

Санникова Т.Д. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Томск, Россия

# Трансформация системы ценностей и рост социальной энтропии как угрозы нарастания социально-экономических деформаций

## ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Санникова Т.Д. Трансформация системы ценностей и рост социальной энтропии как угрозы нарастания социально-экономических деформаций // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 11. – С. 4295–4308. doi: [10.18334/ce.15.11.113684](https://doi.org/10.18334/ce.15.11.113684)

## АННОТАЦИЯ:

Статья посвящена анализу изменений ценностных ориентаций в российском обществе, коррелирующих с нарастанием социальной энтропии как меры неупорядоченности социально-экономической системы. Рассматриваются результаты исследований начиная с 1990-х годов и до нашего времени. Основное внимание уделено результатам авторского экспресс-исследования системы ценностей студентов и преподавателей регионального вуза.

## ФИНАНСИРОВАНИЕ:

Работа выполнена при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 21–011–31500).

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** система ценностей, социальная энтропия, ценностные ориентации, трансформация ценностей, семья, здоровье, деньги, карьера, дружба

## ОБ АВТОРЕ

Санникова Татьяна Дмитриевна, доцент кафедры менеджмента, кандидат экономических наук (TGluk@yandex.ru)

Sannikova T.D. <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Russia

# The value system transformation and the social entropy growth as a threat of socio-economic deformations

## CITE AS:

Sannikova T.D. (2021) Transformatsiya sistemy tsennostey i rost sotsialnoy entropii kak ugrozy narastaniya sotsialno-ekonomicheskikh deformatsiy [The value system transformation and the social entropy growth as a threat of socio-economic deformations]. *Kreativnaya ekonomika*. 15. (11). – 4295–4308. doi: [10.18334/ce.15.11.113684](https://doi.org/10.18334/ce.15.11.113684)

## ABSTRACT:

The article is devoted to the analysis of changes in value orientations in Russian society correlating with the growth of social entropy as a measure of the socio-economic system disorder. The results of researches, starting from the 1990s and up to our time, are considered. The main attention is paid to the results of the author's express study of the value system of students and teachers in the regional university.

**ACKNOWLEDGMENTS:** The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research (project No. 21–011–31500).

**KEYWORDS:** value system, social entropy, value orientations, values transformation, family, health, money, career, friendship

**JEL Classification:** Z13, D01, D87

**Received:** 05.10.2021 / **Published:** 30.11.2021

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

**For correspondence:** Sannikova T.D. (TGluk@yandex.ru)

## Введение

Социокультурные трансформации сопровождают процесс эволюции социально-экономических систем всегда. Различаются только интенсивность и скорость происходящих изменений ценностей, потребностей, поведенческих паттернов. Однако в любую эпоху можно проследить определенные тенденции, общий вектор этих трансформаций, обусловленный технологическими и социальными инновациями, затрагивающими большую часть человечества. В начале XXI века на фоне появления в политике и экономике новых глобальных вызовов это общее направление изменения паттернов социального поведения проявилось особенно ярко и требует своего осмысления, т.к. трансформация ценностей может иметь самые серьезные последствия, провоцируя нарастание социальной энтропии – неупорядоченности, деформации социальных систем, расхождения результатов их развития с целевыми ориентирами. Энтропия социальных систем может проявляться в росте бюрократизма и разрастании аппарата чиновников, хаотичности принятия решений, отсутствии системности в управлении страной, росте расслоения и противоречий среди населения. Для снижения угрозы социальной энтропии необходим многоаспектный анализ настроений в обществе, ценностных ориентаций, формирующихся во всех социальных и возрастных группах.

В последние 30 лет в российском обществе фиксируется глубокий кризис, триггером которого изначально стало прекращение существования Советского Союза, спровоцировавшее взрывной рост расслоения населения по разным критериям: финансовому благополучию, политическим взглядам, безопасности, доступу к социальным лифтам, возможности получать образование и медицинскую помощь и многим другим. Исчез единый советский народ и, как следствие, претерпела изменения общая ценностная основа бытия. Все эти процессы сопровождались и усугублялись многочисленными политическими, социально-экономическими и природными потрясениями, ростом неопределенности и агрессивности среды существования, появлением новых технологических и информационных вызовов.

Цель исследования: анализ системы ценностей студенческой молодежи и преподавательского состава технического университета, определение возможных трансформаций и степени их влияния на деформацию социально-экономической системы.

Гипотеза исследования: тенденции трансформации поведенческих паттернов и ценностных ориентиров в современном российском обществе сопрово-

ждаются нарастанием социальной энтропии и появлением угрозы деформации социально-экономической системы.

## Результаты анализа

Система ценностей – это совокупность сложившихся представлений (социальных установок) людей о значении в их жизни предметов и явлений из мира природы и общества, служащая критерием при оценке и выборе решения [2].

Многие исследователи считают, что система ценностей российского населения изменилась настолько, что можно констатировать даже духовно-нравственное обнищание общества [11].

Спорить с тем, что понимание сути жизненного успеха и средств его достижения изменилось, невозможно. Весь путь становления личности сегодня проходит под воздействием новой массовой культуры – тиражирования через СМИ поведенческих паттернов, которые постепенно трансформируют идеалы и ценности людей. Средства массовой информации, а это сегодня не только радио и телевидение, печатные и электронные издания, но и блоги, и социальные сети, окончательно превратились в инструмент манипуляции массовым сознанием, противостоящий таким традиционным средствам формирования личности, как семья, школа, университет. Поток информации, транслирующий разнонаправленные (вследствие расслоения общества) мнения по поводу различных явлений, событий, процессов функционирования и развития социально-экономических систем, реципиенты, не обладающие критическим мышлением и собственными устоявшимися ценностными ориентациями, не способны переработать и извлечь рациональное зерно. При этом целью средств распространения информационного контента является отнюдь не нравственное воспитание и духовное развитие получателей этого контента, а извлечение прибыли любой ценой. В этих условиях легко формируется искаженное восприятие таких понятий, как жизненный успех, возможные средства достижения целей, счастье, семья, смысл жизни. Другими словами, в обществе сегодня наблюдается нравственная дезориентация довольно большого количества людей, особенно молодых, черпающих свои представления о жизни не из собственного опыта, а из шаблонов, предоставляемых современной потребительской массовой культурой. Воспитание «квалифицированного потребителя» как новая цель системы образования провозглашена была еще в 2007 году тогдашним министром образования А. Фурсенко [10] (*Mazurova, 2007*). И несмотря на то, что эта цель пока не стала официальным трендом, на деле ценностная ориентация ощутимо сместилась в направлении

материальных ценностей и финансовых средств на их приобретение, о чем свидетельствуют многочисленные исследования [15].

Например, М.Г. Руднев и В.С. Магун (Институт социологии РАН) в своих исследованиях выявили, что традиционные ценности (в соответствии с одним из подходов к этому понятию: ценности, которым необходимо следовать, нормы, правильные принципы [13]) менее важны для граждан нашей страны, чем ценности богатства, безопасности, достижения. Такое положение вещей легко объясняется пережитыми в 90-х годах потрясениями, буквально сломавшими представления о мире и своей стране большинства россиян. Руднев и Магун считают, что в России растет важность самоутверждения, власти и богатства и падает ценность заботы об окружающих [9] (*Magun, Rudnev, 2010*).

Маликова И.В. считает, что изменение ценностей молодежи приняло угрожающий характер, что выражается в распространении циничных настроений, беспринципности, жестокости, бездуховности, гедонизма и вседозволенности [11]. Она видит подмену ценностей, прежде всего, замену духовных материальными. Однако тут можно было бы возразить: в российском обществе во все времена существовало меньшинство, для которого духовные ценности были на первом месте, и большинство, стремящееся к материальным ценностям. Не такие это и «новые образцы». Думать, что в СССР все население было приверженцем народных традиций и судило о людях по их духовному содержанию, по меньшей мере лицемерно. И уж конечно, возложение вины за фиксирующиеся негативные тенденции трансформации ценностей молодежи на информационно-коммуникационные инновации не выдерживает критики. Дело не в IT-технологиях, а в контенте, наполняющем многочисленные интернет-ресурсы: большинство молодых людей интересуются представителями шоу-бизнеса, о чем говорит число подписчиков на их аккаунты в социальных сетях. Несомненными лидерами на этом поприще выступают Ольга Бузова, у которой 1 млн подписчиков в YouTube и более 21 млн в Instagram, спортсмен Хабиб Нурмагомедов (20 млн в Instagram), Настя Ивлеева (17 млн), певцы Тимати (15 млн) и Егор Крид (12 млн), Ксения Бородина (более 14 млн) и другие. Именно эти персоны чаще всего упоминаются как примеры для подражания молодыми респондентами при опросах в разных городах страны. И здесь налицо полярное расхождение в оценках: для старших поколений упомянутые персоны являются символами распущенности и вульгарности, а для большого числа молодых – символами успеха, красивой жизни, самостоятельности и финансовой независимости [14].

Таким образом, исследователями делается вывод о том, что в системе жизненных ценностей молодых людей доминирует материальное благополу-

чие, предприимчивость, умение заработать деньги, но не талант, знание или трудолюбие, а место семейных ценностей занимают независимость, карьера, положение в обществе. И.В. Маликова пишет о том, что отношение к близким становится более корыстным и эгоистичным, не предполагающим заботы о родителях, детях. В статье 2009 года [11] приводятся результаты исследований, подтверждающие отсутствие семьи и детей среди приоритетных жизненных ценностей. Первое место респонденты независимо от их возраста, пола, уровня образования, социального положения отдают здоровью, затем следуют деньги, и лишь третье место (причем у всех возрастных групп) занимает семья [7] (*Kuchmaeva, Kuchmaev, Petryakova, 2009*).

Однако несколько однобоким представляется подход с позиций негативизма, однозначно (и тенденциозно) трактующий результаты опросов. Существует и мнение, что базовые (традиционные) ценности являются достаточно стабильными, они как любые неформальные институты инерционны, т.е. изменяются медленно и, учитывая дифференциацию российских регионов по массе признаков, в том числе и по социальным паттернам, неравномерно. Интересны в этом контексте исследования трансформации ценностей российского населения, в которых результаты опросов свидетельствуют о неизменной приоритетности семейных ценностей: например, исследование Боечко Н.И., проведенное в 90-е годы XX века, показало, что первое место занимает материальное благополучие, далее – семья и здоровье [1] (*Boenko, 2005*). В 2002–2010 гг., по данным Лапина Н.И., на первом месте – семья, друзья и закон [8] (*Lapin, Belyaeva, 2011*), опрос, проведенный А. Мухаметдиновой в 2015 году по ранжированию перечня российских ценностей, отобранных Русской Православной Церковью, на первое место поставил семью, на второе – патриотизм, на третье – культуру и традиции [5] (*Zyabrikov, 2015*), что явно расходится с пессимистическими результатами некоторых рассмотренных выше исследований.

Таким образом, можно предположить, что трансформация системы ценностей не означает радикального изменения всех прежних ценностей россиян. Базовые ценности сохраняются как раз потому, что выражают фундаментальные, общечеловеческие ориентиры и нормы поведения. И в сознании россиян они глубоко укоренены [8] (*Lapin, Belyaeva, 2011*).

Выводы Н.И. Лапина подтверждаются и новейшими исследованиями, опросами, проводимыми в период пандемии. Так, Уполномоченный по правам человека в РФ Т. Москалькова считает, что безусловным приоритетом в системе ценностей стали жизнь, здоровье и семейные ценности [12]. А в докладе «Трансформация настроений россиян на фоне кризиса 2020

года», подготовленном Центром стратегических разработок (ЦСР) и АНО «Национальные приоритеты», приводится рейтинг топ-12 ценностей россиян, на первых местах которого самоуважение, свобода, диалог, эмпатия и сотрудничество (более 85% респондентов) Такие же ценности, как индивидуализм или конкуренция (выдвигаемые рассмотренными ранее исследованиями на одно из первых мест), выбирались респондентами реже всего. Справедливости ради, надо отметить, что патриотизм или инновационность сегодня не близки каждому третьему россиянину. Зато в период пандемии выдвинулись такие новые ценности, как экология и устойчивое развитие [16].

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) также представил в октябре 2020 года данные мониторингового опроса о жизненных ценностях россиян [4]. Лидерами по изменению ценностей в период пандемии являются здоровье (свое и близких) – стали больше ценить 18% респондентов; отношения с семьей и родными – 12%; наличие работы и возможность контактировать с другими людьми – по 10% соответственно.

В целом самыми важными ценностями россиян по результатам данного опроса являются здоровье и безопасность близких (99% респондентов) материальное благополучие семьи (96%), экология в месте проживания (95%), социальная инфраструктура в их населенном пункте (95%), наличие возможности общаться с друзьями и близкими (95%), а также экономическая и политическая обстановка в стране в целом (91%). Далее по убывающей (скорее важные ценности): возможность достигать поставленных целей (89%), возможность полноценно проводить досуг (79%), климат в месте проживания (73%), творческая самореализация (на работе и вне ее) – 66%, а также их социальный статус и положение в обществе (62%). Интересным итогом стало то, что более половины респондентов признали скорее не важным участие в общественной и политической жизни (53%) и продвижение по карьерной лестнице (58%) [4].

Таким образом, общим трендом многие эксперты считают переоценку ценностей населения, большей части которого пандемия помогла осознать, что в жизни действительно важно, а что второстепенно [6] (*Kulkova, 2020*).

Учитывая озвученный ранее тезис о том, что ценности в разных регионах нашей страны могут существенно отличаться, автор в сентябре 2021 года провел экспресс-исследование ценностей студентов и преподавателей Томского университета систем управления и радиоэлектроники, целью которого являлось сравнение с общероссийскими трендами и определение жизнеспособности гипотезы о серьезной трансформации системы ценностей (особенно у молодежи), ведущей к росту социальной энтропии и деформации социально-

экономической системы. Использовалась методика Гегер А.Э. и Гегер С.А., которые предложили для изучения ценностных ориентаций метод открытых вопросов [3] (Geger, Geger, 2015). Респондентам было предложено самостоятельно определить и проранжировать по степени убывания важности 5 самых значимых жизненных ценностей (с пояснением смысла каждой из них). Участие в опросе приняли студенты очной формы обучения 4 курса бакалавриата и 1 курса магистратуры (всего 90 человек, от 20 до 25 лет, 65% девушек, 35% юношей) и преподаватели в количестве 45 человек (все женщины). Репрезентативность выборки достаточна для выводов по ценностным ориентациям представителей научно-образовательного комплекса, который является системообразующим для Томска. Исследование не предполагало обобщающих выводов в масштабах всей страны и даже Сибирского федерального округа, поскольку Томск существенно отличается по характеристикам населения, таким, например, как количество людей с высшим образованием (58% – рекордный показатель для регионов РФ). На начало 2021 г. население города составляет 568 508 человек. В Томске шесть крупных университетов, шесть научно-исследовательских институтов Сибирского отделения Российской академии наук (СО РАН), Национальный исследовательский медицинский центр и Особая экономическая зона технико-внедренческого типа.

Таблица 1

## Результаты опроса студентов

№	Ценность	Пояснения	Количество респондентов, %	Упоминание на 1 месте, %
1	Семья	Благополучие близких, отношения с родными, семья, дети	83	76
2	Деньги	Финансовая обеспеченность, достаток, богатство	77	17
3	Здоровье	Физическое и психологическое, свое и близких, здоровье, которое дает возможность для счастливой жизни	50	20
4	Саморазвитие	Знания, учеба, самореализация, пробовать новое, читать, смотреть, уметь	50	
5	Друзья	Взаимная поддержка, общение, отсутствие токсичности и негативной энергии	43	15
6	Любовь	Отношения с противоположным полом, взаимность, вдохновляющая сила	33	20

Окончание табл. 1

7	Карьера	Работа, престиж, личный успех, высокооплачиваемая работа, значимость, успешность и самодостаточность	30	
8	Духовное развитие	Медитация, самоанализ, принесение в мир пользы и красоты, возможность вдохновляться, «пища для ума»	17	
9	Свобода	Право выбора, свобода слова, свобода передвижения, независимость от общественного мнения, свободное время	13	25
10	Путешествия	Возможность не оставаться на одном месте, узнавать мир и себя	13	
11	Занятие полезным делом	Нужность людям, значимый вклад в общество, уважение людей	13	
12	Развлечения	Досуг, веселье, отдых, время на себя	13	
13	Комфорт	Место проживания, условия дома, на учебе, на работе	10	
14	Спорт	Физическая культура, здоровый образ жизни, физическая активность	10	
15	Стабильность	Размеренная жизнь, стабильность окружающей обстановки	7	
16	Занятие любимым делом	Работа, хобби	7	
17	Моральное благополучие	Счастье, гармония внутри, стабильное эмоциональное состояние, ментальное здоровье, душевное спокойствие	7	
18	Общественная и социальная значимость	Влияние на окружение, авторитет	7	
19	Свой бизнес	Позволит стать независимым	7	

Источник: составлено автором.

В первую пятерку самых значимых ценностей для студентов вуза вошли: семья (83 %), деньги (77 %), здоровье и саморазвитие (по 50 % соответственно), друзья (43 %) любовь (33%). Причем большинство отметивших семью

как ценность поставили здоровье и благополучие семьи, отношения с родственниками на первое место (76%).

Таким образом, проведенный опрос позволил выяснить, что система ценностей студенческой молодежи Томска в 2021 году не претерпевает значительных трансформаций и соответствует данным ВЦИОМ, полученным год назад. Интересен факт, что ответы принявших участие в опросе иностранных студентов (3%) немного отличались от мнения россиян: так, например, они уделили большее внимание ценности денег (т.е. из пяти ценностей две-три так или иначе были связаны с финансовым благополучием, богатством). При этом в их ответах не было таких ценностей, как дружба, духовное развитие и саморазвитие, свобода.

Возраст респондентов-преподавателей варьировался от 30 до 65 лет. Результаты опроса приведены в *таблице 2*.

Таблица 2

### Результаты опроса преподавательского состава

№	Ценность	Пояснения	Количество респондентов, %	Упоминание на 1 месте, %
1	Семья и близкое окружение	Взаимоотношения, родители, дети, взаимопонимание, благополучие близких	100	40
2	Здоровье	Хорошее самочувствие, отсутствие болезней, осуществление планов	65	40
3	Работа	Карьера, интересное и любимое дело	63	
4	Комфорт	Условия жизни, благополучная удобная жизнь, отдых	60	
5	Деньги	Возможность путешествовать, помогать родителям и детям	55	
6	Спорт	Здоровый образ жизни, физическая активность	40	
7	Личностный рост	Саморазвитие	40	
8	Взаимоотношения с окружающими	Открытое доверительное общение, отсутствие эмоциональных качелей	40	

Окончание табл. 2

9	Внутренняя гармония	Отсутствие стрессов, напряжение, возможность побыть наедине с собой	35	20
10	Дружба	Взаимное доверие, ощущение полноты, нужности, поддержки	20	
11	Уверенность в будущем	Стабильность окружающего мира, общества	20	
12	Положение в обществе	Влияние, значимость мнения для других	18	
13	Свобода	Смысл существования	15	
14	Волонтерство	Благотворительность, помощь	15	

Источник: составлено автором.

## Заключение

Очевидно, что не просматривается радикальное отличие в ценностях преподавателей и студентов. В первую пятерку по значимости вошли семья (подавляющее число респондентов всех возрастов), а также финансовое благополучие и здоровье – это общие для студентов и преподавателей позиции. Отличия первой пятерки ценностей: у студентов в нее входят дружба и саморазвитие, у преподавателей – работа и комфорт. Обращает на себя внимание, что и для студентов, и для преподавателей в число значимых ценностей вошли внутренняя гармония (моральное благополучие), свобода, а также стабильность окружения. Другими словами, просматривается нежелание резких перемен (сказывается опыт 90-х), но при этом высоко ценится независимость, как финансовая, так и в принятии решений.

Таким образом, результаты анализа новейших социологических опросов и авторского экспресс-исследования не подтвердили гипотезу о том, что тенденции трансформации поведенческих паттернов и ценностных ориентиров в современном российском обществе сопровождаются нарастанием социальной энтропии и появлением угрозы деформации социально-экономической системы. Не опровергая наличия закономерных изменений системы ценностей населения, сопровождающих периоды потрясений и социальных катастроф, мы все же считаем, что данные изменения пока не несут угрозы деформации российскому обществу, так как в нем все еще сильно влияние традиционных, базовых ценностей, которые люди готовы отстаивать.

**ИСТОЧНИКИ:**

1. Боечко Н. И. Экономическая культура: проблемы и тенденции развития. – СПб.: Изд-во С.- Петерб. ун-та, 2005. – 299 с.
2. Большой экономический словарь. / под ред. А.Н. Азрилияна. – 5-е изд. доп и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 469 с.
3. Гегер А.Э., Гегер С.А. [Изучение ценностных ориентаций: специфика разных подходов](#) // Вестник Томского государственного университета. – 2015. – № 399. – с. 13–17. – doi: 10.17223/15617793/399/3.
4. Здоровье, безопасность, семья и работа. Данные опросов. Сайт ВЦИОМ. [Электронный ресурс]. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10585> (дата обращения: 30.09.2021).
5. Зябриков В.В. [Систематизация ценностей деловой культуры России](#) // Креативная экономика. – 2015. – № 9. – с. 1191–1204. – doi: 10.18334/се.9.9.1923.
6. Кулькова И.А. Влияние пандемии коронавируса на демографические процессы в России // HumanProgress. – 2020. – № 6(1).
7. Кучмаева О.В., Кучмаев М.Г., Петрякова О.Л. [Трансформация института семьи и семейные ценности](#) // Вестник славянских культур. – 2009. – № 3(13). – с. 20–29.
8. Лапин Н.И., Беляева Н.А. От стабилизации к интегрированной модернизации России. Аналитический доклад. / Институт философии РАН. – М., 2011. – 48 с.
9. Магун В.С., Руднев М.Г. [Базовые ценности россиян в европейском контексте](#) // Общественные науки и современность. – 2010. – № 3. – с. 5–22.
10. Мазурова Л. Потребитель нынче в дефиците // Литературная газета. – 2007. – № 32 (6132).
11. Маликова И.В. Молодежь и трансформация ценностных ориентиров современного общества. Образовательная социальная сеть. [Электронный ресурс]. URL: <https://nsportal.ru/shkola/materialy-metodicheskikh-obedinenii/library/2018/03/03/statya-1> (дата обращения: 25.09.2021).
12. Яковлева Е. Москалькова: В условиях пандемии стремительно меняется система ценностей. Российская газета, 25.11.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2020/11/25/moskalkova-v-usloviiah-pandemii-stremitelno-meniatsia-sistema-cennostej.html> (дата обращения: 02.10.2021).
13. Руднев М. Традиционные ценности и реальность. Ведомости, 17 мая 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/16/801630-traditsionnie-tsennosti> (дата обращения: 02.10.2021).
14. Ценности, ориентации и участие в политической жизни российского молодого поколения. Левада-центр. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.levada>.

[ru/2020/06/30/tsennosti-orientatsii-i-uchastie-v-politicheskoy-zhizni-rossijskogo-molodogo-pokoleniya/](https://ria.ru/2020/06/30/tsennosti-orientatsii-i-uchastie-v-politicheskoy-zhizni-rossijskogo-molodogo-pokoleniya/) (дата обращения: 02.10.2021).

15. Ценностные ориентации российской молодежи и реализация государственной молодежной политики: результаты исследования. / монография / Государственный университет управления; [под общ. ред. С.В. Чуева]. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – 131 с.
16. Эксперты назвали главные жизненные ценности россиян. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20200807/1575489749.html><https://ria.ru/20200807/1575489749.html> (дата обращения: 25.09.2021).

## REFERENCES:

- Bolshoy ekonomicheskiy slovar* [Big Economic Dictionary] (2002). (in Russian).
- Tsennostnye orientatsii rossiyskoy molodezhi i realizatsiya gosudarstvennoy molodyozhnoy politiki: rezul'taty issledovaniya* [Value orientations of Russian youth and implementation of the state youth policy: research results] (2017). (in Russian).
- Boenko N. I. (2005). *Ekonomicheskaya kultura: problemy i tendentsii razvitiya* [Economic culture: problems and development trends] (in Russian).
- Geger A.E., Geger S.A. (2015). *Izuchenie tsennostnykh orientatsiy: spetsifika raznykh podkhodov* [Values survey: the specificity of different approaches]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. (399). 13–17. (in Russian). doi: [10.17223/15617793/399/3](https://doi.org/10.17223/15617793/399/3).
- Kuchmaeva O.V., Kuchmaev M.G., Petryakova O.L. (2009). *Transformatsiya instituta semi i semeynye tsennosti* [Transformation of institution of family and family values]. *Vestnik slavyanskikh kultur*. (3(13)). 20–29. (in Russian).
- Kulkova I.A. (2020). *Vliyanie pandemii koronavirusa na demograficheskie protsessy v Rossii* [The impact of the coronavirus pandemic on demographic processes in Russia]. *HumanRgress*. (6(1)). (in Russian).
- Lapin N.I., Belyaeva N.A. (2011). *Ot stabilizatsii k integrirovannoy modernizatsii Rossii. Analiticheskiy doklad* [From stabilization to integrated modernization of Russia. Analytical report] (in Russian).
- Magun V.S., Rudnev M.G. (2010). *Bazovye tsennosti rossiyan v evropeyskom kontekste* [The basic values of Russians in the European context]. *Social Sciences and Contemporary World*. (3). 5–22. (in Russian).

Mazurova L. (2007). *Potrebitel nynche v defitsite* [The consumer is now in short supply]. *Literaturnaya gazeta*. (32 (6132)). (in Russian).

Zyabrikov V.V. (2015). *Sistematizatsiya tsennostey delovoy kultury Rossii* [Classification of the Russian business culture values]. *Creative economy*. (9). 1191–1204. (in Russian). doi: [10.18334/ce.9.9.1923](https://doi.org/10.18334/ce.9.9.1923).