

МЕСТО СЕМЬИ В ИЕРАРХИИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ МОЛОДЫХ ЖЕНЩИН¹

Е. С. Киричик, Е. В. Ярмольчик

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

(e-mail: kirichikelena@yandex.ru, yarmolchik@brsu.by)

Аннотация. В статье представлены результаты исследования ценностных ориентаций женщин молодого возраста. Определена иерархия инструментальных и терминальных ценностей в возрасте 20–30 лет. Проведен сравнительный анализ преобладающих ценностей в возрасте 20–25 и 25–30 лет. Полученные результаты позволяют выстроить приоритетные направления в развитии семейно-ценностных ориентаций молодых женщин.

Ключевые слова: ценностные ориентации, молодые женщины, инструментальные ценности, терминальные ценности, семейные ценности.

THE PLACE OF THE FAMILY IN THE HIERARCHY OF VALUE ORIENTATIONS OF YOUNG WOMEN

E. S. Kirichyk, E. V. Yarmolchik

Brest, BrSU named after A. S. Pushkin

(e-mail: kirichikelena@yandex.ru, yarmolchik@brsu.by)

Abstract. The article presents the results of a study of the value orientations of young women. The hierarchy of instrumental and terminal values at the age of 20–30 years is determined. A comparative analysis of the prevailing values at the age of 20–25 and 25–30 years was carried out. The results obtained allow us to build priority directions in the development of family value orientations of young women.

Keywords: value orientations, young women, instrumental values, terminal values, family values.

Одно из явлений современного мира – это изменения семейно-ценностных ориентаций молодого поколения. Высокая самооценочность, высокое значение ценностей самореализации в профессиональной деятельности и личностном общении, гедонистическая направленность составляют

¹ *Статья подготовлена при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований в рамках выполнения НИР «Самосознание молодых женщин, как условие формирования мотивации деторождения» (грант № Г23М-034 на 2023–2025 гг.)*

серьезную конкуренцию ценности семьи и материнства. Многочисленные научные исследования свидетельствуют о снижении ценности семьи, которая часто уже не выполняет репродуктивную функцию, что выражается в стремительном падении рождаемости. Все это свидетельствует об углубляющемся кризисе семьи как социального института [1].

Ценностные ориентации являются не только значимыми единицами самосознания, но и влияют на формирование жизненных стратегий, управляют поведением и во многом, обуславливают характер межличностного взаимодействия [2]. Ценностные ориентации детерминируют регулируемую и целеполагающую функцию самосознания, определяют направленность личности, относительно мировоззрения, самоотношения, взаимодействия с другими людьми и формируют содержание мотивов [3, 4].

Исследование ценностей, является важным научным процессом, открывающим для понимания особенности культуры человека, стимулы поведения человека и возможные решения проблем современности [пилипенко]. В исследовании самосознания молодых женщин, важным является выявление места семьи в иерархии ценностей. Исследование ценностных ориентаций личности является одним из важнейших направлений в выявлении причин действий и поступков. Целью исследования, описанного в данной статье, стало изучение ценностных ориентаций молодых женщин.

Материал и методы. Для оценки направленности молодых женщин, их выбора жизненного пути, нами была выбрана методика «Ценностные ориентации» М. Рокича. Автор различает два класса ценностей: терминальные – убеждения в том, что конечная цель индивидуального существования стоит того, чтобы к ней стремиться; инструментальные – убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации. Доминирующая направленность ценностных ориентаций человека фиксируется как занимаемая им жизненная позиция, которая определяется по критериям уровня вовлеченности в сферу труда, в семейно-бытовую и досуговую активность [5].

В исследовании приняли участие 60 респондентов – молодые женщины, не имеющие детей. Участники были распределены, по признаку возраста, на две сравнительные группы по 30 человек: первая группа – женщины в возрасте от 20 до 25 лет (средний возраст 21,8) и вторая группа – женщины в возрасте от 25 до 30 лет (средний возраст 26,7). Респондентам было предъявлено два списка ценностей (по 18 в каждом), в которых им было предложено каждой ценности присвоить ранговый номер. По результатам проведения методики М. Рокича была выявлена иерархия терминальных и инструментальных ценностей.

Результаты и их обсуждение.

Анализируя результаты ранжирования терминальных ценностей, определяемых автором методики, как ценности – цели, к которым стремятся респонденты, было выявлено что, более чем у половины опрошенных

женщин (60 %) конкретные ценности преобладают над абстрактными (40 %). При этом у женщин в возрасте 20–25 лет абстрактные ценности имеют более высокий средний ранг, следовательно, являются более значимыми для них, по сравнению с женщинами более старшего возраста (рисунок 1). Можно сказать, что мышление большинства женщин определяется не отвлеченными понятиями, а конкретными представлениями о реально существующих объектах, на чем и базируются ценности большинства женщин.

Наиболее значимыми, для большей части (57 %) опрошенных женщин 25-30 лет, являются ценности личной жизни, чем профессиональной самореализации (интересная работа, общественной признание, продуктивная жизнь и развитие). У большинства женщин 20-25 лет (53 %) средний ранг ценностей личной жизни (здоровье, любовь, семейная жизнь, наличие друзей) ниже.

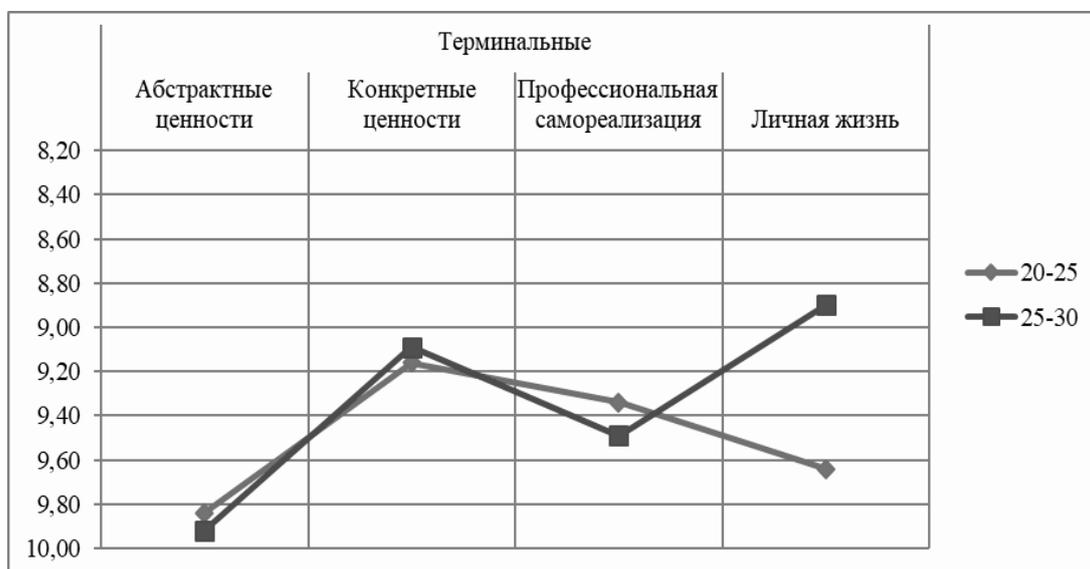


Рисунок 1 – Обобщенные группы терминальных ценностей

Распределение средних значений, наиболее значимых терминальных ценностей, для двух групп женщин, представлено в таблице 1. Можно отметить, что для женщин 20–25 лет, более значимыми терминальными ценностями являются: в первую очередь – здоровье; на втором месте – уверенность в себе; на третьем – счастливая семейная жизнь, любовь, материально обеспеченная жизнь, а также жизненная мудрость. Для женщин 25–30 лет перечисленные ценности имеют меньшую значимость, при этом на первом месте по значимости так же здоровье; на втором – наличие друзей и развитие, далее любовь, материально обеспеченная жизнь, интересная работа. С целью нахождения различий, между показателями женщин разного возраста, мы применили непараметрические методы математической статистики – критерий Манна Уитни. Критерий Манна Уитни позволяет

попарно проанализировать показатели возрастных групп. Расчеты производили в программе SPSS версия 23.

Таблица 1 – Наиболее значимые терминальные ценности для молодых женщин

| Женщины 20–25 лет | | Женщины 25–30 лет | |
|--------------------|----------------|--------------------|-----------------|
| Ценности | Ср.знач. ранга | Ценности | Ср. знач. ранга |
| здоровье | 2,90 | здоровье | 7,27 |
| уверенность в себе | 5,93 | наличие друзей | 7,87 |
| счастливая семья | 6,10 | развитие | 8,00 |
| любовь | 6,23 | любовь | 8,07 |
| обеспеченная жизнь | 6,80 | интересная работа | 8,07 |
| жизненная мудрость | 7,60 | обеспеченная жизнь | 8,33 |

Статистически значимые различия по возрасту выявлены по следующим рангам ценностей: здоровье ($U=271,5$; $p=0,01$), наличие друзей ($U=294,5$; $p=0,02$), уважение ($U=285$; $p=0,01$), развлечения ($U=261$; $p=0,01$). Ранги по всем данным ценностям имеют меньшее значение, а, следовательно, ценности имеют большую значимость для женщин 20-25 лет. Корреляционный анализ, с использованием коэффициента Спирмена, указывает на наличие корреляционных связей возраста и таких терминальных ценностей как: уверенность в себе, счастье других людей, развлечения, уважение окружающих, здоровье, наличие друзей, счастливая семейная жизнь. Установлено, что чем старше женщина, тем более значимы для нее: развлечения ($r_s=-0,365^{**}$; $p=0,004$), счастье других людей ($r_s=-0,350^{**}$; $p=0,006$), уважение других людей ($r_s=-0,319^*$; $p=0,013$), наличие друзей ($r_s=0,300^*$; $p=0,020$). Чем моложе женщина, тем более значима для нее счастливая семейная жизнь ($r_s=0,409^*$; $p=0,001$), уверенность в себе ($r_s=0,386^{**}$; $p=0,002$), здоровье ($r_s=0,352^{**}$; $p=0,006$). К незначимым (отвергаемым) терминальным ценностям для двух групп женщин относят познание, красоту природы и искусства, творчество, уважение окружающих и счастье других.

Анализируя результаты ранжирования, ценностей-средств – инструментальных ценностей респонденток, нами установлено, что у женщин 20-25 лет преобладают ценности дела и самоутверждения, а у женщин 25-30 лет – ценности общения, конформистские ценности, альтруистические, ценности принятия других людей. Статистически доказано, что чем старше женщина, тем более значимо для нее общение ($r_s=-0,280^{**}$; $p=0,030$) и принятие других людей ($r_s=-0,382^{**}$; $p=0,003$), а чем женщина моложе, тем более значимо для нее самоутверждение ($r_s=0,261^{**}$; $p=0,044$). На рисунке 2 представлены обобщенные группы инструментальных ценностей.

Распределение средних значений, наиболее значимых инструментальных ценностей, для двух групп женщин, представлено в таблице 2.

Для женщин 20–25 лет более значимыми инструментальными ценностями являются: в первую очередь воспитанность; на втором месте – образованность, жизнерадостность, честность, далее ответственность и чуткость. Для женщин 25–30 лет на первом месте образованность, на втором месте – ответственность, рационализм, далее независимость, смелость, самоконтроль. Статистически значимые различия по возрасту выявлены по следующим рангам инструментальных ценностей: широта взглядов ($U=320,0$; $p=0,05$), рационализм ($U=291,0$; $p=0,02$), непримиримость ($U=255,5$; $p=0,004$). Ранги по данным ценностям имеют меньшее значение, а, следовательно, ценности имеют большую значимость, для женщин 25–30 лет.

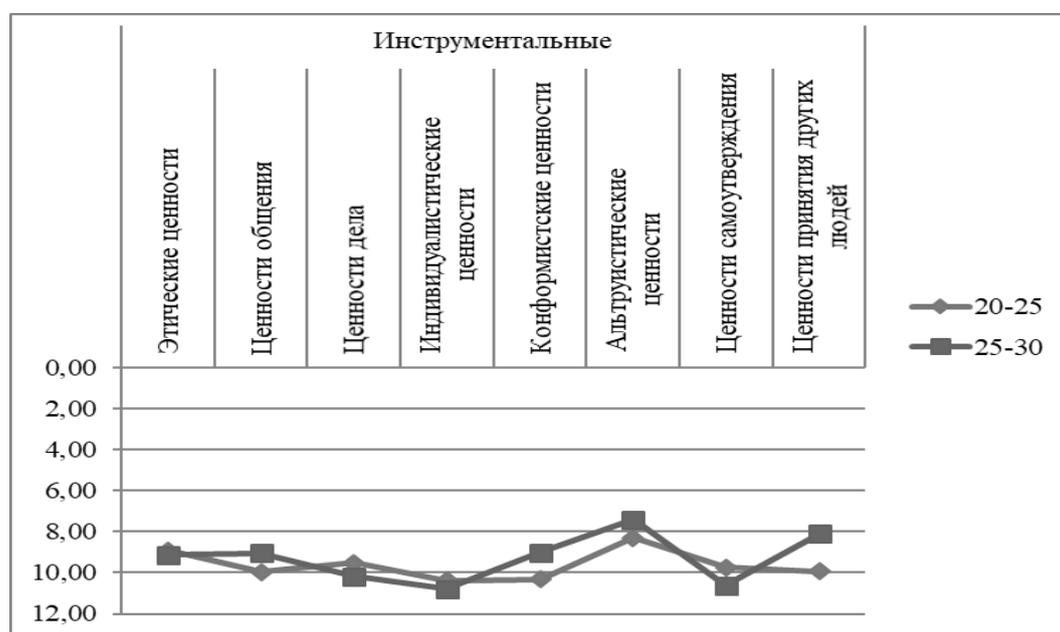


Рисунок 2 – Обобщенные группы инструментальных ценностей

Таблица 2 – Наиболее значимые инструментальные ценности для молодых женщин

| Женщины 20–25 лет | | Женщины 25–30 лет | |
|-------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
| Название ценности | Среднее значение ранга | Название ценности | Среднее значение ранга |
| воспитанность | 4,97 | образованность | 6,27 |
| образованность | 6,93 | ответственность | 7,27 |
| честность | 7,10 | рационализм | 7,97 |
| жизнерадостность | 7,17 | независимость | 8,47 |
| ответственность | 7,47 | смелость | 8,90 |
| чуткость | 7,87 | самоконтроль | 9,00 |

Корреляционный анализ, указывает на наличие корреляционных связей возраста и таких ценностей как: непримиримость, рационализм, жизнерадостность, воспитанность. Чем старше женщина, тем большую значимость имеют ценности рационализма ($r_s = -0,307^*$; $p = 0,017$) и непримиримости ($r_s = -0,379^{**}$; $p = 0,003$). Чем моложе женщина, тем более значимы ценности жизнерадостности ($r_s = 0,316^*$; $p = 0,014$) и воспитанности ($r_s = 0,455^{**}$; $p = 0,000$). К незначимым (отвергаемым) инструментальным ценностям были отнесены респондентами – высокие запросы и непримиримость к недостаткам. Для женщин 20–25 лет также незначимыми инструментальными ценностями являются твердая воля, широта взглядов, рационализм, для другой группы женщин – жизнерадостность, терпимость, воспитанность, исполнительность.

Заключение. Таким образом, исследование позволило выявить особенности ценностных ориентаций молодых женщин. Установлено, что чем моложе женщина, тем более значима для нее счастливая семейная жизнь, уверенность в себе, здоровье, так же более значимы ценности жизнерадостности, воспитанности и самоутверждения. С возрастом большую значимость приобретают ценности рационализма и непримиримости, ценными становятся общение и принятие других людей. Такие результаты позволяют сделать выводы о том, что возраст 20–25 лет является наиболее сензитивным для создания семьи, что указывает на важность формирования мотивации к созданию семьи и деторождению посредством: расширения знаний молодых женщин о значении семьи и рождения детей, о способах и смыслах развития и воспитания детей; формирования положительного образа о супружестве и образа женщины-матери; развития рефлексии женщин относительно себя как будущей жены и матери; формирования положительного эмоционального отношения к созданию семьи и рождению ребенка.

Список использованных источников:

1. Романова, И. В. Чаилдфри в контексте трансформации семейных отношений / И. В. Романова, О. О. Жанбаз // Вестник ЗабГУ. – 2014. – №12. – С. 89-97.
2. Пилипенко, Е. В. Динамика ценностных ориентаций студенческой молодежи / Е. В. Пилипенко // Беларуская думка. – 2022. – № 4. – С. 86–90.
3. Рубинштейн, С. Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2000. – 712 с.
4. Ильин, Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2002. – 512 с.
5. Психологические тесты для профессионалов / авт. сост Н. Ф. Гребень. – Минск : Современ. шк., 2007. – 496 с.