

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ ТА СТУПЕНЯ ДОСЯЖНОСТІ ПОТРЕБ У СТУДЕНТІВ РІЗНИХ ПРОФЕСІЙ

В останній час у нашому суспільстві відбуваються глибинні перетворення. Ті риси, що були притаманні структурі, образу життя, духовно-моральним підвалинам нашого суспільства лише 7-10 років тому назад, сьогодні суттєво змінилися, набули нових властивостей та змісту.

Молодому поколінню здебільшого притаманна чітка спрямованість до таких цінностей, як індивідуалізм, особистісна ініціатива, самостійність.

Теоретичний аналіз психологічної літератури показав, що в науці вивчаються такі проблеми, як сутність поняття „ціннісні орієнтації”, їхнє місце у структурі особистості, функції, вікові особливості, механізми формування та ін.

Розробкою цих та інших проблем займалися такі вчені, як В.Я. Ядов, І.С. Кон, Н.І. Лапін, С.Г. Климова, В.П. Вардомацький, В. Э. Чудновський, Д. А. Леонтьев, М. Вебер, У. Томас та Ф. Знанецький, Т. Парсонс, К. Роджерс, А. Маслоу, Г. Олпорт та ін.

Ціннісні орієнтації розглядаються як система сприйнятих особистістю соціальних цінностей, що виступає одним з факторів визначення руху особистості (суспільства) від сьогодення до майбутнього, тому що, плануючи своє майбутнє, визначаючи цілі, сенс життя, засоби їх досягнення, людина виходить, насамперед, з визначеної ієрархії цінностей, вибираючи ті з них, що найбільше відповідають цим цінностям, інтересам і потребам даної людини (суспільства). Обрані людиною з цієї ієрархії цінності стають для неї

головними смисло-життєвими орієнтирами, що й визначають її ціннісні орієнтації, мотиви діяльності тощо. У зв'язку з цим, ціннісні орієнтації іноді розглядаються як вищий рівень диспозиційної структури особистості, спрямованості цілей її життєдіяльності й засобів їх досягнення [2; 65].

Ціннісна орієнтація, на думку багатьох дослідників даної проблеми, це вибіркоче відношення людини до матеріальних і духовних цінностей, що залежить і водночас визначає установки цього відношення, мотиви, діяльності, характер поведінки, переконання особистості.

Як відомо, мотиви поведінки залежать від задовільнення або незадовільнення потреб особистості. Розглянемо деякі теорії потреб.

Відповідно до теорії придбаних потреб Д. Мак-Клеланда, певні типи людських потреб формуються протягом життя індивіду. Звичайно виділяють наступні типи потреб:

1) потреба досягнень: бажання вирішити деякі складні задачі, досягнути більшого успіху, перевершити інших людей;

2) потреба належності: бажання налаштування тісних особистісних взаємовідносин, прагнення до відсутності конфліктів;

3) потреба влади: бажання впливати на інших людей або контролювати їхні дії, нести за них відповідальність, отримати владу над людьми.

Б.К. Маліновський вважав, що крім „основних потреб” (basic needs), є ще „похідні потреби” (derived needs), що

породжує саме культурне середовище. Засоби задовільнення основних та похідних потреб являє собою деяку „організацію”. Первинна одиниця організації іменується в нього „інститутом” (institution). Взяті вкупі, ці інститути утворюють „культуру”. Культура є деяке ціле, що формується частково з автономних та частково – з координованих інститутів.

Зі співставлення елементарних потреб та засобів їх задовільнення виводиться поняття „функція” (задовільнення органічного імпульсу відповідним актом).

Послідовники та учні Б.К. Малиновського надавали великого значення розробленій ним „теорії потреб” (theory of needs), що нібито складає наріжний камінь його наукового світогляду та методу. Але можна побачити, що ніякої особливої „теорії” тут немає. Те, що в основі людської поведінки лежать елементарні потреби та їх задоволення – загальновідомий факт. Також загальновідомо, що будь-яке громадське явище, явище культури відповідає будь-якій реальній громадській потребі. Цей факт Б.К. Малиновський називав законом, що пояснює незвичайність кожної культури.

У 1986 році У. Теллі випадково створив нову модель людських потреб, розроблюючи іншу задачу й займаючись вузькоспецифічним дослідженням. Теллі та його співробітники, на основі соціологічного опитування майже п'яти тисяч американців (4790), показали суттєву різницю в маркетинговій політиці засобів безпеки та захисту серед декількох груп, названих ними „групами специфічної соціальної позиції”. Далі всі означені групи були класифіковані

та докладно описані. Розвиток цих груп має той самий принцип, що і в теорії А. Маслоу.

У. Теллі виділяє наступні компоненти соціальної позиції:

1. людська індивідуальність;
2. когнітивна сфера особистості;
3. соціальна діяльність, взаємодія з оточуючим світом.
4. Найближче соціальне коло, пріоритетна група.

До людської індивідуальності Теллі відніс усі особливості одної конкретної особи. Це його конституційні та морфологічні властивості особистості, темперамент, характер, індивідуальні риси особистості, самооцінювання, самосвідомість, уміння, навички, смаки, звички ті ін.

До когнітивної сфери особистості він відносить інтелект, креативність, мислення. Будь-який процес навчання, творчості, пошуку, роздумів, засвоєння інтелектуального досвіду, а також процес активного інформаційного обміну з довколишніми належать до когнітивної сфери особистості.

До соціальної діяльності вчений відносив – будь-яку соціальну взаємодію: роботу, активний відпочинок, спорт, церкву, театр та ін.

Пріоритетну групу складають, на його думку, діти, сім'я, родичі, друзі, домашні тварини і т. ін.

У теорії А. Маслоу групи цінностей, як і блоки потреб, утворюють вертикальну ієрархію. На його думку, потреби та цінності „являють собою не дихотомію, а узгоджену ієрархію, тобто, залежать одне від одного” [4; 253]. А. Маслоу визначив дві основні групи цінностей:

- Б-цінності (цінності буття) – вищі цінності, притаманні людині, що самоактуалізується: істина, добро,

красота, цілісність, подолання дихотомії, життєвість, унікальність, досконалість, справедливість, порядок, легкість без зусиль та ін.;

- Д-цінності (диференційні цінності) – нижчі цінності, оскільки вони орієнтовані на задоволення якоїсь фрустрованої потреби: лад, спокій, сон, відпочинок, залежність, безпека та ін.

Займаючи підлегле положення, „Д-цінності”, або, як А. Маслоу їх називає в іншій своїй роботі, „регресивні” цінності, обираються людьми „заради виживання”, досягнення стану гомеостазу. Їх реалізація являється, за словами А. Маслоу, „абсолютною необхідністю” та виступає передумовою „відчуття та функціонування” вищих „Б-цінностей”, або „цінностей розвитку” [4: 213-214].

Метою нашого дослідження було вивчення ціннісних орієнтації та рівня задоволеності потреб студентів, що мають різну професійну спрямованість.

Задачі: проаналізувати стан проблеми в науковій літературі, визначити ціннісні орієнтації та задоволеність потреб у студентів різних вищих навчальних закладів.

Гіпотеза: між ціннісними орієнтаціями та ступенем досяжності потреб існує певний взаємозв'язок.

Методами нашого дослідження стали спостереження, аналіз наукової літератури, опитування, анектування.

Вибірку дослідження склали три групи молодих людей віком від 18 до 25 років, по 80 осіб у кожній групі:

I група – студенти Південноукраїнського державного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського.

II група – курсанти Інституту сухопутних військ;

III група – студенти Одеського політехнічного університету.

Для виявлення цінностей та рівня задоволеності потреб ми обрали наступні методики: «Ціннісні орієнтації» (М. Рокича) та методика співвідношення «цінності» та «досяжності» в різних життєвих сферах (Є.Б. Фанталова).

За допомогою методики «Ціннісні орієнтації» визначили, які цінності займають перші три та останнє місця в кожній групі.

Далі в кожній групі досліджуваних ми знайшли найчастіше обрані цінності, представили отриманні дані у відсотковому вираженні, виходячи з того, що в кожній групі по 80 осіб.

У списку А представлені термінальні цінності – це прагнення до певної кінцевої мети, яку випробуваний вважає найбільш значущою.

На перше та друге місце в усіх трьох групах були поставлені здоров'я та любов. Різниця лише в кількості. Здоров'я на перше місце поставили 45% студентів-гуманітаріїв, 42% курсантів та 37% студентів-техніків. Любов на друге місце поставили 25% студентів-гуманітаріїв, 26% курсантів та 24% студентів-техніків. Що ж стосується третього місця, то тут різниця між групами більш значуща. Студенти-гуманітарії поставили на 3 місце такі цінності, як матеріально забезпечене життя (14%), наявність добрих друзів (14%) та любов (14%). Курсантами на третє місце було поставлене активне життя (14%). А студенти-техніки на третьому місці помістили щасливе сімейне життя (15%). На останньому вісімнадцятому місці у студентів-гуманітаріїв щастя інших (19%), у курсантів – творчість (27%), а у студентів-техніків – відчуття прекрасного.

Список В – це інструментальні цінності – переконання в тому, що визначений образ дій чи певна властивість особистості важливі в будь-якій ситуації.

На першому місці в студентів-гуманітаріїв стоїть вихованість (29%), на другому – відповідальність (15%), на третьому – освіченість (14%); у курсантів – життєрадісність (20%), на другому – акуратність (19%), на третьому – акуратність (19%); у студентів-техніків – незалежність (24%), на другому – вихованість (14%), освіченість (14%), акуратність (14%), на третьому – життєрадісність (20%).

Те, що в курсантів на другому і

третьому місці стоїть акуратність, можна пояснити тим, що військова професія вимагає порядку в усьому, що оточує вояка. Тому акуратність є обов'язковою рисою для останнього.

Що ж стосується вісімнадцятого місця, то тут різниця між групами помітна лише в кількості людей, що поставили непримиренність до недоліків у собі та інших на останнє місце. Студенти-гуманітарії – 31%, курсанти – 19%, студенти-техніки – 26%.

Результати, отримані нами за методикою співвідношення «цінності» та «досяжності» у різних життєвих сферах, було зведено в таблицю 1.

Таблиця 1

Середні значення балів за методикою співвідношення «цінності» та «досяжності» у різних життєвих сферах

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
I	5,15	4,45	4,17	5,37	3,95	4,7	3,85	3,9	4,3	4	4,3	4,3
II	3,9	2,9	2,7	4,7	4,2	4,5	3,1	3,6	4,3	4,3	4	4,8
III	4,4	3,6	3,5	6,1	3,5	4,4	3,1	3,2	4,8	4,1	4,8	4,9

Номера з першого по дванадцятий – це закодовані цінності (1 – активне життя, 2 – здоров'я, 3 – цікава робота, 4 – відчуття прекрасного, 5 – любов, 6 – матеріально забезпечене життя, 7 – друзі, 8 – упевненість у собі, 9 – пізнання, 10 – воля як незалежність у вчинках та діях, 11 – щасливе сімейне життя, 12 – творчість).

Якщо розмістити потреби в порядку їх задоволеності, від найбільш незадоволеної до найменш незадоволеної по групах, то ми побачимо, що в I групі список буде такий: відчуття прекрасного, активне життя, матеріально забезпечене життя, здоров'я, пізнання, щасливе сімейне життя, творчість, цікава робота, любов, воля як незалежність у вчинках та діях, друзі, впевненість в собі. У II групі –

творчість, відчуття прекрасного, матеріально забезпечене життя, пізнання, воля як незалежність у вчинках та діях, любов, щасливе сімейне життя, активне життя, впевненість в собі, друзі, здоров'я, цікава робота. У III групі – відчуття прекрасного, творчість, пізнання, щасливе сімейне життя, активне життя, матеріально забезпечене життя, воля як незалежність у вчинках та діях, здоров'я, цікава робота, любов, упевненість у собі, друзі.

Таким чином, ми можемо констатувати, що у студентів-гуманітаріїв найбільш незадоволені такі потреби, як потреба у відчутті прекрасного, активного життя, матеріально забезпеченому житті. Незадоволеність ступенем активності

свого життя ми можемо пояснити тим, що студенти бажають більше дії, їх дратує те, що вони, як їм здається, нічого не роблять, окрім вивчення теорії.

Найбільш незадоволеними потребами курсантів є творчість, відчуття прекрасного та матеріально забезпечене життя. Таке велике незадоволення потреби у творчості в курсантів ми пов'язуємо з тим, що їхня професія практично не залишає простору для творчості.

Відчуття прекрасного, творчість, пізнання, сімейне життя – це ті потреби, що є найбільш незадоволеними у студентів-техніків.

Цікаво, що найбільш задоволеними у студентів-гуманітаріїв та студентів-техніків є такі потреби, як друзі та впевненість у собі, а в курсантів –

здоров'я та цікава робота. На наш погляд, це свідчить про те, що більшість курсантів упевнені у виборі своєї професії.

Далі ми випадково обрали двадцять студентів кожної групи і зробили порівняльний аналіз обраних ними цінностей.

Для того, щоб краще була видна різниця по групах, ми створили зведену таблицю.

З таблиці 2 ми можемо побачити, що курсанти більш схильні цінити матеріально забезпечене життя, ніж студенти-гуманітарії та студенти-техніки. Це ми пов'язуємо з гендерним аспектом, бо чоловіки завжди вважалися матеріальною базою майбутньої сім'ї, а у виборці курсантів представлені лише чоловіки.

Таблиця 2

Зведена таблиця ціннісних орієнтацій студентів різних груп

		I	II	III
Список А	Перші місця	Здоров'я Любов Друзі Щасливе сімейне життя Активне життя Пізнання	Здоров'я Любов Друзі Матеріально забезпечене життя Активне життя Цікава робота	Здоров'я Любов Друзі Щасливе сімейне життя Свобода
	Останнє	Громадське визнання Розваги	Відчуття прекрасного Творчість	Громадське визнання Розваги
Список В	Перші місця	Життєрадісність Вихованість Акуратність Відповідальність Чесність Незалежність	Життєрадісність Вихованість Акуратність Раціоналізм Освіченість	Життєрадісність Вихованість Тверда воля Раціоналізм Освіченість Незалежність
	Останнє	Високі потреби Непримиренність до недоліків у собі та в інших	Високі потреби Чуткість	Високі потреби Непримиренність до недоліків у собі та в інших

Те, що на перших місцях у студентів-гуманітаріїв ми можемо побачити пізнання, ми пояснюємо спрямованістю їхньої професії.

Оскільки у вибірці цієї групи представлені майбутні вчителі та психологи, то це не дивно, бо вчитель і психолог повинні завжди розвивати себе далі, не залишатися на одному місці – розширювати свої знання.

Курсанти поставили на останнє місце творчість та відчуття прекрасного, а студенти-гуманітарії та студенти-техніки – розваги та громадське визнання. Така різниця, на нашу думку, викликана тим, що в курсантів із-за казарменого положення є мало можливостей для творчості та присвячення свого часу мистецтву.

Стосовно списку В бачимо, що у студентів гуманітарних професій на перших місцях стоять такі цінності, як відповідальність та чесність. Це ми пояснюємо тим, що їхня професія вимагає від них розуміння своєї відповідальності перед тим, що вони будуть нести в суспільство, та тим, що вона тісно пов'язана з комунікацією, в якій високо цінують чесність.

Те, що курсанти на останнє місце поставили чуйність, ми пов'язуємо з тим, що професія вояка потребує жорсткості.

Що ж стосується результатів методики співвідношення «цінності» та «досяжності» у різних життєвих сферах, то найбільш незадоволені у групі гуманітаріїв були потреба у матеріально забезпеченому житті, любові та щасливому сімейному житті. Найбільш задоволені – здоров'я, цікава робота, впевненість у собі.

У групі курсантів – відчуття прекрасного та щасливе сімейне життя; здоров'я, пізнання, цікава робота та воля як незалежність у

вчинках та діях.

У групі техніків – відчуття прекрасного та цікава робота, матеріально забезпечення життя, друзі та впевненість у собі.

Зіставляючи одержані результати за двома методиками, а саме методикою «Ціннісні орієнтації» (М. Рокіча) та методикою співвідношення «цінності» та «досяжності» у різних життєвих сферах (Є.Б. Фанталова), ми можемо зробити висновок, що існує певний взаємозв'язок між потребами та ціннісними орієнтаціями.

За результатами, одержаними нами в групі студентів-гуманітаріїв, спостерігається збігання ціннісних орієнтацій та найбільш незадоволених потреб: так у систему цінностей входили найбільш незадоволені потреби особистості. У групі вояків та техніків такого збігу немає.

Найбільш незадоволені потреби вояків – це відчуття прекрасного та щасливе сімейне життя, але більш за все вони цінують здоров'я, любов та друзів. Підвищену цінність здоров'я для курсантів можна пояснити дуже високими вимогами до фізичного стану курсанта.

У студентів-техніків незадоволені потреби у відчутті прекрасного та цікавій роботі, а найбільші цінності – це здоров'я, любов та друзі.

Аналіз одержаних результатів показує, що існує взаємозв'язок між ціннісними орієнтаціями та незадоволеними потребами: незадоволені потреби в досліджуваних нашої вибірці дійсно виступають як ціннісні орієнтації, що підтверджує нашу гіпотезу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Будинайте Г. Л., Корнилова Т. В. Личностные ценности и личностные предпосылки субъекта // Вопр.

психол. — 1993. — Т.24. — № 5. — С.99-105.

2. Головаха Е.И. Жизненная

перспектива и профессиональное самоопределение молодёжи. – К., 1988. – 108 с.

3. [Дубровина И.В.](#), [Круглов Б.С.](#)
Психологические аспекты формирования ценностных ориентаций и интересов учащихся // Ценностные ориентации и интересы школьников / Под ред. Т.Н. Мальковской. – М., 1983.

4. *Маслоу А.* Психология бытия. Пер. с англ. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 1997. — 304 с.

Подано до редакції 30.01.07

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается взаимосвязь ценностных ориентаций и степени достижимости потребностей у студентов разных профессий.

SUMMARY

The article examines the interconnection of value patterns and the levels of meeting demands of students of various professions.

Науковий керівник: І.О. Меліхова.