у нас в стране.

Конечно, очень важно понимать, что тот или иной уровень целеустремленности определенной социальной группы, в данном случае молодежи и ее отдельных групп, детерминирован событиями, происходящими в реальной жизни индивида, и в месте его непосредственного проживания, и в стране в целом. Поэтому далее логично обратиться к ответам на вопрос: «Какая ценность из нижеперечисленных является для вас наиважнейшей?». Полученные данные приведены в табл. 4.

Приведем список ценностей, уже проранжированный по общим результатам опроса, и рассмотрим его более детально, в ранжированном виде.

Что прежде всего бросается в глаза, так это господство частных, частных ценностей над общественными, индивидуальными — над коллективистскими. Можно и нужно, наверное, в сегодняшнее сложное время принять как должное, что на первое место молодежь поставила благополучие своей семьи, причем не важно, родительская это или уже собственная семья. Сегодня огромное количество проблем и проблемок решается только благодаря поддержке семьи. Естественно, что молодежь воспринимает это как данность и потому ставит на первое место фактически тот социальный институт, который обеспечивает ей приемлемый уровень материального и духовного комфорта.

Следовательно, в работе Департамента нужно опираться на это знание, задействовать семейные механизмы вовлечения молодежи в более широкую социальную деятельность. Это означает, что специалист по работе с молодежью должен быть еще и специалистом по работе с семьей как особым социальным институтом, ибо без опоры на авторитет семьи, без знания семейных ценностей и традиций достичь успеха в социализации современной молодежи просто невозможно.

Табл. 4

Какая ценность из нижеперечисленных является для вас наиважнейшей?

|   | молодежь | эксперты |
|---|----------|----------|
| Мое личное благополучие   | 8,34%    | 21,00%   |
| Высокое материальное положение  | 6,48%    | 11,00%   |
| Высокий общественный статус   | 2,36%    | 8,00%    |
| Благополучие моей семьи   | 43,96%   | 23,00%   |
| Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)   | 6,87%    | 7,00%    |
| Здоровье (физическое и психическое)   | 15,90%   | 17,00%   |
| Наличие хороших и верных друзей   | 7,95%    | 7,00%    |
| Родина  | 5,00%    | 2,00%    |
| Счастье любимого человека   | 5,10%    | 3,00%    |
| Понимание со стороны окружающих   | 2,06%    | 0,00%    |
| Активная, деятельная жизнь (интересная и творческая работа, полнота и эмоциональная насыщенность жизни) | 9,72%    | 17,00%   |
| Развлечения (приятное и необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей)                 | 0,79%    | 1,00%    |
| Свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках)                                      | 4,02%    | 3,00%    |
| Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)                  | 7,46%    | 3,00%    |
| Затрудняюсь ответить  | 2,26%    | 1,00%    |

Табл. 5

Ранжирование ответов на вопрос: «Какая ценность из нижеперечисленных является для вас наиважнейшей?»

|   | Ранг<br>молодежь | Ранг<br>эксперты |
|---|------------------|------------------|
| Благополучие моей семьи   | 1                | 1                |
| Здоровье (физическое и психическое);  | 2                | 3,5              |
| Активная, деятельная жизнь (интересная и творческая работа, полнота и эмоциональная насыщенность жизни) | 3                | 3,5              |
| Мое личное благополучие   | 4                | 2                |
| Наличие хороших и верных друзей   | 5                | 7,5              |
| Уверенность в себе (внутренняя гармония, свобода от внутренних противоречий, сомнений)                  | 6                | 11               |
| Любовь (духовная и физическая близость с любимым человеком)   | 7                | 7,5              |
| Высокое материальное положение  | 8                | 5                |
| Счастье любимого человека   | 9                | 11               |
| Родина  | 10               | 12               |
| Свобода (самостоятельность, независимость в суждениях и поступках)                                      | 11               | 11               |
| Высокий общественный статус   | 12               | 9                |
| Затрудняюсь ответить  | 13               | 13,5             |
| Понимание со стороны окружающих   | 14               | 15               |
| Развлечения (приятное и необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей)                 | 15               | 13               |

Далее предстоит прокомментировать и проинтерпретировать результаты приведенной таблицы, но особого внимания (и еще какого!) заслуживает такой пункт, как место Родины в иерархии ценностей молодежи: из 15 проранжированных позиций она находится на 10-м месте с результатом 5,00%.

Вот это действительно *социальная проблема молодежи Оренбургской области!* Можно объяснить любые цифры, но иногда, понимая все, такой результат принимать не хочется. Ибо нам, более старшему поколению, выросшему на других ценностях, такое отношение к Родине представляется просто невозможным. Но есть цифры — есть проблема, и ее за год одним мероприятием по указке сверху не решить.

А ведь если вдуматься, то что современная молодежь России в целом и Оренбургской области в частности видела хорошего в жизни российского социума, который надо называть Родиной? Что могут рассказать им о жизни в 90-е годы XX века старшие поколения? О времени ограбления народа российского и опускания на социальное дно почти половины населения страны, о криминальных и полукриминальных способах приватизации некогда общенародной собственности, благодаря которой существовали фонды общественного потребления, через них шло финансирование всех социальных программ страны. А теперь, когда ничтожно малая прослойка, претендующая называться элитой, владеет 90% всех богатств России, а остальные 90%

населения владеют оставшимися 8–10% некогда общенародной собственности, что можно сказать о социальном государстве, записанном в нашей Конституции, о социальном равенстве и справедливости? Ответы на эти вопросы повисают в пустотности народных избранников, ставших в большинстве своем просто-напросто миллионерами в новой России. Какие правовые законы могут принимать богатые в пользу бедных?

Молодежь тоже все видит, пусть и не все еще понимает. Но во всех прокатившихся за последнее время по ряду стран «цветных» и прочих революциях именно молодежь стала основной социальной силой, требующей радикальных перемен в обществе. Неужели российская молодежь сильно отличается от своих сверстников за рубежом? А когда ей надоест быть бессловесным объектом политических манипуляций — это вопрос только исторического времени.

Но что любопытно, так это опять же сопоставление с экспертной оценкой. По мнению экспертов, Родина как ценность у молодежи стоит лишь на 12-м месте. Видимо, эксперты видят в делах и словах молодежи гораздо меньше уважения и почтения к Родине. А может, они как старшее поколение проявляют свой скепсис? Как бы то ни было (разница всего в два ранга), почти совпадение позиций в такой низкой оценке значимости Родины для молодежи — корень многих проблем, связанных с возможностями самореализации.

Рассмотрим детальнее ответы на этот важнейший вопрос, т. е. какие группы молодежи и как относятся к разным указанным выше ценностям, к семье и Родине. Есть ли значимые различия?

Так, если взять за основание возраст по группам с 14 до 24 и с 25 до 30 лет, то Родина имеет наибольший показатель у 22-летних — 57,14%, а самый низкий — у самых старших, у молодежи от 25 до 30 лет. За исключением 29-летних, чей показатель равен 0,0%. Значит, старшая группа молодежи уже фактически прошла мимо ценности под названием «Родина». Это как раз люди, которые родились в годы перестройки, а их детство пришлось на «лихие 90-е». Вот и ответ, почему для этих людей Родина практически пустой звук, достаточно вспомнить, что происходило в стране в это время и что запало тогда в детские души.

Если посмотреть на отношение к Родине через призму половых различий, то мужчины в большей мере считают Родину ценностью, чем женщины: соответственно 51,22% и 48,78%. Может, это еще и потому, что перед молодыми мужчинами и женщинами Родина выступает в разных ипостасях. Этот вопрос тоже требует специального дальнейшего исследования, простые ответы здесь не поделят. Пока эти цифры надо воспринимать как некие рабочие гипотезы, требующие уточнения и развития. Впрочем, ими уже можно руководствоваться в практике реализации государственной молодежной политики в области.

Далее — разница в оценке значимости Родины в зависимости от уровня дохода. Родина здесь наиболее и одинаково значимая ценность у двух групп: с доходом до 5 тыс. рублей и до

10 тыс. рублей — соответственно 50,00% и 34,09%. В последующих группах показатель резко падает в границах от 2 до 9%. А вот группа с доходом более 50 тыс. рублей имеет самый низкий показатель — 0,0%.

Таким образом, невозможно утверждать, что имеется прямая зависимость падения или роста значимости ценности Родины у молодежи с разным уровнем дохода, ситуация здесь неоднозначная. Но 0,0% у самых обеспеченных молодых людей тоже социальная проблема оренбургской молодежи, да и всего нашего социума. Видимо, с ростом доходов на определенном уровне исчезает представление о том, откуда они берутся. При чем здесь Родина?! Не понятно!

Это лишний повод задуматься о росте доходов на душу населения и связанном с ним росте патриотизма. Не все так просто. Получается, что с повышением доходов на душу населения, по крайней мере, у молодежи, почти прямо пропорционально падает значение ценности Родины. Вот и поднимай после этого доход на душу населения! Вероятно, в решении данной проблемы где-то должен быть найден оптимум, а то можно так увлечься повышением доходов, что совсем потерять Родину.

Следующая позиция тоже связана с доходами. Как известно, в городе уровень дохода на душу населения в среднем выше, чем на селе. И в подтверждение этой тенденции (как бы обрадовались старорежимные народники и современные аграрии!) Родина как ценность присутствует у городской молодежи лишь на уровне 33,33%, а у сельской — 66,67%. Опять получается, что чем больше индустриализируется область и сокращается село, подгоняя рост доходов, тем меньше молодых людей считают Родину ценностью.

Все эти цифры, вместе взятые, показывают, в каком сложно переплетенном, но уже с проявившимися тенденциями ценностном мире живет молодежь, и упорно продолжать проводить сегодняшнюю политику просто нельзя, ибо мы теряем молодежь как граждан России, для которых Родина не является ценностью.

Над этой проблемой надо думать и работать всем политическим силам, а Департамент должен представлять, как это отзывается в молодых душах и к чему приводит. Как минимум, к тому, что самоопределение и самоидентификация, а следовательно, и поиск возможностей для самореализации — пока, скорее, абстрактный, чем конкретный, — локализованы у молодежи в большой мере за пределами родной страны.

Нам близки и понятны мысли И. А. Ильина о Родине: «Родина есть духовная реальность. Чтобы найти ее и узнать, человеку нужна личная духовность. Это просто и ясно: родина воспринимается именно живым и непосредственно *духовным опытом* <...> Именно духовная жизнь есть то, за *что и ради чего* можно и должно любить свой народ, бороться за него и погибнуть за него. В ней сущность родины, та сущность, которую стоит любить больше себя, за которую стоит жить именно потому, что за нее стоит и умереть» [3, с. 180, 186].

Сегодня именно духовной составляющей, которую формирует культура в целом, не хватает большинству нашей молодежи для того, чтобы суметь правильно оценить значение и важность Родины, отнестись к ней как к абсолютному приоритету в своей жизни, для самоопределения именно в рамках ее духовного, ментального пространства.

Вместе с тем, думается, что такой низкий рейтинг фактора под названием «Родина» вряд ли в полной мере относится к месту рождения и проживания, к родной природе. Скорее всего именно представления о Родине как о стране, государстве определили настолько низкую ценность. Не нравится человеку место рождения — что ж, за таким отношением может стоять и реальное неблагоустроенное и малокомфортное наше житье (этого в городах и весях Оренбургской земли пока предостаточно), и возросшие требования к нормативам цивилизованной человеческой жизни, на рост которых ускоряющее влияние оказывает быстрое распространение евростандартов.

Но в основе удовлетворенности окружающей жизнью во всем многообразии ее проявлений лежат социальные факторы, на которых взращивается и приобретает питательную почву реальный, а не «квасной» патриотизм. Здесь всему российскому обществу, и в особенности структурам самоуправления на местах, предстоит проделать еще много

работы. Только последовательная, методичная работа по улучшению условий жизни людей, росту благосостояния, повышению комфортабельности жизни и быта может переломить их отношение к своей большой и малой родине и со временем не просто сформировать из них законопослушное население, но и способствовать воспитанию в них гражданственности и патриотизма.

Второй фактор, а именно родная природа, богатейшие и красивейшие просторы Оренбуржья, вообще не рассматривается в качестве формирующего центробежные настроения у российской молодежи. Природа оказалась к оренбуржцам щедрее и добрее, чем общество, подарив им основания для любви и привязанности к родному краю, гордости за него.

Наконец, третье значение понятия «родина», а именно государство, страна. По-видимому, именно оно является наиболее вероятным, а скорее настоящим «виновником» столь малозначительной ценности Родины у оренбургской молодежи.

Таким образом, мы наблюдаем достаточно противоречивую ситуацию в целевых и ценностных ориентациях молодежи. Реальная работа с молодым поколением в рамках реализации государственной молодежной политики должна учитывать эту противоречивость, используя положительные тенденции и купируя влияние негативных.

1. Ильин И. А. Собр.соч. в 10 томах, т. 1. М., 1993. 400 с.
2. Иваненков С. П., Кусжанова А. Ж. Родина как ценность у современной российской молодежи// Credo new — 2002, №1 (29). С. 42–54.
3. Иваненков С. П., Кусжанова А. Ж. Молодежь и государство: инновационные подходы (на материалах Оренбургской области). Оренбург: Издательство: Комитет по делам молодежи, 2005 г. —440 с.
4. Иваненков С. П. Целеустремленность молодежи Ленинградской области (По материалам социологического исследования) // Ученые записки СПбГИПСР. 2011, №1. С. 109–112.
5. Иваненков С. П., Кусжанова А. Ж. Молодежь и патриотическое воспитание // Credo new. 2002, №3. С. 26–42.
6. Иваненков С. П., Кусжанова А. Ж. Ценностные и социальные ориентиры молодежи Ленинградской области (По материалам социологического исследования) // Ученые записки СПбГИПСР. 2011, №2. С. 19–24.
7. Кострикин А. В. Студенческая революция 1899 года: к 110-летию событий // Credo new: теоретический журнал. 2009, №4(60). С. 118–132.

#### References

1. Ilyin I. A. Sobraniye sochineniy v 10 tomakh [Collection of works in 10 volumes]. Vol. 1. Moscow: Russkaya kniga Publ., 1993. 400 p. (In Russian).
2. Ivanenkov S. P., Kuzhanova A. Zh. Rodina kak tsennost u sovremennoy rossiyskoy molodezhi [Native land as value beside modern Russia of the young people]. Credo New, 2002, no. 1 (29). pp. 42–54 (in Russian).
3. Ivanenkov S. P., Kuzhanova A. Zh. Molodezh i gosudarstvo: innovatsionnye podkhody [Youth and state: innovative approaches]. Orenburg: Committee on Youth Policy Publ., 2005. 440 p. (In Russian).
4. Ivanenkov S. P. Tseleustremennost molodezhi Leningradskoy oblasti (na osnovanii sotsiologicheskogo issledovaniya) [Purposefulness of the youth of Leningrad region (based on the sociological research)]. Uchenye zapiski Sankt-Petersburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsialnoy raboty — The Scientific Notes Journal of St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, 2011, vol. 15 (1). pp. 109–112 (in Russian).
5. Ivanenkov S. P., Kuzhanova A. Zh. Molodezh i patrioticheskoe vospitanie [The youth and the patriotic education]. Credo New, 2002, no. 3. pp. 26–42 (in Russian).
6. Ivanenkov S. P., Kuzhanova A. Zh. Tsennostnye i sotsialnye oriyentiry molodezhi Leningradskoy oblasti (po materialam sotsiologicheskogo issledovaniya) [Values and social orientation of the youth of Leningrad region (on the basis of sociological research)]. Uchenye zapiski Sankt-Petersburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsialnoy raboty — The Scientific Notes Journal of St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, 2011, vol. 16 (2). pp. 19–24 (in Russian).
7. Kostrikin A. V. Studencheskaya revolyutsiya 1899 goda: k 110-letiyu sobytiy [Student's revolution of 1899: 110 years after]. Credo New, 2009, no. 4 (60). pp.118–132.