



Ksenia Reznikova
PhD (Philosophy), Associate Professor,
Siberian Federal University
79 Svobodny Ave., Krasnoyarsk, 660041, Russia
k-reznikova@inbox.ru



Natalia Seredkina
PhD (Philosophy), Associate Professor,
Siberian Federal University
79 Svobodny Ave., Krasnoyarsk, 660041, Russia
seredkinann@mail.ru



Natalia Koptseva
D.Sc. (Philosophy), Professor,
Siberian Federal University
79 Svobodny Ave., Krasnoyarsk, 660041, Russia
koptseva63@mail.ru



Julia Zamaraeva
PhD (Philosophy), Associate Professor,
Siberian Federal University
79 Svobodny Ave., Krasnoyarsk, 660041, Russia
zamaraevay@bk.ru

Regional specifics of social values and their impact on Central Siberian territories' modernization (based on research of Krasnoyarsk region)

Abstract

Market transition in post-socialist societies is directly linked to the concept of values. Assumptions about pace of regional transition can be made from information about dynamics of values, shared by social subjects living in this area and give an instrument to predict pace of modernization. In the article the results of the survey of values shared among schoolchildren and students, conducted in Krasnoyarsk region of Central Siberia in 2016, are presented. The authors outline correlation of educational level, age and values, underline primal social meaning of the term «value» within the social groups under investigation, and define core values of these groups. Gender associations, social identification, and their economic impact are shown. A significant result of the analysis is that the value «family» is the most important for both groups of the respondents. Among students personal values and priorities significantly dominate social and community ones which is an important issue in policy-making for Central Siberia.

Keywords: Central Siberia; Modernization; Values; Krasnoyarsk Region; Reindustrialization; Youth

JEL Classification: I2; R1; Z1

Acknowledgements. 1) *The research was supported by the grant from RGFH and Krasnoyarsk region (No. 15-16-24007 «Complex Research of Indigenous Small Peoples of the Arctic Zone of the Eastern Siberia in the Field of Fundamental Medical Care, Distance Education, Socio-Cultural and Economic Activities»).* 2) *The article was prepared with financial support from Krasnoyarsk Regional Fund for Support Scientific and Scientific-Technical Activity.*

DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V160-18>

Резникова К. В.

кандидат філософських наук, доцент,
Сибірський федеральний університет, Російська Федерація

Серьодкіна Н. М.

кандидат філософських наук, доцент,
Сибірський федеральний університет, Російська Федерація

Копцева Н. П.

доктор філософських наук, професор,
Сибірський федеральний університет, Російська Федерація

Замараєва Ю. С.

кандидат філософських наук, доцент,
Сибірський федеральний університет, Російська Федерація

Регіональна специфіка соціальних цінностей та їх вплив на процеси модернізації територій Центрального Сибіру (на матеріалі досліджень Красноярського краю)

Анотація. Ринкові процеси в постсоціалістичних суспільствах безпосередньо пов'язані з поняттям цінностей. Динаміка цінностей, які поділяють соціальні суб'єкти, що мешкають на певній території, дає уявлення про ймовірний темп її модернізації. У статті показано результати дослідження ціннісних орієнтацій школярів та студентів Красноярського краю в 2016 році. Визначено кореляції рівня освіти, віку й цінностей, отримано дані про пріоритетне соціальне значення терміна «цінності» в досліджуваних групах, а також виявлено основні цінності, характерні для цих груп. Розкрито особливості гендерних асоціацій, виявлено зміст процесів соціальної ідентифікації та визначено їх економічні наслідки.

Ключові слова: Центральний Сибір; модернізація; цінності; Красноярський край; реіндустріалізація; молодь.

Резникова К. В.

кандидат философских наук, доцент, Сибирский федеральный университет, Россия

Середкина Н. Н.

кандидат философских наук, доцент, Сибирский федеральный университет, Россия

Копцева Н. П.

доктор философских наук, профессор, Сибирский федеральный университет, Россия

Замараева Ю. С.

кандидат философских наук, доцент, Сибирский федеральный университет, Россия

Региональная специфика социальных ценностей и их влияние на процессы

модернизации территорий Центральной Сибири (на материале исследований Красноярского края)

Аннотация. Рыночные процессы в постсоциалистических обществах непосредственно связаны с понятием ценностей. Динамика ценностей, разделяемых социальными субъектами, проживающими на определенной территории, дает представление о возможном темпе ее модернизации. В статье продемонстрированы результаты изучения ценностных установок у школьников и студентов Красноярского края в 2016 году. Определены корреляции уровня образования, возраста и ценностей, получены данные о приоритетном социальном значении термина «ценности» в исследуемых группах, а также выявлены основные ценности, характерные для этих групп. Раскрыты особенности гендерных ассоциаций, выявлено содержание процессов социальной идентификации и определены их экономические последствия.
Ключевые слова: Центральная Сибирь; модернизация; ценности; Красноярский край; реиндустриализация; молодежь.

1. Постановка проблемы

Модернизационные процессы, влекущие за собой адаптацию различных сторон жизни общества к требованиям времени, стали одной из характерных черт современного социально-экономического развития территорий. Процессы модернизации у различных территориальных общностей имеют определенные отличия, естественно, такое своеобразие характерно и для Центральной Сибири. Центральная Сибирь – поликультурный регион, имеющий собственную региональную стратегию развития. Экономические и технологические изменения, социальные процессы, определяющие современное общество модерности, напрямую связаны с ценностными установками, разделяемыми большинством социальных субъектов. В связи с этим, представляется актуальным исследовать региональную специфику ценностных предпочтений и их влияние на процессы модернизации территорий Центральной Сибири.

2. Анализ последних исследований и публикаций

Изучение проблем ценностей и ценностных установок в различных странах является важной темой многих исследований. Так, изучением ценностей датчан занимаются T. Lundhede, T. Bille, V. Hasler (2013), ценности населения Ирландии исследуют V. Upton, A. N. Dhubhain, C. Bullock (2012), Канады – G. B. Lewis, E. S. Ng (2013), США – Y. Vasquez-Salgado, P. M. Greenfield, R. Burgos-Cienfuegos (2015), Германии – C. Grebitus, B. Steiner, M. Veeman (2015), Швеции – P. J. Kajonius, A. M. Daderman (2014), Таиланда – S. Chantara, R. Koul, S. Kaewkuekool (2014), Великобритании – S. Bradley, E. Kirby, M. Madriaga (2015), России – R. R. Nasibullov, L. M. Kashapova, Z. S. Shavaliyeva (2015), V. G. Nemirovskiy (2015), N. Koptseva и K. Reznikova (2015), S. Azarenko (2013), S. Kostylev (2015).

Для исследования проблемы ценностей используются разнообразные методы. Так, метод многомерного шкалирования использован у W. Bilsky, A. K. Doring, F. van Beeck, I. Rose, J. Schmitz, K. Aryus, L. Drogekamp, J. Sindermann (2013). Основным методом исследования для C. Hemingway, S. Adams, M. Stuhlsatz (2015) выступил лексический анализ открытых вопросов. Y. Vasquez-Salgado, P. M. Greenfield, R. Burgos-Cienfuegos (2015) использовали метод письменного интервьюирования (ответы на открытые вопросы) и последующие групповое интервью. F. M. Sortheix и J.-E. Lonngqvist (2015) используют регрессионный анализ. R. R. Nasibullov, L. M. Kashapova, Z. S. Shavaliyeva (2015) применяют такие методы, как изучение научно-исследовательских и нормативно-правовых материалов, анализ, синтез и интерпретация. В качестве основного метода у V. J. Skinner, A. Braunack-Mayer, T. A. Winning (2015) использовано интервьюирование. C. McEwen, F. Tede (2014) в качестве основных методов использовали онлайн анкеты и интервью, у S. Chantara, R. Koul, S. Kaewkuekool (2014) представлен множественный регрессионный анализ.

Довольно часто исследования, затрагивающие ценностные предпочтения, выполняются для решения маркетинговых задач. A. Lee, C. U. Lambert, R. Law (2012) провели

исследование в потребительской сфере – среди посетителей ресторанов – и заключили, что социальные ценности определяют поведение клиентов в большей степени, чем экономические соображения. M.-J. Agost, M. Vergara (2014) осуществили маркетинговое исследование, посвященное изучению влияния эмоций на выбор товаров покупателем. E. S. T. Wang (2013) проведено маркетинговое исследование взаимосвязи бренда товара, качества и оформления упаковки, с одной стороны, и ценностных предпочтений покупателя, с другой, при выборе определенного товара. C. Fezzi, I. J. Bateman, S. Ferrini (2014) изучают ценность времени, потраченного людьми во время отпуска на путешествии до места отдыха. C. Grebitus, B. Steiner, M. Veeman (2015) изучают ценностные предпочтения респондентов из Германии в выборе пищи на примере выбора картофеля.

E. M. Witesman, L. C. Walters (2015) обсуждают вопрос о невозможности существования универсальной иерархии ценностей и концентрируют внимание на контекстно-зависимых ценностных иерархиях. R. O. Murphy, K. A. Ackermann (2014) рассматривая теорию социально-ценностной ориентации, пришли к выводу, что действия людей определяются отнюдь не стремлением к достижению максимальной выгоды, а руководствуются более сложными социальными предпочтениями. I. H. Gungor, H. Eksi, O. T. Aricak (2012) исследуют зависимость ценностных предпочтений молодых людей и их психических наклонностей. В частности, авторы утверждают, что преобладающие ценности власти, гедонизма, успеха, самоконтроля является признаком нарциссических наклонностей личности.

Немало исследований посвящено изучению экологических ценностей. L. Steg, G. Perlaviciute, E. Van der Werff, J. Lurvink (2014) рассматривают влияние на принятие решений в сфере экологии конкурирующих групп ценностей: экологически мотивированным биосферным, эгоистическим, альтруистическим и другим группам ценностей могут противостоять, к примеру, ценности гедонистские, мотивирующие людей игнорировать экологические требования. S.-J. Yin, P.-P. Xu, M. Chen, L.-H. Wu (2014) изучают проблему ценности экологичной пищи. Проблема экологических ценностей является важной составляющей исследований ценностных установок коренных народов, как, к примеру, в работах, посвященных ценностям коренных народов Севера и Сибири, проводимых на материале полевых исследований в Сибирской Арктике (Ilbeykina et al., 2015; Kistova et al., 2014; Koptseva, Kirko, 2014a, 2014b, Koptseva, 2015; Libakova et al., 2014; Zamarayeva et al., 2015).

Современные исследователи активно изучают ценностные системы школьников и студентов. W. Bilsky, A. K. Doring, F. Van Beeck, I. Rose, J. Schmitz, K. Aryus, L. Drogekamp, и J. Sindermann (2013) изучают прежде не рассматриваемые ценностные структуры и предпочтения детей в возрасте 7–12 лет. C. S. Kesici (2015) изучает различные конфигурации психологических потребностей старшеклассников (принадлежность, веселье, свобода, сила) как предшественников формирующихся ценностей. N. R. Salikhova

(2015) провела сравнительное изучение субстанциональных и динамических параметров личностных ценностей американских и российских студентов. Ею было установлено различие в восприятии таких ценностей, как «здоровье», «дружба», «свобода» и др. Автор заключила, что у американских и российских студентов наблюдаются различные представления о достижимости ценностей, что российские студенты находятся в процессе поиска смысла своей деятельности, выбора жизненных перспектив. Таким образом, изучение ценностей студентов и школьников является важным условием прогнозирования будущего социально-экономического развития территории, а исследование ценностных установок студентов и школьников Центральной Сибири является актуальным в связи с разворачивающимися процессами реиндустриализации региона.

3. Методология исследования

С целью исследования ценностей, влияющих на прогнозирование процессов модернизации в Центральной Сибири, были использованы методологические принципы ассоциативного эксперимента А. Назарова и Р. Соколова (в его социологической версии). Актуальность данной методики состоит в возможности выявления, наряду с приоритетными и периферийными ассоциациями респондентов к понятию-стимулу, глубинных социальных смыслов, характерных для общественно-психологических процессов. Далее будет представлен анализ и обобщены результаты исследования социальных смыслов понятия «ценность», бытующих среди школьников и студентов Центральной Сибири. Исследование включало в себя следующие этапы: 1) теоретический анализ современных научных исследований ценностей; 2) проведение письменного ассоциативного эксперимента; 3) статистический анализ полученных результатов; 4) интерпретация и выводы.

4. Основные результаты исследования

Исследование проходило в городе Красноярске (Красноярский край, Россия) в период с 12 января по 1 марта 2016 года. В исследовании принимали участие две группы респондентов по 100 человек в каждой – школьники (11–18 лет) и студенты (18–22 года). Интервьюеры предлагали респондентам описать ассоциации, которые у них возникают на слово-стимул «ценность». Какие-либо дополнительные разъяснения со стороны интервьюеров относительно требуемого количества ассоциаций либо содержания ответов отсутствовали. В результате статистического анализа полученных данных определены 432 ассоциации на слово-стимул «ценность», предложенных школьниками, и 1113 слов-реакций, предложенных студентами (почти втрое больше, чем у школьников). Подобный количественный перевес слов-реакций свидетельствует о более сложной организованной системе ценностей в сознании студентов, для которых характерна большая рефлексия в силу возрастных, воспитательных и образовательных преимуществ.

Во-первых, школьниками предложено почти в три раза меньше часто упоминаемых ассоциаций (16 против 47 у студентов), что может свидетельствовать о более устоявшейся системе ценностей и меньшей индивидуализированности ценностей в студенческой среде. Во-вторых, о более устоявшейся системе ценностей в студенческой группе говорит и более высокая частота упоминания отдельных понятий (в особенности единицы «семья», которую назвали 72 респондента из молодежной группы). В-третьих, изменение возрастных характеристик и образовательного статуса не сказалось на первостепенности ценности – это семья, ее важность лишь усилилась в молодежной аудитории по сравнению с подростковой. В-четвертых, в студенческой среде по сравнению со школьной резко потеряли в абсолютном рейтинге значимости (место среди наиболее значимых) такие ценности, как дружба, друзья и родители, хотя частота их упоминаний осталась практически на том же уровне. В-пятых, как по частоте упоминаемости, так и по месту в рейтинге, в студенческой среде резко выросла значимость любви. В-пятых, ценность «мама», занимавшая в группе школьников 8-е место (7 упоминаний), не вошла в перечень наиболее значимых студенческих ценностей, будучи упомянутой лишь 3 раза.

Ценностью для школьников и студентов обладают практически одни и те же отдельные люди и группы, причем, даже иерархия ценных людей с возрастом и переменной образовательного статуса респондентов меняется незначительно. Наиболее часто упоминаются обеими группами такие понятия, как «семья», «друзья», «родители», «люди», «мама», «дети» и «родные». В эту группу входит ценность, являющаяся абсолютным лидером по частоте упоминания в обеих группах респондентов – «семья». Причем, для школьников это понятие включает в себя больше аспектов, а для студентов, напротив, обладает большей однозначностью.

Для обеих групп респондентов важными являются одни и те же социальные связи: дружба, любовь и отношения в целом. Ценность дружбы остается на одном уровне, несмотря на возраст респондентов и их образовательный статус (37–38 упоминаний). Для студентов по сравнению со школьниками резко повышается ценность любви (в 5 раз). В представлениях студентов диапазон ценных отношений шире, чем в представлениях школьников, но значительная часть этих отношений обладает индивидуальной ценностью (1–2 упоминания).

Здоровье становится более важной ценностью с повышением образовательного статуса и взрослением респондентов. Причем, не только резко увеличивается частота упоминания самого понятия «здоровье» (более чем в 3 раза), но и становится более разнообразным спектр понятий, которые можно отнести к данной группе.

Абстрактные понятия занимают более важное место в ценностной системе студентов, чем в системе школьников. На это указывают как больший диапазон понятий, входящих в данную группу (68 к 19), так и большая частота упоминаемости отдельных понятий, названных респондентами обеих групп. Несмотря на совпадение наиболее важных категорий данной группы (жизнь, мир, духовность), у студентов и школьников, большую значимость они представляют для студентов (в 3–4 раза). Ценностью для студентов, в отличие от школьников, обладает категория «мораль» (24 к 1), которая не только становится более популярной, чем «мир», но и трактуется более четко (в состав категории «совесть» у студентов входит всего две формы, в состав «мира» – 11).

Заслуживающими внимания в данной группе представляются несколько аспектов. Во-первых, практически совпадает количество понятий, вошедших в группу, как среди школьников, так и студентов. Следовательно, с незначительным изменением возраста и образовательного статуса место материальных ценностей практически не изменяется. Во-вторых, основные материальные ценности (деньги, золото, драгоценности, украшения) фактически не изменили своих позиций в рейтинге ни в абсолютном зачете, ни по количеству упоминаний, что также указывает на довольно устойчивое положение не только материального в целом, но и наиболее значимых его частей в системе ценностей подростков и молодежи.

Время респонденты начинают в большей степени ценить, становясь более взрослыми и повышая свой образовательный статус. Более ценными в этих условиях становятся и традиции. С взрослением и повышением образовательного статуса сакральные ценности становятся более значимыми в представлениях респондентов. Причем, увеличивается не только их разнообразие (7 к 1), но и частота упоминаемости (19 к 3).

Ценности культуры становятся более значимыми в процессе взросления и с изменением образовательного статуса: культура, искусство и традиции среди студентов в совокупности были упомянуты 36 раз, в то время как среди школьников – 7 раз.

Ценности образования, знания представлены в ценностных системах школьников и студентов достаточно слабо, что является интересным фактом – ведь основной деятельностью респондентов обеих групп является получение образования. Лишь категория «знание» оказывается важной как для школьников, так и для студентов, но только для одной десятой респондентов. Работа стано-

вится более важной ценностью для человека с взрослением и с ростом образовательного статуса.

Группа ассоциаций, связанных с ценными качествами, свидетельствует о том, что студентами качества в большей мере воспринимаются как ценности, чем школьниками; наиболее важным качеством в системе ценностей респондентов обеих групп является доброта.

В целом, эмоции не являются достаточно значимыми ценностями для респондентов обеих групп. Действия не составляют отдельной группы ценностей ни для студентов, ни для школьников. Несмотря на достаточно большой спектр понятий, входящих в группу природных ценностей, они редко упоминаются респондентами, что свидетельствует о том, что природа является ценностью, но значение ее для школьников и студентов не очень велико.

Респонденты обеих групп уделяют незначительное внимание группам, которым принадлежат ценности. «Общество», упомянутое 11 раз студентами, может рассматриваться не только как группа, ценности которой разделяют респонденты, но и как самостоятельная ценность.

5. Выводы

Результаты ассоциативного эксперимента, проводимого среди школьников и студентов, проживающих на территории Центральной Сибири (Красноярский край), позволили сделать следующие выводы относительно региональной специфики ценностных предпочтений.

Анализ наиболее **высокочастотных ассоциаций**, предложенных респондентами, свидетельствует о тенденции к формированию среди студенческой молодежи более устойчивой ценностной системы; приоритетной ценностью для обеих групп является ценность семьи (122 упоминания понятия «семья»); наблюдается разделение среди респон-

дентов ценностных предпочтений относительно личностных и социальных реакций. Так, в группе школьников наиболее значимыми выступают слова-реакции, имеющие в большей степени социальную направленность: «друзья» (2 место согласно рейтингу), «дружба» (3), «деньги» (4). Наиболее частыми словами-реакциями на слово-стимул «ценность» среди студентов стали ассоциации, носящие универсальный, общеприкладной характер: «любовь» (2), «жизнь» (3), «мораль» (4). Для студенческой молодежи важными скорее ценности личностного, чувственного, индивидуального характера, чем общественного. Характерна динамика ценностных предпочтений среди респондентов по мере взросления и повышения образовательного статуса. В частности, это касается таких ценностей, как любовь, здоровье, жизнь, мораль, время, духовность, культура.

На основе проведенного эмпирического исследования можно смоделировать ряд процессов социальной идентификации, присущих исследуемым группам, – субъектам процесса модернизации на территориях Центральной Сибири. В структуре социальной идентичности респондентов ключевое значение имеет возрастной и образовательный аспекты, определяющие динамичный характер ценностной системы. Подвижность ценностной системы проявляется не только в изменении ценностных приоритетов среди респондентов, но и в тенденции к формированию, по мере взросления и повышения образовательного статуса, скорее личностной идентичности, чем общественной. В структуре личностной идентичности определяющую роль играет семейная идентификация как незыблемая ценность, характеризующая традиционный вектор развития социума. Последний, в свою очередь, определяет специфику процесса модернизации в Центральной Сибири.

References

- Agost, M.-J., & Vergara, M. (2014). Relationship between meanings, emotions, product preferences and personal values. Application to ceramic tile floorings. *Applied Ergonomics*, 45(4), 1076-1086. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.apergo.2014.01.008>
- Azarenko, S. A. (2013). Modernity: Transformation of System of Values and its Anthropological Significance. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 12(6), 1867-1878. Retrieved from http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/10125/13_Azarenko.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bradley, S., Kirby, E., & Madriaga, M. (2015). What students value as inspirational and transformative teaching. *Innovations in Education and Teaching International*, 52(3), 231-242. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/14703297.2014.880363>
- Brown, G. (2013). Relationships between spatial and non-spatial preferences and place-based values in national forests. *Applied Geography*, 44, 1-11. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.apgeog.2013.07.008>
- Chantara, S., Koul, R., & Kaewkuekool, S. (2014). Relationship between lifestyle values and achievement goal orientation among vocational students in Thailand. *Journal of Beliefs and Values*, 35(1), 36-47. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/13617672.2014.884848>
- Fezzi, C., Bateman, I. J., & Ferrini, S. (2014). Using revealed preferences to estimate the value of travel time to recreation sites. *Journal of Environmental Economics and Management*, 67(1), 58-70. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jeem.2013.10.003>
- Grebitus, C., Steiner, B., & Veeman, M. (2015). The roles of human values and generalized trust on stated preferences when food is labeled with environmental footprints: Insights from Germany. *Food Policy*, 52, 84-91. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2014.06.011>
- Gungor, I. H., Eksi, H., & Aricak, O. T. (2012). Value preferences predicting narcissistic personality traits in young adults. *Kuramve Uygulamada Egitim Bilimleri*, 12, 1281-1290. Retrieved from <http://www.kuyeb.com/pdf/tr/2817445698dcb2c1dce042959a27a7d0gort.pdf>
- Hemingway, C., Adams, C., & Stuhlsatz, M. (2015). Digital collaborative learning: Identifying what students value. *F1000 Research*, 4. doi: <http://dx.doi.org/10.12688/f1000research.6223.1>
- Ilbeykina, M. I., Kolesnik, M. A., Libakova, N. M., & Sertakova, E. A. (2015). Global and local trends in development of the Siberian city of Krasnoyarsk. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3S5), 241-248. doi: <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3s5p241>
- Kajonius, P. J., & Daderman, A. M. (2014). Exploring the relationship between honesty-humility, the big five, and liberal values in Swedish students. *Europe's Journal of Psychology*, 10(1), 104-117. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:703682/FULLTEXT01.pdf>
- Kesici, S. (2015). Psychological needs as predictors of human values in high school students. *Anthropologist*, 19(2), 499-506. Retrieved from [http://www.krepublishers.com/02-Journals/T-Anth/Anth-19-0-000-15-Web/Anth-19-2-000-15-Abst-PDF/T-ANTH-19-2-499-15-1144-Kesici-S/T-ANTH-19-2-499-15-1144-Kesici-S-TX\[20\].pmd.pdf](http://www.krepublishers.com/02-Journals/T-Anth/Anth-19-0-000-15-Web/Anth-19-2-000-15-Abst-PDF/T-ANTH-19-2-499-15-1144-Kesici-S/T-ANTH-19-2-499-15-1144-Kesici-S-TX[20].pmd.pdf)
- Kistova, A. V., Pimenova, N. N., Zamaraeva, Ju. S., & Reznikova, K. V. (2014). Research possibilities for studying the indicators of quality of life of indigenous peoples of the North (based on the study of indigenous peoples of the North of Russia). *Life Sciences Journal*, 11(6s), 593-600. Retrieved from http://www.lifesciencesite.com/life1106s/123_25551life1106s14_593_600.pdf
- Koptseva, N. P. (2015). The current economic situation in Taymyr (the Siberian Arctic) and the prospects peoples' traditional economy. *Economic Annals-XXI*, 9-10, 95-97. Retrieved from http://soskin.info/en/ea/2015/9-10/contents_22.html
- Koptseva, N. P., & Kirko, V. I. (2014a). Ethic identification of indigenous people of the Siberian Arctic. *American Journal of Applied Sciences*, 11(9), 1573-1577. Retrieved from <http://thescpublish.com/PDF/ajassp.2014.1573.1577.pdf>
- Koptseva, N. P., & Kirko, V. I. (2014b). Post-Soviet practice of preserving ethnocultural identity of indigenous peoples of the North and Siberia in Krasnoyarsk Region of the Russian Federation. *Life Sciences Journal*, 11(7), 180-185. Retrieved from http://www.lifesciencesite.com/life1107/022_24107life110714_180_185.pdf
- Koptseva, N. P., & Reznikova, K. V. (2015). Modern War as a Cultural Phenomenon. Causes of War. Results of the Associative Experiment with «Modern War» Associate (Based on Research Carried Out in the Student Groups of Siberian Federal University). *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 8(8), 1591-1610. doi: <http://dx.doi.org/10.17516/1997-1370-2015-8-8-1591-1610>
- Kostylev, S. V. (2015). Art Management as Administrative System of Broadcast of Art Values. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 8(8), 1611-1624. doi: <http://dx.doi.org/10.17516/1997-1370-2015-8-8-1611-1624>
- Lee, A., Lambert, C. U., & Law, R. (2012). Customer Preferences for Social Value over Economic Value in Restaurants. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 17(5), 473-488. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2011.627350>
- Lewis, G. B., & Ng, E. S. (2013). Sexual orientation, work values, pay, and preference for public and nonprofit employment: Evidence from Canadian postsecondary students. *Canadian Public Administration*, 56(4), 542-564. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/capa.12039>
- Libakova, N. M., Sitnikova, A. A., Sertakova, E. A., Kolesnik, M. A., & Ilbeykina, M. I. (2014). Interaction of the Yakut ethnicity and biological systems in the territory of the Sakha Republic (Hordogoy settlement, Suntarsky District) and Krasnoyarsk Krai (Essey settlement, Evenks District). *Life Sciences Journal*, 11(6s), 585-592. Retrieved from http://www.lifesciencesite.com/life1106s/122_25550life1106s14_585_592.pdf
- Lundhede, T., Bille, T., & Hasler, B. (2013). Exploring preferences and non-use values for hidden archaeological artefacts: A case from Denmark. *International Journal of Cultural Policy*, 19(4), 501-530. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2011.652624>
- Murphy, R. O., & Ackermann, K. A. (2014). Social Value Orientation: Theoretical and Measurement Issues in the Study of Social Preferences. *Personality and Social Psychology Review*, 18(1), 13-41. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1088868313501745>
- Nasibullov, R. R., Kashapova, L. M., & Shavaliyeva, Z. S. (2015). Conditions of formation of social successfulness of students with disabilities in the system of continuous inclusive education on the basis of value approach. *International Journal of Environmental and Science Education*, 10(4), 543-552. Retrieved from <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1082019.pdf>
- Nemirovskiy, V. G. (2015). Observance of Citizens' Rights and Freedoms as an Element of Political System of Modern Russia (Based on Researches in Krasnoyarsk Krai in 2010-2015). Rationale and Study Approaches. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 8(8), 1675-1682. doi: <http://dx.doi.org/10.17516/1997-1370-2015-8-8-1675-1682>
- Steg, L., Perlaviciute, G., Werff van der, E., & Lurvink, J. (2014). The Significance of Hedonic Values for Environmentally Relevant Attitudes, Preferences, and Actions. *Environment and Behavior*, 46(2), 163-192. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0013916512454730>
- Upton, V., Dhubhain, A. N., & Bullock, C. (2012). Preferences and values for afforestation: The effects of location and respondent understanding on forest attributes in a labelled choice experiment. *Forest Policy and Economics*, 23, 17-27. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.forpol.2012.06.006>
- Vasquez-Salgado, Y., Greenfield, P. M., & Burgos-Cienfuegos, R. (2015). Exploring Home-School Value Conflicts: Implications for Academic Achievement and Well-Being among Latino First-Generation College Students. *Journal of Adolescent Research*, 30(3), 271-305.
- Wang, E. S. T. (2013). The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 41(10), 805-816. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/IJRDM-12-2012-0113>
- Witsman, E. M., & Walters, L. C. (2015). Modeling Public Decision Preferences Using Context-Specific Value Hierarchies. *American Review of Public Administration*, 45(1), 86-105. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0734558414561297>
- Yin, S.-J., Xu, P.-P., Chen, M., & Wu, L.-H. (2014). Consumer's preference on value attributes of ecological food and affecting factors. *Zhongguo Renkou Ziyuan Yu Huan Jing (China's Population Resources and Environment)*, 24(4), 71-76. doi: <http://dx.doi.org/10.3969/j.issn.1002-2104.2014.04.010>
- Zamaraeva, Yu. S., Kistova, A. V., Pimenova, N. N., Reznikova, K. V., & Seredkina, N. N. (2015). Taymyr Reindeer Herding as a Branch of the Economy and a Fundamental Social Identification Practice for Indigenous Peoples of the Siberian Arctic. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3S5), 225-232. doi: <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3s5p225>

Статья поступила в редакцию 11.05.2016