

the one hand, and resources the participation - on other hand. The results of the content analysis of the statements of members of an Internet forum based on the allocation of emotional-cognitive activity and behavioural components allow us to conclude that participation in virtual communities can be considered in three interrelated aspects: as a coping resource, individual coping strategies and means of implementation of other coping strategies, as well as an additional source of addictive behavior.

Key words: valuable orientations, youth, self-determination, course of life.

References

1. Belinskaya E. P., Tikhomandritskaya O. A. *Sotsial'naya psikhologiya lichnosti* (Social psychology of personality). Moscow, 2001. 304 p. (in Russian).
2. Schwartz S. Review: A survey of guiding principles. Reviewed work(s): The nature of human values by Milton Rokeach. *Science. New Series*, 1974, vol. 186, iss. 4162, (November 1), pp. 436-437.
3. Tikhomirov M. Yu. Igrovye tekhnologii kak sredstvo intensivnoy professionalizatsii i preduprezhdeniya bezработitsy sredi vypusnikov uchebnykh zavedeniy (Game technologies as means of intensive professionalizing and prevention of unemployment among graduates of educational institutions). *Psikhotekhnologii kadrovogo obespecheniya intensivnoy professionalizatsii bezработnykh* (Psychological technologies of staffing of intensive professionalizing of the unemployed). Moscow, 2002, pp. 181-211 (in Russian).

УДК 316.6

ОСОБЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В ДОБРАЧНЫЙ ПЕРИОД

Е. А. Данилова

Данилова Елена Анатольевна - кандидат психологических наук, доцент, кафедра социальной психологии и конфликтологии, Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия
E-mail: eldan04@mail.ru

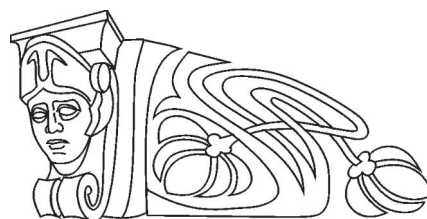
Представлен теоретический анализ проблемы ценностных ориентаций личности в психологии. Рассмотрены представления психологов о системе ценностей личности как иерархии ее убеждений. Показана роль добрачных отношений в формировании ценностных ориентаций и моделей поведения у современной молодежи. Проведенное нами исследование на выборке молодых людей позволило выявить специфику ценностных ориентаций юношей и девушек, имеющих добрачные отношения. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в работе с молодыми людьми предбрачного возраста в условиях психологического консультирования.

Ключевые слова: ценностные ориентации личности, юношеский возраст, семья и брак, брачный партнер, добрачный период межличностных отношений.

DOI: 10.18500/2304-9790-2015-4-3-250-253

Введение

Ценностные ориентации личности выступают важнейшим фактором мотивации поведения человека и лежат в основе его социальных поступков. Содержание и уровень развития личностных ценностей определяют меру социализации и степени вхождения индивида в систему социальных учреждений и общностей. В силу этого ценностные ориентации являются одной из самых приорите-



тетных областей изучения психологии и многих других наук, изучающих человека и общество.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена той важной ролью, которую играют добрачные отношения молодежи в воспроизводстве и трансляции ценностей семьи. И поскольку в предбрачном периоде формируются ценности, мотивации, модели поведения, которые в дальнейшем прямо или косвенно проявятся в брачно-семейных отношениях [1], необходимо более тщательно изучить данную проблему.

Теоретический анализ проблемы

Огромный вклад в изучении ценностных ориентаций внесли М. Роквич, Ш. Шварц [2], У. Билски и др., в отечественной науке необходимо отметить труды таких исследователей, как Д. А. Леонтьев, В. А. Ядов [3], М. С. Яницкий [4].

Ценностные ориентации личности, являясь предметом исследования многих наук, в психологии рассматриваются как индивидуальная личностная характеристика, компонент структуры личности, в значительной степени определяющий ее направленность. Складываясь в процессе социализации личности, система ценностных ориентаций является результатом усвоения ценностных значений социума, преломленных через индивидуальные личностные характеристики, и непосредственно связана со всей потребностно-мотивационной сферой человека. Несмотря на некоторые

различия в определении ценностных ориентаций, большинство исследователей подчеркивает их принадлежность к сфере индивидуального сознания, связь с особой значимостью объектов для личности и роль в регуляции ее поведения. Представление о системе ценностей личности как иерархии ее убеждений получило распространение и в отечественной, и в зарубежной психологии.

Ценностные ориентации представляют собой особые психологические образования, всегда составляющие иерархическую систему и существующие в структуре личности только в качестве ее элементов. Невозможно представить себе ориентацию личности на ту или иную ценность как некое изолированное образование, не учитывающее ее приоритетность, субъективную важность относительно других ценностей, то есть не включенное в систему [5].

На основе обобщения работ С. И. Голода, А. Г. Харчева, Т. В. Андреевой, Л. Б. Шнейдер можно выделить некоторые аспекты добрачного периода. В этом периоде формируются общие представления о браке и семье, ценностные ориентации и установки, идет процесс поиска и выбора брачного партнера (потенциального) согласно сложившимся эталонам и в соответствии с личной мотивацией.

Выборка, методики и методы исследования

В эмпирическом исследовании, целью которого было изучение особенностей ценностных ориентаций молодежи в добрачный период, приняли участие 72 человека (36 чел. - юноши, 36 чел. - девушки) в возрасте 20-25 лет. Общая выборка была поделена на 4 группы:

1 группа - мужчины, находящиеся в добрачных отношениях (19 человек);

2 группа - женщины, находящиеся в добрачных отношениях (19 человек);

3 группа - мужчины, состоящие в браке (17 человек);

4 группа - женщины, состоящие в браке (17 человек).

В ходе исследования были использованы следующие эмпирические методы: 1) разработанная нами анкета, направленная на выявление отношения молодежи к браку, выявление семейных ценностей; 2) методика М. Рокича «Ценностные ориентации».

Обработка данных, полученных в ходе исследования, проводилась с помощью компьютерной статистической программы SPSS 11.50 for Windows.

Результаты исследования и их обсуждение

По результатам анкеты было выявлено, что молодые люди, находящиеся в добрачных отношениях, собираются в будущем вступать в брак.

Представления современной молодежи о брачном партнере различны в зависимости от их семейного положения.

Для молодых людей, не состоящих в браке, наиболее значимыми при выборе брачного партнера являются такие качества личности, как верность, доброта, чистоплотность, заботливость, порядочность. Выявлены также менее значимые качества, приписываемые брачному партнеру: материальная обеспеченность, лидерские качества, скромность, любознательность, щедрость.

Для девушек, еще не вступивших в брак, наиболее значимыми качествами будущего брачного партнера являются: верность, честность, ум, трудолюбие, порядочность, а менее значимыми - скромность, лидерские качества, любознательность, креативность.

Молодые люди, состоящие в браке, в качестве наиболее значимых качеств брачного партнера выделили верность, честность, заботливость, женственность, доброту и чистоплотность. В последнюю очередь они обращают внимание на материальную обеспеченность, лидерские качества, а также щедрость и скромность брачного партнера.

Замужние девушки в качестве наиболее важных критериев выбора брачного партнера отметили такие черты, как верность, честность, трудолюбие, целеустремленность, ответственность, мужественность, а в качестве менее значимых - щедрость, креативность, скромность, коммуникабельность. Материальная обеспеченность брачного партнера в большей мере важна для девушек, чем для юношей. Эти ценности основываются на существующих стереотипах в обществе: мужчина должен защищать и обеспечивать семью.

Такая ценность, как внешняя привлекательность очень важна для молодых людей, еще не создавших семью. Молодые люди, состоящие в браке, на своем опыте убедились, что при выборе партнера не стоит опираться только на внешность, поскольку в семейной жизни внешность не так важна, как, например, аккуратность и чистоплотность.

При выборе брачного партнера молодежь отдает предпочтение людям верным и честным, искренним. Эти качества стоят на первом месте в каждой из исследуемых групп. Образованность будущего брачного партнера также представляет ценность для испытуемых всех групп.

Юношам, независимо от семейного положения, очень важно, чтобы о них заботились, окружали их лаской, теплотой, нежностью, поэтому заботливость они отметили как одну из наиболее значимых характеристик будущей супруги.

Нами был проведен анализ достоверно значимых различий ценностных ориентаций молодых людей с различным семейным положением. Сравнивая первую и третью группы, мы выявили

статистически значимые различия по таким ценностям, как материально обеспеченная жизнь ($p < 0,001$), честность (правдивость, искренность) ($p < 0,01$), ответственность (чувство долга, умение держать свое слово) ($p < 0,01$). Эти данные говорят о том, что для семейных молодых мужчин, в отличие от несемейных, важна ценность материального достатка. Они в большей степени ценят честность и искренность, проявление ответственности, так как это основа построения доверительных отношений, а значит, и крепкого семейного фундамента.

Статистически значимые различия были выявлены у девушек (во второй и четвертой группах) по отношению к следующим ценностям: высокие запросы ($p < 0,001$), счастливая семейная жизнь ($p < 0,001$). Эти ценности в большей степени представлены у девушек, находящихся в браке.

Были обнаружены достоверные различия в иерархии ценностей юношей и девушек при ранжировании ценностей своих и своего брачного партнера.

Юноши считают, что для их будущей семейной жизни необходимы самоконтроль, твердая воля, смелость в отстаивании своего мнения, а для будущих супругов - аккуратность, чуткость и заботливость. Они также считают, что для будущей супруги общественное призвание и наличие хороших, верных друзей должно быть менее значимо, чем для них самих. У девушек подобных различий между своими ценностями и ценностями брачного партнера обнаружено не было. Можно предположить, что девушки предпочитают выбирать брачных партнеров во многом похожих на себя.

В результате анализа различий терминальных ценностей при выборе брачного партнера у юношей и девушек были обнаружены достоверные различия по таким ценностям, как красота природы и искусства ($p < 0,001$), развлечения и уверенность в себе ($p < 0,05$). Юноши считают, что их будущие супруги должны высоко ценить красоту природы и искусства (переживание прекрасного в природе и в искусстве) и развлечения (приятное, необременительное времяпрепровождение, отсутствие обязанностей). Девушки же считают, что брачный партнер должен быть уверен в себе и свободен от внутренних противоречий.

Заключение

В целом у современной молодежи выявлено положительное отношение к семье и браку: все испытуемые позиционируют семью как одну из высших жизненных ценностей.

У юношей и девушек, не вступивших в брак, были выявлены особенности в ценностных ориентациях: в число наиболее важных ценностей для юношей входят общение с друзьями, интересная

работа, активная деятельная жизнь, продуктивная жизнь, общение с друзьями; у девушек же больше проявляется альтруистическая ориентация, они стремятся к принятию других, обладают терпимостью, чуткостью.

Юноши предпочитают в брачном партнере аккуратность, доброту, женственность и заботливость; девушкам важнее, чтобы брачный партнер был трудолюбив, целеустремлен, умен, уверен в себе, обладал твердой волей и был свободен от внутренних противоречий. Юноши склонны идеализировать брачного партнера, в то время как девушки смотрят на него достаточно прагматично. Ценностные ориентации людей в браке более дифференцированы и конкретны.

Библиографический список

1. Артамонова Е. Р. Предбрачный период жизненного цикла семьи (Материалы к изучению курса «Психология семейных отношений»). Владимир, 2009. 48 с.
2. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации : природа и следствия национальных различий // Психология. 2008. № 2. С. 36-67.
3. Ядов В. А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности : диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. М., 2013. 376 с.
4. Яницкий М. С. Ценностные ориентации личности как динамическая система. Кемерово, 2000. 204 с.
5. Семенов В. Е. Ценностные ориентации современной молодежи // Социс. 2007. № 4. С. 37-44.

Peculiarities Valuable Orientations of Modern Youth in Premarital Period

Elena A. Danilova

Udmurt State University
1, Universitetskaya str., Izhevsk, 426034, Russia
E-mail: eldan04@mail.ru

We have offered the theoretical analysis of the problem of value orientations of a person in psychology. We have considered psychologists' representation of the value system of a person as the hierarchy of their beliefs. The role of premarital relationship in the formation of value orientations and behaviors among today's youth is indicated. The study that we conducted on a sample of young people revealed the specifics of value orientations of young people having premarital relations. The applied aspect of the problem under investigation can be implemented in working with young people of premarital age in the conditions of psychological counseling.

Key words: value orientations of a person; youthful age; family and marriage; marriage partner, premarital period of interpersonal relationships.

References

1. Artamonova E. R. *Predbrachnyy period zhiznennogo tsikla sem'i (Materialy k izucheniyu kursa «Psikhologiya semeynykh otnosheniy»)* (Premarital period of family life



- cycle {Materials for study of course «Psychology of family relationships»}). Vladimir, 2009. 48 p. (in Russian).
2. Shvarts Sh. Kul'turnye tsennostnye orientatsii: priroda i sledstviya natsional'nykh razlichiy (Cultural value orientations: nature and consequences of national differences). *Psikhologiya* (Psychology), 2008, no. 2, pp. 36-67 (in Russian).
 3. Yadov V. A. *Samoregulyatsiya i prognozirovaniye sotsial'nogo povedeniya lichnosti: dispozitsionnaya kontseptsiya* (Self-control and prediction of individual's social behavior: dispositional concept). 2-d ed. Moscow, 2013. 376 p. (in Russian).
 4. Yanitskiy M. S. *Tsennostnye orientatsii lichnosti kak dinamicheskaya sistema* (Personality's value orientations as dynamical system). Kemerovo, 2000. 204 p. (in Russian).
 5. Semenov V. E. Tsennostnye orientatsii sovremennoy molodezhi (Value orientations of today's youth). *Socis* (Socis), 2007, no. 4, pp. 37-44 (in Russian).

УДК 316

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ КИНОМИФОВ

Н. Г. Воскресенская

Воскресенская Наталья Геннадьевна - кандидат психологических наук, старший преподаватель, кафедра психологии, Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Россия
E-mail: navoskr@mail.ru

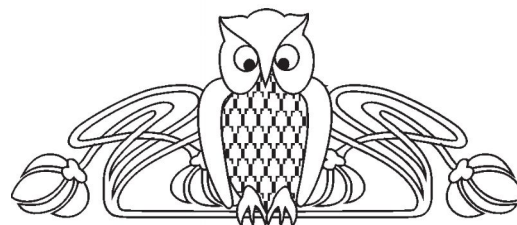
Изложены данные теоретического анализа психологических индикаторов, раскрывающие специфику выборов молодежной аудиторией киномифов, уточнено значение киномифов в формировании моделей для подражания и обосновании правильности собственных жизненных сценариев. Представлены результаты эмпирического исследования, выполненного на студенческой выборке ($N = 99$, 20-23 лет) с применением диагностического инструментария: авторской анкеты, методики «Кто я есть в этом мире» (В. В. Новикова), методики исследования уровня субъективного контроля (Е. Ф. Бажина, Е. А. Голынкиной, Л. М. Эткин-да). Выделено шесть разновидностей киномифов, обладающих различными эмоциональными, когнитивными и поведенческими особенностями, определившими их популярность у зрителей. Определены внутренние психологические индикаторы, раскрывающие специфику выборов молодежной аудиторией киномифов, а также уточнена роль киномифов в формировании моделей для подражания.

Ключевые слова: киномифы, медиа, самооценка, уровень субъективного контроля.

DOI: 10.18500/2304-9790-2015-4-3-253-255

Введение

Уже более полувека не угасает интерес к изучению социально-психологического воздействия массмедиа на аудиторию. Медиа являются посредниками в передаче информации между коммуникатором и аудиторией и представляют собой не только искусственные средства деятельности человека, но и психологическое орудие, где важную роль играют мифы, способствующие осуществлению перехода от идеальной (задаваемой культурой) к реальной форме психики и сознания [1]. Являя собою истории, объясняющие различные явления окружающего мира, мифы воспри-



нимаются субъектом как истина, подтверждение которой базируется на вере и эмоциональном сопереживании, и обладают способностью создавать образы новой реальности, которой еще предстоит воплотиться в действительности. Наиболее широко и развернуто мифы проявляют себя в кинематографе.

Теоретический анализ проблемы

Техническое развитие киноиндустрии, связанное с совершенствованием образа и все большей приближенностью его к реальности, превращает киномифы в мощное орудие идеологической обработки масс [1-4].

Сила воздействия киномифа определяется активностью самого зрителя, осуществляющего выбор в пользу определенной киноистории, содержание и форма представления которой различается в зависимости от жанра. Индивидуальные потребности, знания, эмоциональное состояние, социальные установки будут во многом определять кинопредпочтения зрителя, а следовательно, влиять на популярность и кассовые сборы того или иного фильма. Анализ приверженности определенных групп людей разным киножанрам, которые также можно рассматривать как киномифы, имеющие различную поведенческо-когнитивно-эмоциональную направленность, позволяет по-новому взглянуть на социально-психологические механизмы выбора медиа-сообщений.

Так, с точки зрения эмоциональной направленности можно выделить два полюса - страх и радость. При этом для одной части кинопродукции характерно формирование у зрителей чувства напряженного ожидания, неопределенности - саспенса. Другая часть кинопродукции, напротив, вызывает психологическое возбуждение, приводящее в результате к положительной