

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 151.8

DOI: 10.17223/17267080/60/12

**Н.В. Сиврикова, Д.Ю. Бережная**

*Челябинский государственный педагогический университет  
(Челябинск, Россия)*

### **Взаимосвязь ценностей со стилем медиапотребления студентов**

Исследование выполнено при финансовой поддержке Челябинского государственного педагогического университета и Мордовского государственного педагогического институт им. М.Е. Евсевьева (заявка № 03-08-2015 победитель в конкурсе на проведение научно-исследовательских работ по приоритетным направлениям научной деятельности вузов-партнеров по сетевому взаимодействию).

*Актуальность работы определяется важностью изучения психологии молодого поколения, с одной стороны, и необходимостью оценки результатов трансформации ценностей под влиянием медиапотребления – с другой. В результате сравнительного анализа было установлено, что мотивацию медиапотребления, степень вовлеченности в медиaprостранство и выбор медиасредств определяют значимость, доступность терминальных ценностей и уровень внутриличностного конфликта нереализованности различных желаний.*

**Ключевые слова:** *ценность; ценностные ориентации студентов; внутриличностный конфликт; юношеский возраст; конфликт нереализованности желаний; социальная фрустрация; ролевой конфликт.*

На современном этапе развития общества исследователи отмечают стремительные изменения условий жизни человека. Меняется социальное, политическое, информационное пространство. Это приводит к трансформации личности современного человека, его мировоззрения, взглядов, ценностей. Перед психологами стоит трудная задача изучения того влияния, которое оказывает медиапотребление на личность современного человека.

С нашей точки зрения, актуальность изучения проблемы взаимосвязи ценностных ориентаций и особенностей медиапотребления студентов продиктована рядом причин:

1. Студенчество несет в себе потенциальную энергию дальнейшего развития, и, следовательно, его ценности будут определять ценностное сознание всего общества, образ будущего России.

2. В связи со значительной трансформацией главных ценностных представлений, происходящей под влиянием медиапрайминга, и отсутствием знания безопасного медиапотребления, усложняется процесс цен-

ностного самоопределения личности студента, что ведёт к неустойчивости и разнородности её ценностного сознания.

Юношеский возраст является сензитивным периодом для формирования ценностных ориентаций как устойчивого свойства личности, способствующего становлению мировоззрения. Отличительной особенностью возраста становится резкое усиление саморефлексии, т.е. стремления к самопознанию своей личности, к оценке ее возможностей и способностей, выбору своего пути в жизни [1].

Проблема изучения ценностных ориентаций как системы моральных и социальных установок, определяющих отношение человека к действительности, является одной из ключевых в современной науке. Доказательством тому служит то, что в РИНЦ за последние пять лет отечественными учеными опубликованы 1 778 научных работ, посвященных ценностным ориентациям студентов. В них непосредственным образом затрагиваются вопросы, связанные со структурой ценностных ориентаций современных студентов, отмечается, что эти психологические образования представляют собой взаимосвязанную систему ценностей, влияющих друг на друга. Исследователи приходят к выводу, что в иерархии ценностных ориентаций молодежи доминируют «семья», «дружба», «любовь», «здоровье», «работа» и «материальное обеспечение» [2].

Большое число научных работ посвящены формированию ценностных ориентаций у студентов (С.А. Якимчук [3], А.Н. Мушкирова [4], Г.Р. Павленко [5] и др.).

В настоящее время особенность изучения ценностей заключается в рассмотрении их во взаимосвязи с другими психологическими явлениями: жизнестойкостью [6], характером деятельности [7–10], структурой субъектности [11] и т.д. Современные исследователи изучают смысложизненные [12], семейные [13], профессиональные [14], трудовые [15], нравственные [16], ценности здорового образа жизни [17] и др. Это свидетельствует о том, что изучение ценностей носит не только теоретический, но и прикладной характер.

Целью нашего исследования являлось изучение взаимосвязей ценностей и особенностей медиапотребления студентов.

### **Материалы и методики исследования**

Базой нашего исследования выступил Челябинский государственный педагогический университет (исторический факультет и факультет социального образования). Экспериментальная выборка состояла из студентов 1–3-го курсов. Объем выборки составил 187 человек.

Для сбора эмпирических данных использовались следующие методики: 1. «Уровень соотношения «ценности» и «доступности» в различных жизненных сферах» Е.Б. Фанталовой. 2. «Индивидуальный стиль медиапотребления» (Ю.Н. Долгов и др.). 3. Личностный опросник МСИА «Мотивационная структура информационной активности» (Ю.Н. Долгов и др.).

Математическая обработка данных проводилась с помощью компьютерной программы анализа данных IBM SPSS Statistics 22.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

На первом этапе исследования выявлялись иерархия ценностей, а также степень их доступности для студентов. Для этого вычислялись средние значения по выборке (табл. 1).

Результаты исследования согласуются с данными, полученными нами в других исследованиях [13], а также другими авторами [7, 18, 19], что косвенным образом подтверждает надежность и валидность результатов.

Более всего для участников исследования значимы такие ценности, как «здоровье», «любовь», «семья» и «дружба». К числу наименее значимых в исследуемой выборке были отнесены «красота», «творчество», «свобода». На наш взгляд, подобная картина обусловлена, с одной стороны, возрастными задачами данного этапа развития, требующими от молодых людей достижения интимности. С другой стороны, ценность здоровья для молодежи можно объяснить теми усилиями и программами государства, которые направлены на формирование здорового образа жизни граждан.

Таблица 1

#### **Иерархия значимости и доступности терминальных ценностей студентов**

Значимость			Доступность		
Ценность	Среднее	Ранг	Ценность	Среднее	Ранг
Здоровье	4,47	1	Активная жизнь	4,53	1
Любовь	4,54	2	Друзья	5,05	2
Семья	4,77	3	Познание	5,09	3
Друзья	5,47	4	Здоровье	5,65	4
Уверенность	5,51	5	Любовь	5,95	5
Активная жизнь	6,55	6	Творчество	6,36	6
Материальное обеспечение	6,80	7	Уверенность	6,83	7
Интересная работа	6,81	8	Семья	7,08	8
Познание	7,00	9	Свобода	7,36	9
Свобода	7,53	10	Красота	7,37	10
Творчество	8,84	11	Материальное обеспечение	8,18	11
Красота	9,49	12	Интересная работа	8,71	12

В число наиболее доступных для студентов входят такие ценности, как «активная жизнь», «дружба» и «познание». «Работа» и «материальное обеспечение», с их точки зрения, менее доступны. Это можно объяснить объективными условиями: 1) у многих участников исследования отсутствует возможность устроиться на работу и иметь материальное обеспечение из-за дефицита времени, так как они активно заняты учебной и творческой деятельностью в университете; 2) среди работающих студентов

большинство занято на малооплачиваемых должностях, так как работать полную смену не представляется возможным, отсутствует опыт работы – эти условия определяют наименьшую доступность таких ценностей, как «работа» и «материальное обеспечение».

Отдельно хотелось бы остановиться на том факте, что «семья» как ценность оказалась на 8-м ранге по доступности. На наш взгляд, это можно объяснить тем, что многие участники исследования для получения профессионального образования приехали в Челябинск из другого города и находятся на существенном расстоянии от семьи.

В табл. 2 представлены результаты анализа частоты встречаемости в исследуемой выборке студентов с внутриличностным конфликтом и внутриличностным вакуумом в отношении разных ценностей. Наличие внутриличностного конфликта у студентов наблюдается прежде всего в таких жизненных сферах, как «семья» (37%), «работа» и «материальное обеспечение» (33%), «уверенность» (27%), «любовь» и «здоровье» (25%). В среднем каждый студент испытывает 2 внутриличностных конфликта, которые вызваны нереализованностью желаний.

Мы склонны подозревать, что внутренний конфликт, связанный с нереализованностью желания иметь счастливую семью, появляется у студентов в силу особой значимости данной сферы для молодежи. Внутренние конфликты, вызванные нереализованностью желания иметь интересную работу и материальное обеспечение, на наш взгляд, являются составной частью социальной ситуации развития в позднем юношеском возрасте, которая заключается в необходимости обретения независимости от родителей (создание собственной семьи и достижение материальной независимости).

Таблица 2

**Распределение студентов по соотношению показателей  
«ценности» и «доступности», %**

Терминальные ценности	Конфликт	Вакуум
Семья	37	4
Интересная работа	33	10
Материальное обеспечение	33	8
Уверенность	27	7
Любовь	25	8
Здоровье	25	9
Свобода	16	18
Друзья	11	15
Активная жизнь	5	33
Красота	4	31
Познание	4	32
Творчество	4	37

Конфликт нереализованности желания быть уверенным в себе может отражать личностные особенности участников исследования. Также в его основе могут лежать неопределенность статуса студента (уже не ребенок,

еще не взрослый; уже владеющий профессией, но еще не профессионал), неопределенность жизненной перспективы и т.д.

Конфликт в сфере материального обеспечения обнаруживается у трети студентов, принимавших участие в исследовании. У них отмечается значительное расхождение в значимости и доступности желаемого уровня материального обеспечения.

Таким образом, мы приходим к выводу, что у современной молодежи базовыми являются ценности семьи и здоровья. Внутриличностные конфликты студентов связаны с нереализованностью семейных, профессиональных, материальных и личных ценностей.

В структуре терминальных ценностей происходят трансформации, связанные с изменением социальных, экономических, демографических, политических, психологических условий жизни. С нашей точки зрения, существенные изменения в жизнедеятельности современного студента связаны с процессами глобализации и информатизации, протекающими в мире. Они находят свое отражение в особенностях медиапотребления человека.

При изучении особенностей медиапотребления студентов анализировались их предпочтения в источниках информации. Оказалось, что наиболее часто студенты пользуются глобальной сетью Интернет. На втором месте по частоте потребления оказались книги. На третьем – телевидение.

Полученные данные согласуются с оценками других исследователей. Л.Е. Кравежина указывает на отток целевой аудитории (особенно молодежи) из традиционного телесектора в сторону интернет-среды [20]. И.В. Лизунова приходит к выводу, что основным источником информации и ведущим фактором проведения досуга для россиян становится Интернет [21]. М.М. Назаров, П.А. Ковалев [22], Н.В. Сиврикова, Д.Ю. Бережная, Д.Р. Рафикова [23], Т.Г. Пташко [24] объясняют подобные тенденции тем, что телевидение проигрывает Интернету по параметрам: оперативность, интерактивность и возможность выбора программ.

Важным представляется тот факт, что книги как источник информации пользуются большой популярностью в студенческой среде. Он подтверждается результатами не только нашего, но и других эмпирических исследований [25]. Исследователи считают, что именно учеба формирует привычку больше читать книг, журналов, источников научно обоснованной информации [23, 25].

Результаты диагностики особенностей мотивации медиапотребления у студентов показали, что в целом в исследуемой выборке преобладает познавательная мотивация, на втором месте оказались мотивы реактивации и релаксации. Слабо выражены в исследуемой выборке коммуникативные и компенсаторные мотивы потребления медиаинформации (рис. 1).

Это позволяет утверждать, что студенты рассматривают медиа-средства, прежде всего, как источник информации. При необходимости массмедиа выступают для них либо как средство повышения собственного психического тонуса, либо как средство расслабления и снятия напряжения. И в последнюю очередь с помощью средств массовой коммуникации

студенты общаются или компенсируют собственные недостатки. В целом такая структура мотивации медиапотребления позволяет говорить о зрелой позиции студентов в отношении средств массовой коммуникации и информации.

Иерархия мотивов медиапотребления отражает не только уровень зрелости студентов, но и характер ведущей для данного возраста деятельности – учебно-профессиональной. Перед студентами стоит задача расширения и углубления собственных знаний, в решении которой они прибегают к использованию медиаисточников.

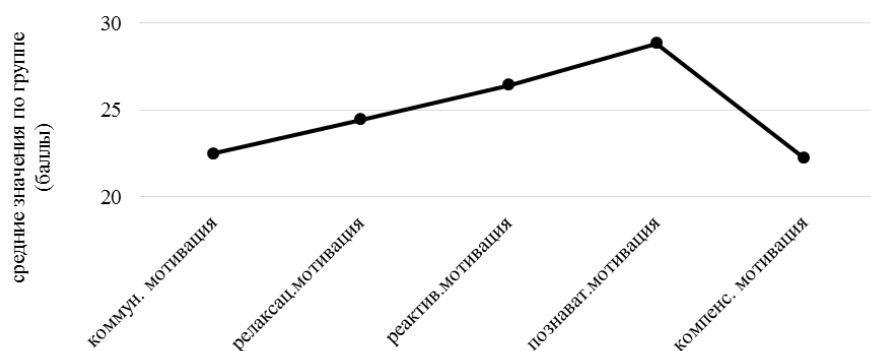


Рис. 1. Мотивы медиапотребления студентов

Результаты, полученные в ходе исследования (рис. 2), позволили охарактеризовать стиль медиапотребления студентов. Он отличается умеренным и / или избирательным проявлением эмоциональных и когнитивных компонентов вовлеченности. Студенты отслеживают потоки информации, но при этом они не склонны тратить излишнее количество времени и душевных сил на этот процесс. В целом студенты способны распределять и оптимизировать время, затрачиваемое на получение информации. Их характеризует достаточный уровень осознания смысла и содержания искомой и обрабатываемой информации.

Участники исследования достаточно самостоятельны и критичны в выборе способов и путей поиска требуемой информации. Они способны ориентироваться в поисковых системах, в информационных ресурсах сетевых сообществ, но порой им требуется значительное количество времени на поиск и обработку искомых данных.

Таким образом, можно сделать вывод, что медиапотребление у студентов носит целенаправленный характер, отличается критичностью восприятия информации. Молодые люди владеют способами поиска и обработки информации, что позволяет им продуктивно расходовать свое время на данный вид деятельности. Они обладают достаточным уровнем знаний, умений, навыков, способствующих хорошей ориентации в окружающем медиaprостранстве.

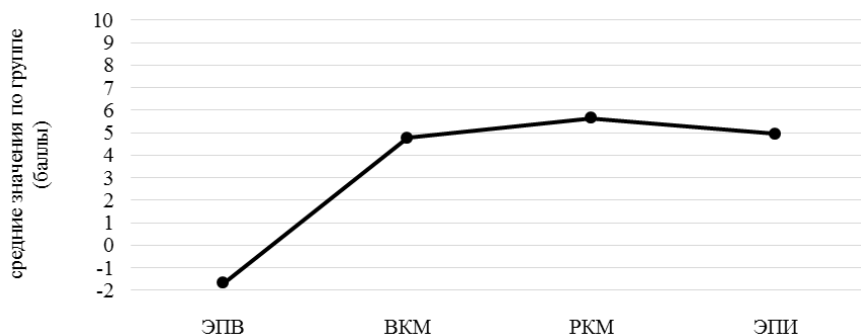


Рис. 2. Стиль медиапотребления студентов: ЭПВ – эмоционально-познавательная вовлеченность; ВКМ – волевой контроль медиапотребления; РКМ – рефлексивная критичность медиапотребления; ЭПИ – эффективность поиска информации

В ходе исследования были выявлены многочисленные значимые корреляции между исследуемыми параметрами. Поэтому для изучения взаимосвязей ценностей и особенностей медиапотребления студентов нами был использован факторный анализ. В данной статье мы проанализируем только те факторы, которые позволяют описать взаимосвязи значимости, доступности и выраженности конфликта нереализованности ценностей студентов с особенностями их медиапотребления. Всего было обнаружено 14 таких факторов.

На рис. 3 графически представлены факторы, отражающие структуру связей между значимостью терминальных ценностей и особенностями медиапотребления.

В первый фактор вошли следующие переменные: частота обращения студентов в поисках информации к телевидению ( $-0,554^1$ ), Интернету ( $-0,545$ ), газетам ( $0,507$ ) и журналам ( $0,789$ ), значимость семьи ( $-0,521$ ) и свободы ( $0,48$ ).

Во второй фактор вошли: компенсаторная ( $0,573$ ) и релаксационная ( $0,666$ ) мотивация медиапотребления, уровень эмоционально-познавательной вовлеченности в медиaprостранство ( $0,654$ ), значимость материального обеспечения ( $-0,427$ ) и интересной работы ( $0,452$ ).

Третий фактор состоял из коммуникативных мотивов медиапотребления ( $0,655$ ), значимости творчества ( $0,468$ ), познания ( $0,56$ ) и материального обеспечения ( $-0,451$ ).

Четвертый фактор включал в себя компенсаторную мотивацию медиапотребления ( $0,401$ ) и значимость здоровья ( $0,879$ ) для студентов.

<sup>1</sup> В скобках приведены значения, отражающие вклад переменной в данный фактор.

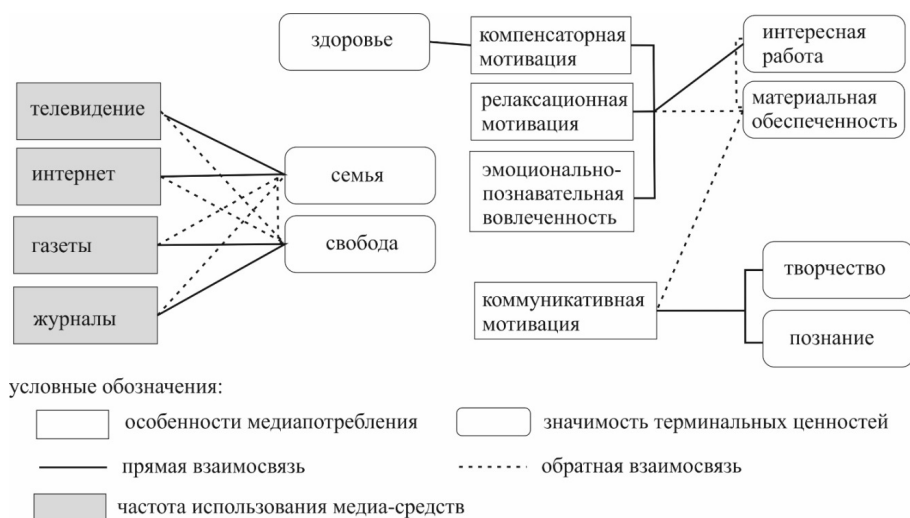


Рис. 3. Структура взаимосвязей значимости терминальных ценностей и особенностей медиапотребления студентов

Результаты исследования позволяют заключить, что значимость ценностей семьи и свободы связана с частотой использования студентами различных медиасредств. В частности, оказалось, что с ростом значимости ценности семьи и снижением значимости ценности свободы в исследуемой выборке возрастает частота обращения к телевидению и Интернету как источникам информации и снижается частота обращения к печатным периодическим изданиям.

Обратный характер носят и связи между значимостью материального достатка как ценности и выраженностью компенсаторных, релаксационных мотивов медиапотребления, а также эмоционально-познавательной вовлеченности в медиaproстранство. Значимость интересной работы с перечисленными переменными обнаруживает прямые взаимосвязи. Это позволяет утверждать, что у студентов с ростом значимости материальных благ и снижением значимости интересной работы возрастает тенденция к использованию медиасредств для отдыха, компенсации собственных недостатков, а также возрастает риск формирования зависимости от медиaproстранства. Оказалось, что компенсаторная мотивация характерна также для студентов, которые мало ценят собственное здоровье, а коммуникативная мотивация свойственна студентам, которые высоко ценят материальный достаток, мало ценят творчество и познание.

На рис. 4 представлены факторы, отражающие в виде схемы структуру взаимосвязей доступности терминальных ценностей и особенностей медиапотребления студентов.

Первый фактор объединил в себе частоту обращения к телевидению (0,465), доступность здоровья (0,764) и интересной работы (–0,531).



Второй фактор включал коммуникативную мотивацию (0,503), доступность для студентов семьи (–0,515), любви (–0,737) и познания (0,426).

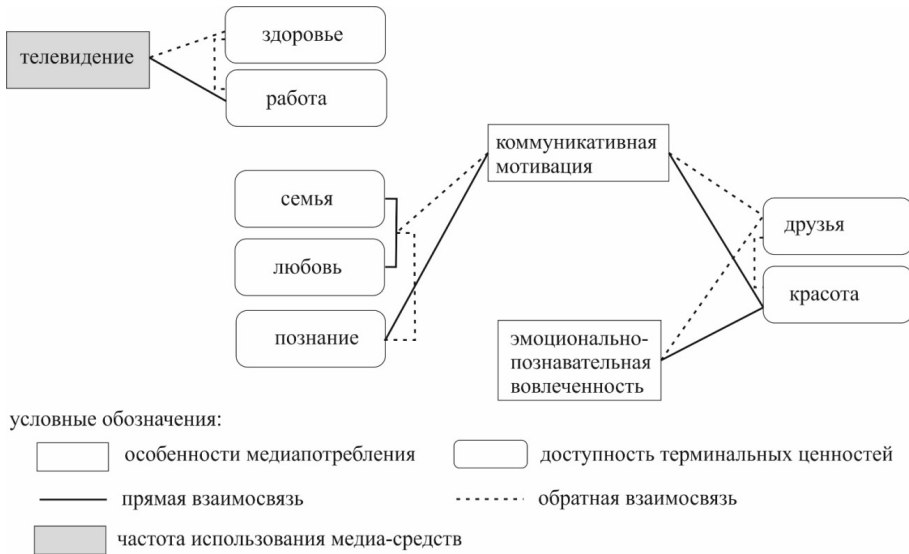


Рис. 4. Структура взаимосвязей доступности терминальных ценностей и особенностей медиапотребления студентов

Третий фактор состоял из уровня эмоционально-познавательной вовлеченности в медиaprостранство (0,426), коммуникативных мотивов (0,49), доступности дружбы (–0,714) и красоты (0,635).

В ходе исследования удалось установить, что частота обращения к телевидению как источнику информации возрастает, если у студентов возрастает уровень доступности интересной работы и снижается доступность здоровья.

Коммуникативная мотивация медиапотребления в исследуемой выборке возрастает с увеличением степени доступности таких ценностей, как семья, любовь, верные друзья, и снижается с увеличением степени доступности познания и красоты природы.

Степень эмоциональной зависимости от медиасредств связана с доступностью для студентов таких ценностей, как верные друзья и красота.

На рис. 5 представлены данные, отражающие структуру взаимосвязей выраженности внутреннего конфликта нереализованности ценностей и особенностей медиапотребления студентов.

Первый фактор данной структуры объединил реактивирующие (0,536) и познавательные (0,692) мотивы медиапотребления, частоту обращения за информацией к журналам (0,418) и газетам (–0,453), выраженность конфликта нереализованности желания счастливой семейной жизни (–0,565).

Второй фактор состоял из мотивов реактивации (0,446), выраженности конфликтов нереализованности желаний здоровья (−0,627) и любви (0,771).

Третий фактор объединил в себе коммуникативные мотивы медиапотребления (0,407), степень внутриличностных конфликтов расхождения ценности и доступности материальных благ (−0,581) и дружбы (0,791).

Четвертый фактор, выявленный в ходе исследования, состоял из компенсаторной (0,595) и релаксационной (0,725) мотивации, внутреннего конфликта, связанного с значимостью, но недоступностью чувства уверенности в себе (−0,638).

В пятый фактор вошли: степень рефлексивной критичности (0,692), волевого контроля (0,841) в потреблении информации, уровня расхождения ценности и доступности красоты природы и искусства (0,418).

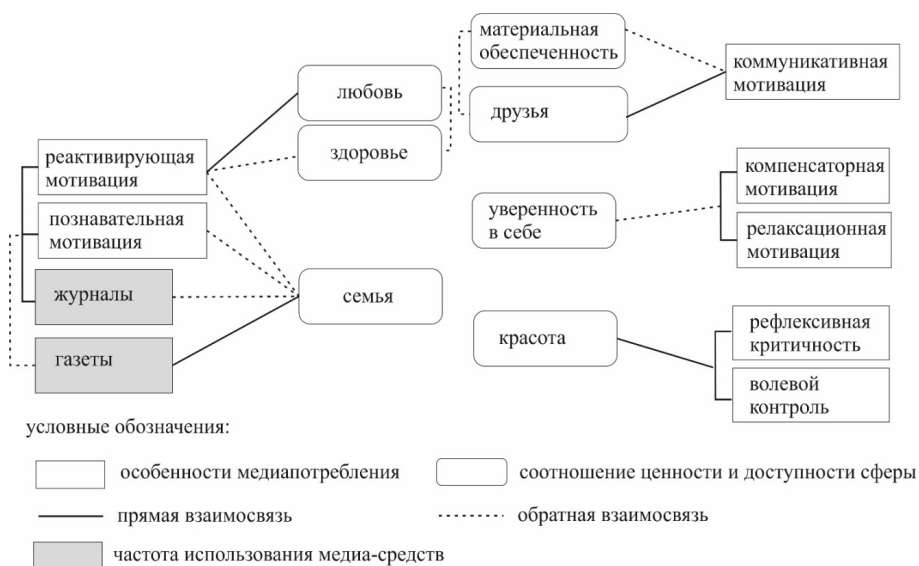


Рис. 5. Структура взаимосвязей выраженности внутреннего конфликта нереализованности ценностей и особенностей медиапотребления студентов

Результаты исследования позволяют утверждать, что существуют следующие закономерности: с ростом внутриличностного конфликта, связанного с недоступностью, но значимостью семьи, снижается уровень реактивирующей и познавательной мотивации, возрастает частота обращения за информацией к журналам и снижается частота обращения за информацией к газетам. При низкой реактивирующей мотивации медиапотребления наблюдается внутриличностный конфликт в сфере любви, а при высокой – в сфере здоровья. Повышение уровня коммуникативных мотивов медиапотребления студентов связано с повышением внутриличностного конфликта нереализованности желания быть материально обеспеченным и снижением конфликта в сфере дружбы. При возрастании уровня

внутриличностного конфликта нереализованности стремления к прекрасному снижаются уровень волевого контроля и рефлексивная критичность по отношению к медиасредствам.

Таким образом, результаты исследования позволили сделать следующие **выводы**:

1. У современной молодежи базовыми являются ценности «здоровье», «любовь» и «семья». Наиболее доступны для них «активная жизнь», «друзья» и «познание». Внутриличностные конфликты студентов связаны с нереализованностью семейных, профессиональных, материальных и личных ценностей.

2. Медиапотребление у студентов носит целенаправленный характер, отличается критичностью восприятия информации. Молодые люди владеют способами поиска и обработки информации, что позволяет им продуктивно расходовать свое время на данный вид деятельности. Они обладают достаточным уровнем знаний, умений, навыков, способствующих хорошей ориентации в окружающем медиапространстве.

3. Мотивацию медиапотребления, степень вовлеченности в медиапространство и выбор медиасредств определяют значимость, доступность терминальных ценностей и уровень внутриличностного конфликта нереализованности различных желаний. При этом:

а. Выбор медиасредств связан со значимостью для студентов семьи и свободы; доступностью здоровья и интересной работы; уровнем конфликта нереализованности желания иметь счастливую семью.

б. Мотивы медиапотребления связаны со значимостью для студентов здоровья, материальных благ, творчества и познания; доступностью счастья в семье, любви, познания, дружбы и красоты; уровнем конфликта нереализованности желания быть здоровым, обеспеченным, уверенным в себе, любить, иметь счастливую семью и верных друзей.

с. Степень вовлеченности в медиапространство определяется значимостью для студента возможности иметь интересную работу, быть материально обеспеченным; наличием верных друзей и возможностью наслаждаться красотой.

### ***Литература***

1. Слободчиков В.И. Основы психологической антропологии. Психология развития человека: Развитие субъективной реальности в онтогенезе. М. : Школьная пресса, 2000. 416 с.
2. Сотникова А.В. Ценность труда в иерархии ценностей студенческой молодежи в контексте формирования профессиональной мотивации // Общество и право. 2011. № 1. С. 262–268.
3. Якимчук С.А. Формирование ценностных ориентаций студенческой молодежи в вузе // Общество. Экономика. Культура: Актуальные проблемы, практика решения: К 25-летию Санкт-Петербургского университета управления и экономики : материалы V Международной научно-практической конференции. СПб., 2015. С. 192–200.
4. Мушкірова А.Н. О формировании профессиональных ценностных ориентаций как фактора развития субъектности студентов // Современная педагогика. 2015. № 2 (27). С. 61–64.

5. Павленко Г.Р. Формирование ценностных ориентаций студентов в образовательных организациях // Научные труды магистрантов, аспирантов и соискателей Нижневартского государственного университета. Нижневартовск, 2015. С. 94–97.
6. Климов А.А. Жизнестойкость и ее взаимосвязь с личностными ценностями студентов // Вестник Самарской гуманитарной академии. Сер. Психология. 2011. № 2(10). С. 14–23.
7. Демченко З.А. Исследование категории «ценностное отношение» в научно-исследовательской деятельности студентов // Ценности и смыслы. 2012. № 1(17). С. 137–151.
8. Демченко З.А. Ценностное отношение в структуре целенаправленной научно-исследовательской деятельности студентов современного вуза: особенности, тенденции и смысл // Ценности и смыслы. 2013. № 1(23). С. 116–122.
9. Zhdanova N.Ye. Investigating the Students' Value Orientation in the Learning Environment of the Higher School. URL: <http://archive.edscience.ru/en/article/893>
10. Shukshina T.I., Serikova L.A. Formation of spiritual and moral values of an individual in the system of education // The Humanities and Education. 2013. № 4 (16). P. 98–101.
11. Фанталова Е.Б., Куприна О.А. Особенности субъективного переживания внутренних конфликтов у студентов // Личность в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности. 2011. № 1. С. 218–221.
12. Манохина О.А., Морозов В.А. Особенности смысложизненных ценностей студентов вузов России // Человеческий капитал. 2013. № 11(59). С. 51–54.
13. Sivrikova N. Gender differences in structure of family values and matrimonial attitudes of students // «GISAP: Psychological Sciences». 2014. № 2. С. 26–29.
14. Баженова Н.Г., Гринь Н.В. Профессиональный интерес как основа формирования профессиональных ценностей личности // В мире научных открытий. 2014. № 3 (51). С. 59–67.
15. Пакина Т.А. Трудовые ценности и установки современных студентов (на материале социологического исследования) // Вестник Московского университета. Сер. Социология и политология. 2014. № 3. С. 120–131.
16. Баймашкина Е.Ю., Рязанцева И.М. Проблемы формирования духовно-нравственных ценностей студентов в системе высших учебных заведений // Евразийский юридический журнал. 2014. № 12. С. 198–199.
17. Ахмадиева З.Р. Формирование ценностей здорового образа жизни студентов вуза // Система ценностей современного общества: сборник материалов XXXVI Международной научно-практической конференции / под общ. ред. С.С. Чернова. Новосибирск : Изд-во ЦРНС, 2014. С. 108–110.
18. Галкина Г.А., Грибкова Е.И. Анализ ценностных ориентаций студентов высшего учебного заведения // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2. С. 432.
19. Husakivska S. Modern students values // Problems of Psychology in the 21st Century. March 2014. Vol. 8, № 1. P. 85–96.
20. Кравежина Л.Е. Влияние трансформации медиасреды на деятельность рекламодателей // Экономический журнал. 2014. Т. 34, № 2. С. 69–75.
21. Лизунова И.В. Чтение в структуре современного медиапотребления // Библиосфера. 2012. № 5. С. 62–66.
22. Назаров М.М., Ковалев П.А. Российская информационная среда: тренды использования ТВ и Интернет в контексте зарубежных сравнений // Информационное общество. 2014. № 1. С. 38–48.
23. Сиврикова Н.В., Бережная Д.Ю., Рафикова Д.Р. Особенности медиапотребления и смысложизненные ориентации студентов. URL: <http://gisap.eu/ru/node/89851>
24. Пташко Т.Г. Социализация личности подростка в условиях детского общественного объединения. Челябинск : Изд-во ЧГПУ, 2012. 161 с.

25. Троянская С.Л., Петрова М.А. Проблемы формирования культуры и стиля медиапотребления у студентов в процессе обучения // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 22(313). С. 205–209.

*Поступила в редакцию 10.03.2016 г.; повторно 12.04.2016 г.; принята 14.04.2016 г.*

**Сведения об авторах:**

**СИВРИКОВА Надежда Валерьевна**; кандидат психологических наук; старший преподаватель кафедры социальной работы, педагогики и психологии Челябинского государственного педагогического университета (Челябинск, Россия).

E-mail: good\_hare@mail.ru

**БЕРЕЖНАЯ Диана Юрьевна**, магистр кафедры социальной работы, педагогики и психологии Челябинского государственного педагогического университета (Челябинск, Россия).

E-mail: Bobnv79@mail.ru

**INTERRELATION OF VALUES WITH STYLE OF MEDIA CONSUMPTION OF STUDENTS**

*Siberian journal of psychology*, 2016, 60, 166–180. DOI: 10.17223/17267080/60/12

**Sivrikova Nadezhda V.**

**Berezhnaya Diana Yu.**

Chelyabinsk State Pedagogical University

E-mail: good\_hare@mail.ru; Bobnv79@mail.ru

**Keywords:** value; valuable orientations of students; intrapersonal conflict; adolescence; conflict of unfulfilled desires; social frustration; role conflict.

Relevance of the research is defined by the importance of studying the psychology of the younger generation and by the need to assess the results of transformation of values under the influence of media consumption. The analysis of research projects on studying the values of students has shown that recently they gained applied character. However, psychologists do not pay enough attention to the analysis of relations between values of students and styles of their media consumption.

Results of the correlation and factor analysis which show the structure of relations between values, their availability, extent of the internal conflict, and style of media consumption among students of the 1st, 2nd, and 3d years are presented in article. In total 187 people took part in the research.

For collecting empirical data the following techniques were used: 1. “The level of relations of ‘value’ and ‘availability’ in various spheres of life” by E.B. Fantalova; 2. “Individual style of media consumption” by Yu.N. Dolgov, et al.; 3. Personal questionnaire of MSIA “Motivational Structure of Informational Activity” by Yu.N. Dolgov, et al.

As a result of the conducted research it was established that for the participants of the research the basic values were the following: “health”, “love” and “family”. The most available to them were “active life”, “friends” and “knowledge”. The intrapersonal conflicts of students were connected with unfulfilled family, professional, material, and personal values.

Media consumption among students had a purposeful character and was characterized with critical perception of information. Young people had their ways to search for information and process it, which allowed them to spend time more productively for this type of activity. They had sufficient level of knowledge, abilities, and skills promoting good orientation in surrounding media environment.

The motivation of media consumption, degree of an involvement into media space, and the choice of media means define the importance, the availability of terminal values, and the level of intrapersonal conflict of unfulfilled desires. At the same time:

a. The choice of media means is related to the importance of a family and freedom for students; to the availability of health and interesting work; to the level of conflict of unfulfilled desire to have a happy family.

b. Motives of media consumption are related to the importance for students of health, wealth, creativity, and knowledge; to the availability of happiness in a family, love, knowledge, friendship, and beauty; to the level of conflict of unfulfilled desire to be healthy, wealthy, self-assured, to love, to have a happy family, and loyal friends.

c. Degree of an involvement into media space is defined by the importance for the student of an opportunity to have interesting work, and to be (exist).

## *References*

1. Slobodchikov, V.I. (2000) *Osnovy psikhologicheskoy antropologii. Psikhologiya razvitiya cheloveka: Razvitie sub"ektivnoy real'nosti v ontogeneze* [Fundamentals of Psychological Anthropology. Psychology of Human Development: The Development of Subjective Reality in Ontogeny]. Moscow: Shkol'naya pressa.
2. Sotnikova, A.V. (2011) Tsennost' truda v ierarkhii tsennostey studentcheskoy molodezhi v kontekste formirovaniya professional'noy motivatsii [The value of labor value in the axiological hierarchy of the student youth in the context of the professional motivation formation]. *Obshchestvo i pravo – Society and Law*. 1(33). pp. 262-268.
3. Yakimchuk, S.A. (2015) [Formation of axiological orientations of university students]. *Obshchestvo. Ekonomika. Kul'tura: Aktual'nye problemy, praktika resheniya: K 25-letiyu Sankt-Peterburgskogo universiteta upravleniya i ekonomiki* [Society. Economy. Culture: Topical Problems and Practical Solutions: To the 25th Anniversary of St. Petersburg University of Management and Economics]. Proc. of the International Research Conference. St. Petersburg. pp. 192-200. (In Russian).
4. Mushkirova, A.N. (2015) O formirovanii professional'nykh tsennostnykh orientatsiy kak faktora razvitiya sub"ektivnosti studentov [On the formation of professional value orientations as the factor in the development of students's subjectivity]. *Sovremennaya pedagogika – Modern Pedagogy*. 2(27). pp. 61-64. (In Russian).
5. Pavlenko, G.R. (2015) Formirovanie tsennostnykh orientatsiy studentov v obrazovatel'nykh organizatsiyakh [The formation of axiological orientations of students in educational institutions]. In: Korichko, A.V. (ed.) *Nauchnye trudy magistrantov, aspirantov i soiskateley Nizhnevartovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Proceedings of undergraduates, graduate students and applicants of Nizhnevartovsk State University]. Nizhnevartovsk: Nizhnevartovsk State University. pp. 94-97.
6. Klimov, A.A. (2011) Viability and its relations with the students' personal values. *Vestnik Samarskoy gumanitarной akademii. Ser. Psikhologiya – The Bulletin of Samara Humanitarian Academy. Psychology*. 2(10). pp. 14-23. (In Russian).
7. Demchenko, Z.A. (2012) Issledovanie kategorii "tsennostnoe otnoshenie" v nauchno-issledovatel'skoy deyatel'nosti studentov [The category "axiological attitude" in the students' research]. *Tsennosti i smysly*. 1(17). pp. 137-151.
8. Demchenko, Z.A. (2013) Tsennostnoe otnoshenie v strukture tselenapravlennoy nauchno-issledovatel'skoy deyatel'nosti studentov sovremennogo vuza: osobennosti, tendentsii i smysl [Axiological attitude to the structure of university students' targeted research: characteristics, tendencies and sense]. *Tsennosti i smysly*. 1(23). pp. 116-122.
9. Zhdanova, N.Ye. (2014) Investigating the Students' Value Orientation in the Learning Environment of the Higher School. *The Education and Science Journal*. 7. [Online] Available from: <http://archive.edscience.ru/en/article/893>.
10. Shukshina, T.I. & Serikova, L.A. (2013) Formation of spiritual and moral values of an individual in the system of education. *The Humanities and Education*. 4(16). pp. 98-101.

11. Fantalova, E.B. & Kuprina, O.A. (2011) Subjective experience of internal conflicts in students. *Lichnost' v ekstremal'nykh usloviyakh i krizisnykh situatsiyakh zhiznedeyatel'nosti*. 1. pp. 218-221.
12. Manokhina, O.A. & Morozov, V.A. (2013) Osobennosti smyslozhiznennykh tsennostey studentov vuzov Rossii [The life sense values of Russian university students]. *Chelovecheskiy kapital*. 11(59). pp. 51-54.
13. Sivrikova, N. (2014) Gender differences in structure of family values and matrimonial attitudes of students. *GISAP: Psychological Sciences*. 2. pp. 26-29. DOI: <http://dx.doi.org/10.18007/gisap.ps.v0i2.466>
14. Bazhenova, N.G. & Grin, N.V. (2014) Professional'nyy interes kak osnova formirovaniya professional'nykh tsennostey lichnosti [Professional interest as the basis for the development of the person's professional values]. *V mire nauchnykh otkrytiy – In the World of Scientific Discoveries*. 3(51). pp. 59-67.
15. Pakina, T.A. (2014) Labor values and attitudes of today's college students to sociological research material. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. Sotsiologiya i politologiya – Moscow State University Bulletin. Sociology and Political Science*. 3. pp. 120-131. (In Russian).
16. Baymyashkina, E.Yu. & Ryazantseva, I.M. (2014) Problems of formation of students spiritual and moral values in higher education institutions. *Evrasiyskiy yuridicheskiy zhurnal – Eurasian Law Journal*. 12. pp. 198-199. (In Russian).
17. Akhmadieva, Z.R. (2014) Formirovanie tsennostey zdorovogo obraza zhizni studentov vuzov [The formation of values of university students' healthy lifestyle]. In: Chernov, S.S. (ed.) *Sistema tsennostey sovremennogo obshchestva* [The system of values of the modern society]. Novosibirsk: TsRNS. pp. 108-110.
18. Galkina, G.A. & Gribkova, E.I. (2013) Analiz tsennostnykh orientatsiy studentov vysshego uchebnogo zavedeniya [The analysis of axiological orientations of university students]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya – Modern Problems of Science and Education*. 2. p. 432.
19. Husakivska, S. (2014) Modern students values. *Problems of Psychology in the 21st Century*. 8(1). pp. 85-96.
20. Kravetzina, L.E. (2014) Vliyaniye transformatsii mediasredy na deyatel'nost' reklamodately [The impact of the media environment transformation on the activities of advertisers]. *Ekonomicheskii zhurnal*. 34(2). pp. 69-75.
21. Lizunova, I.V. (2012) Chteniye v strukture sovremennogo mediapotrebleniya [Reading in the structure of modern media consumption]. *Bibliosfera*. 5. pp. 62-66.
22. Nazarov, M.M. & Kovalev, P.A. (2014) Rossiyskaya informatsionnaya sreda: trendy ispol'zovaniya TV i internet v kontekste zarubezhnykh sravneniy [Russian information environment: Trends in the use of TV and Internet in the context of international comparisons]. *Informatsionnoye obshchestvo – Information Society*. 1. pp. 38-48.
23. Sivrikova, N.V., Berezhnaya, D.Yu. & Rafikova, D.R. (n.d.) *Osobennosti mediapotrebleniya i smyslozhiznennyye orientatsii studentov* [Media consumption and students' life orientations]. [Online] Available from: <http://gisap.eu/ru/node/89851>.
24. Ptashko, T.G. (2012) *Sotsializatsiya lichnosti podrostka v usloviyakh detskogo obshchestvennogo ob"edineniya* [Socialization of the adolescent in children's public associations]. Chelyabinsk : Chelyabinsk State Pedagogical University.
25. Troyanskaya, S.L. & Petrova, M.A. (2013) Problemy formirovaniya kul'tury i stilya mediapotrebleniya u studentov v protsesse obucheniya [Problems of formation of the students' media-consumption culture and style during the learning process]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 22(313). pp. 205-209.

Received 10.03.2016;

Revised 12.04.2016;

Accepted 14.04.2016