
Безопасность в структуре ценностей молодежи, проживающей в городской среде

Левицкая Т.Е., кандидат психологических наук, доцент кафедры генетической и клинической психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (levic69@mail.ru)

Тренькаева Н.А., кандидат психологических наук, доцент кафедры генетической и клинической психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (tna@sibmail.com)

Козлова Н.В., доктор психологических наук, заведующая кафедрой генетической и клинической психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (akme_2003@mail.ru)

Богомаз С.А., доктор психологических наук, заведующий кафедрой организационной психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (bogomazsa@mail.ru)

Цехмейструк Е.А., аспирантка кафедры генетической и клинической психологии факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (tea2887@mail.ru)

В статье представлено исследование психологической безопасности в структуре ценностей молодежи, проживающей в городской среде. При этом учитывается фактор гендера для понимания социальных ожиданий молодежи и в качестве объяснительной рамки индивидуальной судьбы каждого человека. Результаты позволяют свидетельствовать о том, что как у юношей, так и девушек ценность безопасности встраивается именно в тот ценностный контекст, который является для молодых людей на определенном жизненном этапе основополагающим. Данные исследования показывают, что именно ощущение безопасности создает реальные возможности для удовлетворения естественных и социальных потребностей в настоящем и дает основания для уверенности в будущем.

Ключевые слова: личностная безопасность, общественная безопасность, базисные ценности, ценностные ориентации, гендерные особенности, городская среда, городская молодежь.

Для цитаты:

Левицкая Т.Е., Тренькаева Н.А., Козлова Н.В. и др. Безопасность в структуре ценностей молодежи, проживающей в городской среде. [Электронный ресурс] // Психология и

право. 2018(8). № 4. С. 20-33.
doi: 10.17759/psyandlaw.2018080403

For citation:

Levickaya T.E., Trenkaeva N.A., Kozlova N.V. et al Safety in the structure of values of young people living in an urban environment. [Elektronnyi resurs]. Psikhologiya i pravo [Psychology and Law], 2018(8), no. 4. pp.20-33.
doi: 10.17759/psyandlaw.2018080403

Введение

Городская среда является важным фактором поддержания психологического благополучия современного человека, его психологической безопасности, персонального, личностного выбора человеком своей позиции, пути развития, мест и пространств реализации своего потенциала [7; 8; 9; 10; 12; 13; 14; 15].

Важно отметить, что современной ведущей психологической проблемой является взаимодействие среды и личности. При этом актуализируется вопрос о средовых условиях: с одной стороны, тех, которые используются человеком как возможности для реализации личностно значимых целей и базисных ценностей, а с другой, передают бессмысленность действий и размытость определенных ценностей. Взаимодействие детерминант городской среды с целями и ценностями проживающих в ней людей является специфическим по отношению к молодежи, что позволяет сфокусироваться на проблеме сохранения устойчивости в среде с определенными параметрами, т.е. психологической безопасности [3; 5; 6]. В этом смысле важной исследовательской задачей является изучение совокупности индивидуально-психологических особенностей молодежи, их системы взглядов, ценностей, которые определяют потенциал возможностей, помогающих преодолевать различного рода неблагоприятные воздействия, тем самым обеспечивая психологическую безопасность в условиях городской среды [2]. С точки зрения практических следствий, подобные исследования могут способствовать разработке современных гуманитарных технологий для вовлечения молодежи в активную деятельность.

Базовым положением данного исследования является понимание того, что безопасность является условием полноценного развития человека в современном обществе, входит в структуру его ценностей, позволяет сохранять целостность, саморазвиваться, реализовывать собственные цели в процессе жизнедеятельности, т. е. быть самоидентичным в среде своего жизнеосуществления. Исследование проводилось с учетом гендерного фактора для понимания социальных ожиданий молодежи и в качестве объяснительной рамки индивидуальной судьбы каждого человека.

Методы исследования

Методическая база исследования включала ряд методик, направленных на изучение реализуемости базисных ценностей у молодежи в городской среде, а также особенностей их ценностных ориентаций:

- методика «Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей» (СОРБЦ), разработанная С.А. Богомазом на основе метода семантического дифференциала Ч. Осгуда,

позволяющая оценить специфику ценностных ориентаций человека в соответствующей социокультурной среде [1; 5];

- методика «Портретный ценностный опросник» Ш. Шварца для оценки характера ценностных ориентаций молодежи [11].

Характеристика испытуемых

Психологическое исследование проводилось в 2015—2016 гг. В нем приняли участие 2162 респондента в возрасте от 18 до 25 лет, относящихся к вузовской молодежи и проживающих в российских городах: Барнауле, Владивостоке, Екатеринбурге, Петропавловске-Камчатском, Санкт-Петербурге, Томске [4]. Такой массив данных является уникальным и дает возможность обоснования некоторых закономерностей, характерных для данной категории респондентов.

Статистика и анализ данных

Все результаты, полученные в процессе исследования, обрабатывались с помощью статистического пакета SPSS, версия 18.0 (SPSS Inc., USA): описательной статистики; сравнительного анализа (непараметрический критерий Манна—Уитни); факторного анализа (критерий «каменистой осыпи» Р.Б. Кеттелла, метод «главных компонент» с ротацией факторов «варимакс»). Проверка на нормальность распределения осуществлялась с помощью критерия Колмогорова—Смирнова. Данные представлены $M \pm \sigma$. Уровень значимости — $p \leq 0,05$.

Результаты и их обсуждение

С помощью методов описательной статистики были получены средние значения по всем исследуемым нами ценностям. Эти данные можно считать уникальными в силу количества молодежной выборки и ее распределения по городам России. В контексте нашего исследования нас в большей степени интересовали гендерные аспекты структуры ценностей, поэтому мы приведем лишь те ценности, по которым юноши и девушки данной выборки значимо различались между собой (табл. 1).

Анализируя полученные данные, мы обратили внимание на несколько интересных закономерностей. Как видно из табл. 1, у юношей по сравнению с девушками прагматичные, статусные цели, направленные на завоевывание и поддержание престижа в обществе, такие как «быть обеспеченным», «быть уважаемым», «быть знаменитым», «иметь власть», «быть примером», «быть доминантным» и т. д., выражены в большей степени. Причем реализуемые ценности как бы перекликаются и дополняются ценностями значимыми, т. е. теми, которые являются идеальными и к чему молодым людям хочется стремиться в будущем.

Таблица 1

Различия ценностей по методике Ш. Шварца и базисных ценностей по методике СОРБЦ С. Богомаза у городских юношей (n=770) и девушек (n=1392), (M±σ, баллы)

Ценности	Юноши	Девушки	p
Быть здоровым R	5,45±1,7	5,26±1,74	0,05
Быть обеспеченным R	4,98±2,03	4,60±2,18	0,005
Быть уважаемым R	5,14±1,97	4,79±2,13	0,01
Стать свободным R	4,75±1,91	4,38±1,96	0,005
Стать знаменитым R	4,86±1,71	4,66±1,68	0,001
Достичь цели R	5,02±2,08	4,64±2,23	0,001
Получить знания R	4,88±1,78	4,56±1,89	0,01
Быть оригинальным R	4,56±2,02	4,16±2,11	0,001
Иметь власть R	5,06±1,63	4,85±1,63	0,01
Быть уважаемым I	5,75±1,37	5,66±1,33	0,025
Стать знаменитым I	4,21±1,99	3,73±1,95	0,001
Получить знания I	5,07±1,78	4,91±1,67	0,005
Быть примером I	5,10±1,70	4,88±1,67	0,01
Иметь власть I	4,36±1,97	3,74±1,94	0,001
Поступки	4,31±1,05	4,12±1,04	0,001
Мысли	4,27±1,05	4,18±1,01	0,001
Стимуляция	3,98±1,04	3,81±1,00	0,001
Ресурсы	3,20±1,13	2,89±1,07	0,001
Доминирование	3,19±1,13	2,78±1,06	0,001
Безопасность общественная	4,11±1,12	3,90±1,10	0,005
Иметь семью R	5,83±1,63	5,99±1,58	0,025
Быть любимым R	5,83±1,59	5,98±1,59	0,005

Быть здоровым I	6,21±1,20	6,43±1,04	0,001
Быть любимым I	6,20±1,28	6,49±1,08	0,001
Иметь семью I	6,30±1,23	6,60±0,95	0,001
Чувствовать себя в безопасности I	5,57±1,54	6,03±1,29	0,001
Жить полной жизнью	6,13±1,25	6,33±1,07	0,001
Найти смысл	5,84±1,52	6,12±1,36	0,005
Безопасность личная	3,92±1,04	4,10±1,02	0,001

Примечание: R — реализуемые (реальные) ценности; I — значимые (идеальные) ценности.

У девушек же преобладают более «земные» ценности, такие как «иметь семью», «быть любимой», «чувствовать себя в безопасности», «найти смысл», «жить полной жизнью». Причем ценности «иметь семью» и «быть любимой» являются как важными реализуемыми ценностями, так и идеальными, т. е. для девушек они имеют большое значение и в настоящем и в будущем. Семья для них является той платформой, которая позволяет найти смысл и чувствовать себя защищенными.

Также хотелось бы отметить интересный факт, касающийся ценности «Быть здоровым». Из таблицы видно, что в мужской выборке выше показатель «Быть здоровым R», а в женской «Быть здоровым I»). Это позволяет предполагать, что юношам, чтобы достичь желаемых ценностей, важно быть здоровым уже сейчас, когда они стоят на пороге самореализации. У девушек же в приоритете — быть здоровой в будущем, потому что их ценности, такие как «быть любимой», «иметь семью», в силу их возраста еще не успели реализоваться в полной мере, и все ожидания в большей степени связаны с будущим.

Таким образом, мы видим, что у юношей и девушек, проживающих в городской среде, определяется совершенно различный набор ценностей, и на наш взгляд это совершенно логично, так как это связано с определенными жизненными устоями и правилами, сложившимися в обществе, ролевыми функциями мужчин и женщин, которые закладываются и формируются в процессе воспитания.

Но интересен тот факт, что ценность безопасности юноши и девушки рассматривают в контексте именно тех ценностей, которые для них являются наиболее важными. Так, в женской выборке более высокие значения имеет показатель «безопасность личная», т. е. безопасность непосредственного окружения, а в мужской — «безопасность общественная», которая характеризует безопасность и стабильность общества в целом (рис.).

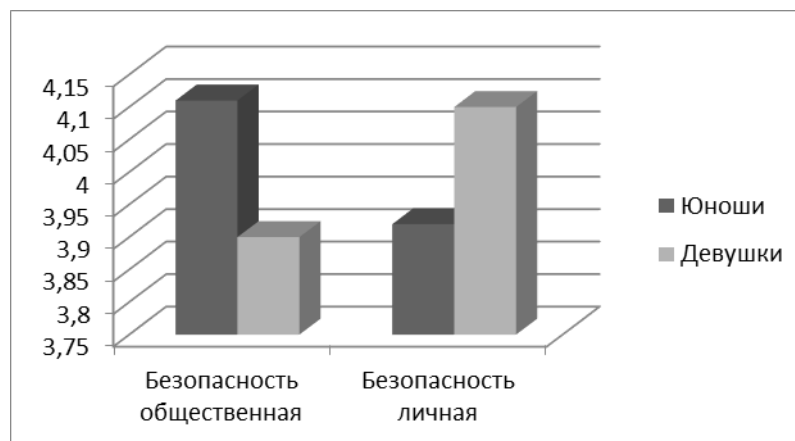


Рис. Общественная и личная безопасность (баллы) в группах юношей (n=770) и девушек (n=1392)

С целью более глубокого понимания взаимосвязи ценности безопасности с другими показателями ценностно-смысловой сферы юношей и девушек мы использовали факторный анализ отдельно для мужской и женской выборок. Всего было включено 59 переменных. В качестве критерия значимости показателя была использована факторная нагрузка более 0,40.

В процессе факторизации в женской выборке было выделено 10 факторов, которые объясняют 61,0% дисперсии исходной корреляционной матрицы (табл. 2).

Таблица 2

Обобщенные факторы, выделенные в результате применения метода «главных компонент» с ротацией «варимакс» (n=1392, девушки)

Фактор	Компоненты фактора (значимая факторная нагрузка)
Фактор 1	Поступки (0,720), Мысли (0,785), Стимуляция (0,622), Гедонизм (0,608), Достижение (0,717), Репутация (0,691), Безопасность общая (0,753), Безопасность личная (0,730), Правила (0,602), Конформизм: межл. (0,649), Традиция (0,608), Скромность (0,668), Чувство долга (0,793), Забота/благожелательность (0,789), Забота о других (0,801), Забота о природе (0,703), Толерантность (0,697)
Фактор 2	Иметь работу R (0,740), Быть здоровым R (0,438), Иметь семью R (0,725), Достичь в профессии R (0,783), Достичь в карьере R (0,789), Быть любимым R (0,707), Чувствовать в безопасности R (0,472), Стать знаменитым R (0,522), Жить полной жизнью R (0,749), Найти смысл R (0,727), Быть примером R (0,702), Самоутвердиться R (0,806), Иметь власть R (0,572), Быть справедливым R (0,635)
1	2
Фактор 3	Быть здоровым I (0,620), Иметь семью I (0,683), Быть любимым I (0,739), Чувствовать в безопасности I (0,627), Жить полной жизнью I

	(0,429)
Фактор 4	Быть обеспеченным R (0,761), Быть уважаемым R (0,833), Стать свободным R (0,750), Достичь цели R (0,834), Получить знания R (0,805), Быть оригинальным R (0,702)
Фактор 5	Стать знаменитым I (0,509), Достичь цели I (0,427), Найти смысл I (0,506), Получить знания I (0,670), Быть примером I (0,724), Самоутвердиться I (0,590), Быть оригинальным I (0,677), Иметь власть I (0,475), Быть справедливым I (0,525)
Фактор 6	Иметь власть I (0,579), Ресурсы (0,774), Доминирование (0,721)
Фактор 7	Стимуляция (0,443), Гедонизм (0,469), Правила (-0,469)
Фактор 8	Иметь работу I (0,787), Быть обеспеченным I (0,686), Достичь в профессии I (0,772), Быть уважаемым I (0,545), Достичь в карьере I (0,769)
Фактор 9	Быть здоровым R (0,678), Чувствовать в безопасности R (0,642)
Фактор 10	Стать свободным I (0,716)

В мужской же выборке обозначилось 9 факторов, которые объясняют 61,7% вариативности исходной корреляционной матрицы (табл. 3).

Таблица 3

Обобщенные факторы, выделенные в результате применения метода «главных компонент» с ротацией «варимакс» (n=770, юноши)

Фактор	Компоненты фактора (значимая факторная нагрузка)
Фактор 1	Достижение (0,508), Безопасность общая (0,518), Безопасность личная (0,678), Правила (0,796), Конформизм: межл. (0,738), Традиция (0,648), Скромность (0,643), Забота о других (0,654), Забота о природе (0,648), Толерантность (0,619)
Фактор 2	Иметь семью R (0,688), Достичь в профессии R (0,704), Достичь в карьере R (0,689), Быть любимым R (0,679), Чувствовать в безопасности R (0,624), Стать знаменитым R (0,556), Жить полной жизнью R (0,760), Найти смысл R (0,723), Быть примером R (0,657), Самоутвердиться R (0,806), Иметь власть R (0,568), Быть справедливым R (0,678)
1	2
Фактор 3	Иметь работу I (0,779), Быть здоровым I (0,530), Быть обеспеченным I (0,760), Иметь семью I (0,461), Достичь в профессии I (0,670), Быть уважаемым I (0,544), Достичь в карьере I (0,740), Достичь цели I

	(0,569), Жить полной жизнью I (0,412), Самоутвердиться I (0,430)
Фактор 4	Быть обеспеченным R (0,762), Быть уважаемым R (0,806), Стать свободным R (0,758), Достичь цели R (0,808), Получить знания R (0,768), Быть оригинальным R (0,664)
Фактор 5	Иметь власть R (0,428), Стать знаменитым I (0,488), Иметь власть I (0,717), Ресурсы (0,707), Доминирование (0,731)
Фактор 6	Стать свободным I (0,588), Чувствовать в безопасности I (0,437), Стать знаменитым I (0,580), Жить полной жизнью I (0,467), Найти смысл I (0,514), Получить знания I (0,656), Быть примером I (0,635), Самоутвердиться I (0,532), Быть оригинальным I (0,669), Быть справедливым I (0,457)
Фактор 7	Поступки (0,795), Мысли (0,805), Стимуляция (0,797), Гедонизм (0,737), Достижение (0,558), Репутация (0,613), Безопасность общая (0,518), Чувство долга (0,753), Забота/благожелательность (0,740), Забота о других (0,428)
Фактор 8	Иметь семью I (0,665), Быть любимым I (0,689)
Фактор 9	Найти смысл I (0,404)

Обращает на себя внимание тот факт, что реализуемые базисные ценности, которые актуальны на текущий момент времени как в мужской, так и в женской выборке, распределяются одинаково, попадая во 2-ой и 4-ый факторы примерно с одинаковыми факторными нагрузками. Вероятно, это связано с тем, что актуальная ситуация, в которой молодые люди находятся в данный момент, определяет набор ценностей, позволяющий им сохранять целостность, саморазвиваться в процессе жизнедеятельности, т. е. быть самоидентичными в среде своего жизнеосуществления. А вот значимые и портретные ценности, т. е. те ценности, к которым человек стремится в идеале, у девушек и юношей распределяются несколько по-разному, так как картина будущего девушкам и юношам представляется в различном контексте и, соответственно, цели и устремления у них разные. Но в данном исследовании наибольший интерес для нас представляла безопасность в ценностной структуре юношей и девушек, поэтому остановимся более подробно именно на этом аспекте.

Как видно из представленных выше таблиц, в выборке девушек в первый фактор (15,1% дисперсии), наряду с «общественной безопасностью» (0,753) и «личной безопасностью» (0,730), вошли такие значимые показатели, как «поступки» (0,720), «мысли» (0,785), «стимуляция» (0,622), «гедонизм» (0,608), «репутация» (0,691), «чувство долга» (0,793), «благожелательность» (0,789) «достижение» (0,717), «правила» (0,602), «межличностный конформизм» (0,649), «традиция» (0,608), «скромность» (0,668), «забота о других» (0,801), «забота о природе» (0,703), «толерантность» (0,697). Самая высокая нагрузка в этом факторе — «забота о других» (0,801).

В мужской выборке все вышеуказанные показатели разошлись по двум независимым факторам. В 1-ый фактор (9% дисперсии) объединились такие показатели как

«общественная безопасность» (0,518), «личная безопасность» (0,678), «правила» (0,796), «межличностный конформизм» (0,738), «традиция» (0,648), «скромность» (0,643), «забота о других» (0,654), «забота о природе» (0,648), «толерантность» (0,619). Максимальная нагрузка в этом факторе — «правила» (0,796).

Показатели «поступки» (0,795), «мысли» (0,805), «стимуляция» (0,797), «гедонизм» (0,737), «достижение» (0,558), «репутация» (0,613), «чувство долга» (0,753), «благожелательность» (0,740) выделились в самостоятельный 7-ой фактор (10,0% дисперсии). Причем ценность «общественная безопасность» вошла как в 1-ый, так и в 7-й фактор с одинаковой факторной нагрузкой 0,518.

Мы полагаем, что, так как для юношей ведущими ценностями являются те, которые связаны с достижением престижа в обществе, в их системе ценностей они как бы разбиваются на 2 подсистемы: ценности, которые связаны с «сопричастностью» с обществом (1-й фактор) и ценности, которые связаны с «утверждением» в обществе (7-й фактор). Соответственно, ценность «общественная безопасность» расщепляется тоже на 2 фактора. Одинаковая факторная нагрузка свидетельствует в пользу того, что и в той и в другой подсистеме ценность безопасности является значимой.

Интересно, что ценность «чувствовать себя в безопасности I» (0,437), т. е. идеальная ценность, в выборке юношей вошла в 6-ой фактор (6,6% дисперсии) с такими идеальными ценностями, как «стать свободным I» (0,558), «стать знаменитым I» (0,580), «жить полной жизнью I» (0,467), «найти смысл I» (0,514), «получить знания I» (0,656), «быть примером I» (0,635), «самоутвердиться I» (0,532), «быть справедливым I» (0,457). Ценности этого фактора определяют карьерный рост мужчины, его становление и самоутверждение в обществе. У девушек же идеальная ценность «чувствовать себя в безопасности I» объединились в 3-ем факторе (5% дисперсии) с такими ценностями, как «быть здоровым» (0,620), «быть любимым» (0,739), «иметь семью» (0,683), «жить полной жизнью» (0,429).

Таким образом, обобщая результаты сравнительного и факторного анализов, мы видим, что у юношей и девушек ценность безопасности независимо от того, является она идеальной или реализуемой, встраивается именно в тот ценностный контекст, который является для молодых людей на определенном жизненном этапе основополагающим, поскольку именно ощущение безопасности создает реальные возможности для удовлетворения естественных и социальных потребностей в настоящем и дает основания для уверенности в будущем.

Финансирование

Исследование проведено при поддержке РФФИ в рамках проекта 18-013-00781 «Ценностные ориентации и психологическая система деятельности молодежи в меняющемся мире: кросс-культурный анализ».

Литература

1. Богомаз С.А., Гладких А.Г. Психологическая безопасность и ее измерение с помощью шкалы базисных убеждений // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 318. С. 191—194.
2. Богомаз С.А., Козлова Н.В. Модель личностного развития подростков и юношей с учетом переживаемого ими чувства собственной безопасности в условиях трансформации российского общества // Сибирский психологический журнал. 2010. № 36. С. 14—19.
3. Богомаз С. А. Козлова Н. В., Атаманова И. В. Значимость для вузовской молодежи ценности безопасности и ее реализуемость в городской среде // Психологическая безопасность личности в экстремальных условиях и кризисных ситуациях жизнедеятельности: сборник научных статей V Международной научно-практической конференции (г. Владивосток, 9—12 июля 2015 г.). Владивосток, 2015. С. 169—172.
4. Богомаз С.А., Левецкая Т.Е., Козлова Н.В., Атаманова И.В. Свидетельство о государственной регистрации базы данных № 2018620306 «Психологические факторы средовой самоидентичности вузовской молодежи» / Правообладатель: ФГАОУВО «НИ ТГУ» (RU).
5. Богомаз С.А., Мацута В.В. Субъективная оценка реализуемости базисных ценностей в городской среде // Сибирский психологический журнал. 2012. № 46. С. 67—75.
6. Галай И.А., Айзман Р.И., Богомаз С.А. Гендерные особенности субъективной оценки значимости базисных ценностей и возможности их реализации у студентов первого курса педагогического вуза // Сибирский психологический журнал. 2015. № 56. С. 167—176.
7. Микляева А.В., Румянцева П.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. СПб.: Изд-во РГПУ, 2008. 118 с.
8. Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7, Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 4 (34). С. 135—139.
9. Понукалина О.В., Логинова Л.В. Имидж территории в контексте повышения привлекательности региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 1 (31). С. 65—72. doi: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.1.9>
10. Самошкина И.С. Территориальная идентичность как социально-психологический феномен // Вопросы психологии. 2008. № 4. С. 99—106.
11. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал

Высшей школы экономики. 2012. № 1. С. 43—70.

12. *Anton C.E., Lawrence C.* The relationship between place attachment, the theory of planned behaviour and residents response to place change // *Journal of Environmental Psychology*. 2016. Vol. 47. P. 145—154. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2016.05.010>
13. *Bernardo F., Palma-Oliveira J-M.* Urban neighborhoods and intergroup relations: The importance of place identity // *Journal of Environmental Psychology*. 2016. Vol. 45. P. 239—251. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2016.01.010>
14. *Ujanga N., Zakariya K.* The notion of place, place meaning and identity in urban regeneration // *Procedia — social and behavioral sciences*. 2015. Vol. 170. P. 709—717. doi: <http://10.1016/j.sbspro.2015.01.073>
15. *Williams D.R.* Making sense of «place»: Reflections on pluralism and positionality in place research // *Landscape and Urban Planning*. 2014. Vol. 131. P. 74—82. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.08.002>

Safety in the structure of values of young people living in an urban environment

Levickaya T. E., PhD (Psychology), Associate Professor of the Department of Genetic and Clinical Psychology, National Research Tomsk State University (levic69@mail.ru)

Trenkaeva N.A., PhD (Psychology), Associate Professor of the Department of Genetic and Clinical Psychology, National Research Tomsk State University (tna@sibmail.com)

Kozlova N. V., PhD (Psychology), Professor, Head of the Department of Genetic and Clinical Psychology, National Research Tomsk State University (akme_2003@mail.ru)

Bogomaz S.A., PhD (Psychology), Professor, Head of the Department of organizational Psychology, National Research Tomsk State University (bogomazsa@mail.ru)

Cexmejstruk E. A., PhD student of the Department of Genetic and Clinical Psychology, National Research Tomsk State University (mea2887@mail.ru)

The article presents a study of psychological safety in the structure of values of young people living in an urban environment. Also, the gender factor was taken into account to understand young people's social expectations and as an explanatory framework for the individual fate of each person. The results show that in both young men and women the value of safety is built into the very value context that is fundamental for young people at a certain stage of their life. These studies show that it is a sense of safety that creates real opportunities to meet the natural and social needs of the present and provides grounds for confidence in the future.

Key words: personal safety, public security, basic values, value orientations, gender features, urban environment, urban youth.

References

1. Bogomaz S.A., Gladkikh A.G. Psikhologicheskaya bezopasnost' i ee izmerenie s pomoshch'yu shkaly bazisnykh ubezhdenii [Psychological Safety and Its Measurement with the Basic Belief Scale]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [Tomsk State University Journal]*, 2009, no. 318, pp. 191—194.
2. Bogomaz S.A., Kozlova N.V. Model' lichnostnogo razvitiya podrostkov i yunoshei s uchetom perezhivaemogo imi chuvstva sobstvennoi bezopasnosti v usloviyakh transformatsii rossiiskogo obshchestva [Model of personal development of adolescents and young adults taking into account the sense of their own safety being experienced in the case of transformation of the Russian society.]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal [Siberian Journal of Psychology]*, 2010, no. 36, pp. 14—19.

3. Bogomaz S. A. Kozlova N. V., Atamanova I. V. Znachimost' dlja vuzovskoj molodezhi cennosti bezopasnosti i ee realizuemosť v gorodskoj srede [Importance of safety value and its feasibility in the urban environment for university youth] // *Psikhologičeskaja bezopasnost' lichnosti v jekstremal'nyh uslovijah i krizisnyh situacijah zhiznedejatel'nosti: sbornik nauchnyh statej V Mezhdunarodnoj nauchno-praktičeskoj konferencii [Psychological security of a person in extreme conditions and crisis situations of life: a collection of scientific articles of the V International Scientific and Practical Conference]* (g. Vladivostok, 9-12 ijulja 2015 g.). Vladivostok, 2015. S. 169-172
4. Bogomaz S.A., Levitskaya T.E., Kozlova N.V., Atamanova I.V. Svidetel'stvo o gosudarstvennoi registratsii bazy dannykh № 2018620306 *Psikhologičeskie faktory sredovoi samoidentičnosti vuzovskoj molodezhi* [Psychological factors of environmental self-identity of university youth]. Pravoobladatel': FGAOUVO «NI TGU» (RU) [перевод].
5. Bogomaz S.A., Matsuta V.V. Sub"ektivnaya otsenka realizuemosťi bazisnykh tsennostei v gorodskoj srede [Subjective evaluation of basic value's realizability in urban environment]. *Sibirskii psikhologičeskii zhurnal [Siberian Journal of Psychology]*, 2012, no. 46, pp. 67—75.
6. Galai I.A., Aizman R.I., Bogomaz S.A. Gendernye osobennosti sub"ektivnoi otsenki znachimosti bazisnykh tsennostei i vozmožnosti ikh realizatsii u studentov pervogo kursa pedagogičeskogo vuza [Gender features of subjective evaluation of the basic values and possibilities of their implementing among the first year students of a pedagogical university]. *Sibirskii psikhologičeskii zhurnal [Siberian Journal of Psychology]*, 2015, no. 56, pp. 167—176.
7. Miklyaeva A.V., Rumyantseva P.V. Sotsial'naya identičnost' lichnosti: sodержanie, struktura, mekhanizmy formirovaniya [Social identity: content, structure, mechanisms of formation]. Saint-Petersburg: Publ. RGPU, 2008, 118 p.
8. Ozerina A.A. Gorodskaya identičnost' kak sotsial'no-psikhologičeskii fenomen [City identity as a social and psychological phenomenon]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7, Filosofiya. Sotsiologiya i sotsial'nye tekhnologii [Logos et Praxis]*, 2016, no. 4 (34), pp. 135—139.
9. Ponukalina O.V., Loginova L.V. Imidzh territorii v kontekste povyšeniya privlekatel'nosti regiona [The image of the territory in the context of increasing the tourist attractiveness of the region]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7, Filosofiya. Sotsiologiya i sotsial'nye tekhnologii [Logos et Praxis]*, 2016, no. 1 (31). pp. 65—72. doi: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.1.9>.
10. Samoshkina I.S. Territorial'naya identičnost' kak sotsial'no-psikhologičeskii fenomen [Territorial identity as a socio-psychological phenomenon]. *Voprosy psikhologii [Questions of Psychology]*, 2008, no. 4, pp. 99—106.
11. Shvarts Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaya teoriya bazovykh individual'nykh tsennostei: primenenie v Rossii [Theory of basic personal values: validation in russia]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki [Psychology. Journal of the Higher School of Economics]*, 2012, no. 1, pp. 43—70.

12. Anton C.E., Lawrence C. The relationship between place attachment, the theory of planned behaviour and residents response to place change // *Journal of Environmental Psychology*. 2016. Vol. 47. pp. 145—154. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2016.05.010>
13. Bernardo F., Palma-Oliveira J-M. Urban neighborhoods and intergroup relations: The importance of place identity // *Journal of Environmental Psychology*. 2016. Vol. 45. pp. 239—251. doi: <http://10.1016/j.jenvp.2016.01.010>
14. Ujanga N., Zakariya K. The notion of place, place meaning and identity in urban regeneration // *Procedia — social and behavioral sciences*. 2015. Vol. 170. pp. 709—717. doi: <http://10.1016/j.sbspro.2015.01.073>
15. Williams D.R. Making sense of «place»: Reflections on pluralism and positionality in place research // *Landscape and Urban Planning*. 2014. Vol. 131. pp. 74—82. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.08.002>