



№ 2 (14)

Электронный научный журнал

ISSN 2227-9857

Человек в мире культуры

Региональные
культурологические
исследования

2015

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ, КУЛЬТУРОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
Эл № ФС 77-47298 от 18.11.2011 г.

ISSN 2227-9857

ЧЕЛОВЕК В МИРЕ КУЛЬТУРЫ

*Региональные культурологические
исследования*

№ 2(14)2015

Екатеринбург
2015

Главный редактор:

Мурзина И.Я., доктор культурологии, профессор (УрГПУ);

Редколлегия журнала:

Рубина Л.Я., доктор философских наук, профессор (УрГПУ);

Беляева Л.А., доктор философских наук, профессор (УрГПУ);

Коновалова Н.И., доктор филологических наук, профессор (УрГПУ);

Земцов В.Н., доктор исторических наук, профессор (УрГПУ);

Девятова О.Л., доктор культурологии, профессор (УрФУ);

Лихачева Л.С., доктор социологических наук, профессор (УрФУ);

Тагильцева Н.Г., доктор педагогических наук, профессор (УрГПУ).

Ответственный редактор:

Симбирцева Н.А., кандидат культурологии, доцент

Тематические разделы:

24.00.00 Культурология

09.00.00 Философские науки

10.00.00 Филологические науки

22.00.00 Социологические науки

07.00.00 Исторические науки

17.00.00 Искусствоведение

18.00.00 Архитектура

13.00.00 Педагогические науки

УДК 314.5

Т. К. Ростовская

Москва, Россия

СЕМЬЯ И СЕМЕЙНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ ПОКОЛЕНИЙ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ценностные ориентации, социальные ценности, ценности семьи и семейного образа жизни, формирование ценностей семейной культуры в молодежной среде.

АННОТАЦИЯ. В статье особое внимание уделяется исследованиям системы ценностей молодого поколения, которые оказывают значительное воздействие на формирование образа жизни и поведение как самих молодых людей, так и на жизнедеятельность социума в целом. Рассматривая различные научные классификации ценностей, автор выделяет социальные ценности, к которым относит ценность семьи и семейного образа жизни.

T. K. Rostovskaya

Moscow, Russia

FAMILY AND FAMILY LIFE IN THE SYSTEM OF VALUES OF GENERATIONS

KEYWORDS: system of values, social values, family values and its way of life, formation of values of family culture in the youth sphere.

ABSTRACT. The author of the article pays special attention to researches of the system of values of the younger generation, which make considerable impact on formation of the way of life and behavior of the youth and on social activities in general. Considering various scientific classifications of values the author allocates social values, to which he refers family values and its way of life.

Во многом роль семьи в жизни человека и общества, а также направленность и эффективность семейной политики зависят от значимости семейных ценностей, места семьи в системе ценностей людей. Исследования выявляют значительный рост индивидуализма и приватизации стиля семейной жизни как новое социальное явление. В современном российском обществе ценность семьи в традиционном ее понимании ставится многими молодыми людьми под сомнение.

Под ценностями понимают обобщенные цели и средства достижения этих целей. Чаще всего ценности выполняют роль фундаментальных норм в обществе

[3. С.124]. Ценности рассматриваются как особый мир автономных духовных сущностей, находящихся вне времени и пространства, существующих независимо от человека и общества. Они представляются вечными и неизменными нормами, которые невозможно обосновать эмпирически.

С понятием «ценность» и «оценка» тесно связано понятие ценностных ориентаций, которое впервые было введено в научный оборот американским социологом Т. Парсонсом. *Ценностные ориентации* – отражение в сознании человека ценностей, признаваемых им в качестве стратегических жизненных целей

и общих мировоззренческих ориентиров [12].

Российские социологи А.Г. Здравомыслов и В.А. Ядов вводят понятие «установок личности на те или иные ценности материальной или духовной культуры», эти ученые считают ценностные ориентации весьма важными характеристиками личности и общества в целом (массовые установки), поскольку от них зависит решение основных личностных вопросов, выбор жизненного пути» [7].

Отдельной и весьма сложной задачей в социологии является *классификация ценностей*: первичные и вторичные, базовые (жизнь, семья, свобода и пр.), которые иногда называют также терминальными, и инструментальные, которые являются средствами для достижения базовых ценностей [14]. Под базовыми ценностями подразумеваются, как правило, абстрактно выраженные представления о желательном и эмоционально привлекательном для человека. С одной стороны, имеется в виду соответствие представлений идеальному состоянию бытия людей. С другой стороны, эмоционально привлекательный модус поведения и способ действия. В таком случае первые принято называть терминальными, вторые – инструментальными.

Терминальными, или ценностями-целями, являются важнейшие цели, идеалы, смыслы жизни людей, такие, как ценность семьи, свободы, человеческих отношений. Инструментальные ценности в отличие от терминальных представляют собой нормы, средства, качества людей, делающие возможным достижение целей, такие, как независимость, инициативность, авторитетность. Терминальные ценности более устойчивы и не подвержены скорым изменениям в отличие от инструментальных.

Интересна классификация, предложенная Б. С. Ерасовым, который подразделяет ценности на витальные, соци-

альные, политические, моральные, религиозные [6]. Согласно данной классификации ценности семьи и семейного образа жизни можно отнести к социальным ценностям.

Кроме того, при анализе семейных ценностей, нередко используется разделение ценностей на традиционные, модернистские и общечеловеческие.

Первыми социологами, затронувшими ценностную проблематику, были Э. Дюркгейм и М. Вебер, которые обосновали необходимость изучения ценностей социологической наукой и внесли важный вклад в понимание общества как ценностно-нормативной системы. Однако только в начале нынешнего столетия американские социологи У. Томас и Ф. Знанецкий впервые провели эмпирическое исследование ценностных ориентаций, применив метод анализа документов.

Семейные ценности являются важной составляющей ценностного ядра россиян. Особый интерес к ценности семьи и семейного образа жизни для россиян связан, прежде всего со сложной демографической ситуацией. Невысокая рождаемость, характерная, помимо России, для многих европейских стран, связываемая с преобладанием в обществе индивидуалистических ценностей в ущерб традиционным семейным, чревата в дальнейшем депопуляционными процессами, нехваткой трудовых ресурсов, зависимостью экономики страны от притока мигрантов.

Семейные ценности – это то, что важно, значимо для всех членами семьи, общее поле их интересов. Для большинства людей семейные ценности приблизительно одинаковы: любовь, родительство, верность, доверие, связь с предками, дом. Однако, в результате изменения общества, под воздействием ряда социальных, экономических, политических факторов семейные ценности претерпевают существенные изменения, прежде всего, это от-

носится к ценности многодетности, большой многопоколенной семьи.

Семейные ценности находят свое отражение в отношении к браку, желательности семейной жизни, отрицательному восприятию разводов и, конечно же, высоким репродуктивным установкам.

Формирование ценностных ориентаций современной молодежи происходит под воздействием *совокупности разноплановых факторов*, характерных, с одной стороны, для многих стран мира и, с другой – имеющих российскую специфику: это переход европейских стран к посмодернистским ценностям, влияние периода социальных трансформаций и смены систем ценностей на протяжении XX столетия, этническое и культурологическое многообразие России.

Формирование образа семьи в глазах формирующейся личности происходит под воздействием совокупности внутренних (воспитательные стратегии, система ценностей родителей, взаимоотношения в семье) и внешних по отношению к самой семье факторов. Внешние, объективные условия и факторы, определяющие социальное самочувствие населения, естественно, влияют и на благополучие семьи.

Россия приветствует традиционную модель семьи и пропагандирует духовно-нравственные, семейные ценности в молодежном социуме, как важнейший фактор стабильного развития семьи и благополучия каждого её члена. Во многом эта тенденция связана относительно прочной связью с традициями национальной культуры, её патриархальным «ядром», достаточно устойчивым даже на фоне изменяющихся социально-моральных характеристик [11. С.43-49].

Семья играет важнейшую роль в формировании личности и ее социализации, воспроизводстве и воспитании подрастающего поколения, сохранении и передаче духовных и нравственных ценно-

стей. При этом на современном этапе нужно признать, что ценность семьи формируется в сознании молодых людей в ходе процесса социализации исходя из опыта семейной жизни родителей, под влиянием различных институтов социализации, различных социальных, экономических и культурологических факторов.

Известно, что базовые ценности довольно устойчивы и изменяются медленно. Вместе с тем глубокие трансформационные процессы в экономической и социальной жизни российского общества не могли не повлиять на ценностные ориентации населения и наложили свой отпечаток на характер социальных ожиданий и взгляды людей на межсемейную и межпоколенческую поддержку.

Результаты многих социологических исследований социальных ориентаций молодежи показывают, что *радикальные изменения социально-экономических условий и социокультурных ориентиров* вносят определенные изменения как в структуру ценностных ориентаций молодежи, так и в содержание брачно-семейных установок. В этой связи возникает немало вопросов, касающихся ценностных представлений современной молодежи: какие ценности претерпели трансформации, какие декларируются как идеальные?

Большинство проведенных социологических опросов последних лет говорит о *смене ценностных моделей в сторону индивидуализации*. Исследователи отмечают рост профессиональных и потребительских притязаний детей и молодежи, объясняемых изменениями в экономических, социально-культурологических и политических основах общества. Каждое следующее поколение все в меньшей мере хотело бы тратить свои силы на преодоление физических и информационных лишений и все в большей степени на приобретение новых ресурсов: приращение «человече-

ского капитала» и его активное использование в своей профессиональной деятельности [9].

Исследование, проведенное Институтом социологии РАН в 2007 г., показывает, что современную молодежь можно разделить на ряд групп согласно их жизненным притязаниям. Объект исследования, проведенного по специальной социологической анкете (формализованное интервью), включал две группы: основную, собственно молодежь в возрасте от 17 до 26 лет включительно (всего опрошено 1796 человека), и контрольную, представляющую старшее поколение в возрасте от 40 до 60 лет (всего опрошено 655 человека) [10].

Первый тип можно условно назвать «*семейными*» (13%). Это молодые люди, которые в первую очередь говорят о том, что хотят и считают, что им по силам создать прочную семью и воспитать хороших детей.

«*Труженики*» (17%) – это та часть молодежи, которая заявляет о том, что им по силам получить хорошее образование, престижную и интересную работу, заниматься любимым делом.

Третья группа – «*предприимчивые*» (20%) – это молодые россияне, которые говорят о том, что они в силах добиться создания собственного бизнеса, посещения разных стран мира, достижения богатства и материального достатка.

Четвертая группа – «*гедонисты*» (10%), молодые россияне, которые в первую очередь рассчитывают иметь много свободного времени и проводить его в свое удовольствие.

Значительную часть молодежи (19%) составляют «*максималисты*», которые рассчитывают достичь успехов практически во всех сферах. Стоит отметить, что данная группа не является более молодой, чем другие, и ее устремления нельзя назвать юношеским максимализмом. Существует и группа «*карьеристов*»

(6%) – это молодежь, которая полагает, что ей по силам достичь результатов во многих сферах жизни, но стремится жить в свое удовольствие или быть самому себе хозяином. «*Отчаявшаяся*» молодежь (5%) – седьмая группа – не видит в себе сил достичь тех или иных успехов, а «*тщеславные*» (1%) – восьмая группа, рассчитывают стать знаменитыми, сделать карьеру и иметь доступ к власти.

Кроме того, молодые люди (60%) считают, что выделяться среди других и быть яркой индивидуальностью лучше, чем жить, как все. *При этом за последние 15 лет ориентированность молодых россиян на современные ценности индивидуализма, достижений, самостоятельности и конкурентоспособности усилилась.*

Ценность семьи в системе ценностей человека не остается неизменной. Иерархия ценностей меняется вместе с изменением общественных отношений. В 1970 г. Л. Е. Дарский писал по этому поводу: «Хорошо известно, что господствующие взгляды в отношении создания и быта семьи сильно подвержены влиянию традиций и что их изменение следует связывать скорее со сменой поколений, чем с изменением этих взглядов у одного и того же поколения на протяжении времени. Можно предполагать, что основные взгляды человека в отношении структуры и функции семьи и воспроизведения потомства формируются в период до 20–25 лет, оставаясь почти неизменными на протяжении остальной жизни». И далее: «Не каждое изменение внешних условий существования отражается на коренных взглядах людей. Сознание данного поколения, комплекс его взглядов отражает не сегодняшние, минутные условия существования, а весь опыт жизни данного поколения или, быть может, весь прошлый опыт, серьезно скорректированный опытом данного по-

коления в период его формирования» [5. С. 213.].

Особенности ценностного отношения к семье и детям в нашем обществе определяются достаточно устойчивыми тенденциями: сохранением высокой значимости семьи и детей для большей части населения; изменением структуры женской гендерной роли и связанным с ним снижением значимости материнства в жизни женщины; переходом от детоцентристских к супружеским внутрисемейным ценностям; вариативностью индивидуальных ценностных систем.

Ценность семьи в жизни человека остается весьма значительной за счет *возрастания ее психологической функции*, поскольку семья является одним из немногих факторов, повышающих психологическую и психофизиологическую устойчивость к неблагоприятным условиям. Она не только создает психоэмоциональный комфорт, но и имеет прямое отношение к состоянию здоровья человека.

В исследовании, приведенном в работе Ф. Э. Шереги, ценность семьи во всех социально-демографических группах стабильно занимает 1-е или 2-е место [13. С.72-74]. Более того, семья на протяжении нескольких десятилетий в исследованиях молодежи в различных странах мира занимает в иерархии ценностей первое место. Семья и дом для россиян – наиболее важная сфера жизни, на протяжении многих лет находящаяся на первом месте по значимости в иерархии человеческих ценностей. С этим утверждением, по обследованию ВЦИОМ, были согласны, соответственно, 99% и 98% опрошенных в 2005 и 2008 гг.¹

Семейные ценности, такие как создание прочной, счастливой семьи, воспитание детей, занимают прочные лидирующие позиции в структуре ценност-

ных ориентаций молодых россиян наряду с такой ценностью, как создание материального достатка. Так, в ходе одного из исследований, при выяснении иерархии семейных ценностей были выделены как "очень важные" семь ценностей, которые назвали более 50% ответивших. Подавляющее большинство ответивших (93,5%) назвало главной семейной ценностью «любовь к детям, их воспитание и самореализацию в них». На втором месте – «семейное единство и взаимовыручка» – 85,4%. Третью позицию большинство опрошенных отдали такой ценности, как «психологический комфорт». На четвертом месте в шкале семейных ценностей оказалось «уважение к старшим, к своему роду». При этом 36,2% опрошенных проживают с родителями и, вероятно, находятся в некоторой зависимости от них. Пятую и шестую позицию занимают бытовой комфорт и здоровый образ жизни (64,2 и 59,8% соответственно) [2. С. 125-130].

Россияне перестали ассоциировать любовь с семейным счастьем, а христианское понимание семейных ценностей стало самым непопулярным. Для 53 % граждан любовь не что иное, как некие личностные отношения, которые вовсе не обязательно должны приводить к семейной жизни.

Атрибутом молодежной субкультуры выступают следующие явления: терпимость к добрым половым связям, множественные сексуальные связи, ставшие практически нормой поведения, коммерциализация секса.

В этой связи, необходимо отметить те специфические проблемы, с которыми сталкиваются молодые люди в *период становления новой семьи*.

1. Готовность к созданию семьи.

Низкий уровень предбрачной подготовки к семейной жизни. Акселерация и сексуальная революция, инфантилизм молодого поколения, рост уровня агрес-

¹ Опрос ВЦИОМ «Семья на фоне кризиса, 2009». www.wciom.ru

сивности у девочек, рост числа неблагополучных семей являются дополнительными условиями, осложняющими формирование готовности к браку.

2. Создание семьи.

Изменение отношения к необходимости регистрации брака, откладывание рождения детей. Специалисты отмечают значительное снижение в конце XX – начале XXI века влияния родителей на вступление в брак детей, выбор брачного партнера. Эта тенденция характерна не только для России, но и для ведущих европейских стран. В российской православной культуре благословение родителей традиционно считалось обязательным [1; 4; 8]. В современной же цивилизации оно становится формально-символическим актом.

3. Сохранение уже созданной семьи.

Нестабильность супружеских союзов, дестабилизация брака – одна из важнейших современных социально-демографических проблем, количественно выражающаяся в неблагоприятном соотношении зарегистрированных и расторгнутых браков.

Вместе с тем в настоящее время на государственном уровне уделяется особое внимание развитию и поддержке благополучной молодой семьи. Формирование образа благополучной молодой российской семьи, живущей в зарегистрированном браке, ориентированной на рождение и воспитание нескольких детей, занимающейся их воспитанием и развитием на основе традиционной для России системы ценностей является приоритетным направлением утвержденных распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р Основ государственной молодежной политики до 2025 года».

В этой связи необходимо подчеркнуть, что впервые в российском обществе в качестве основного критерия отнесения к категории молодой семьи обозначается ценность первого зарегистрированного брака, что безусловно благоприятно отразится на формировании ценностей семейной культуры в молодежной среде и воспитании будущего поколения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бернштам Т.А. Молодежь в обрядовой жизни русской общины XIX-начала XX в. – Л.: Наука, 1988. 281 с.
2. Гольцова Е. В. , Лещенко Я. А. Факторы социальной среды как детерминанты брачности и рождаемости//СОЦИС. 2010. №2. С. 125-130
3. Грибов Г.М. Мир ценностей молодежи: прошлое, настоящее, Восток, Запад. Монография. – Брест. Издательство БрГту, 2006. 123 с.
4. Громыко М.М., Буганов А.В. О воззрениях русского народа. – М.: Паломник, 2007. 541 .
5. Дарский Л.Е. Изучение плодовитости браков // Вопросы демографии. М.: Статистика, 1970. С. 188-214.
6. Ерасов Б.С. Социальная культурология. – М.: Издательство: Аспект Пресс, 2000. 591 с.
7. Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Отношение к труду и ценностные ориентации личности // Социология в СССР. – М.: Мысль, 1965. Т.2. С.189-209.
8. Крюкова С.С. Русская крестьянская семья во второй половине XIX в. – М.: ИЭА, 1994. 214 с.
9. Могун В., Энгватов М. Молодежь: высокие притязания и новые стратегии //Менеджер по персоналу. 2008. № 9. С.6-16.

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ

10. Молодежь новой России: ценностные приоритеты [Сайт Федерального государственного бюджетного учреждения науки Института социологии РАН]. URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_1_1.html?&printmode (дата обращения 12.05.2015)
11. Ростовская, Т.К., Ростовская Н.А. Роль массовой коммуникации в социализации молодежи и молодых семей// Информационное общество. 2014. № 2. С.43-49.
12. Социальная психология. Словарь / Под ред. М. Ю. Кондратьева – М.: Издательство-ПЕР СЭ, 2005. 175 с.
13. Шереги Ф. Э. Социология права: прикладные исследования. – СПб.: Алетейя, 2002. - 447 с
14. Rokeach M. Value Survey. Sunnyvale, 1967.