

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ**

Інститут управління, психології та безпеки

Кафедра практичної психології

**СОБЛИВОСТІ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ НЕОДРУЖЕНИХ  
ЧОЛОВІКІВ**

**кваліфікаційна робота**

здобувача вищої освіти  
освітнього ступеня «бакалавр»

**Анастасія СВІР**

4 курсу денної форми навчання  
спеціальність 053 «Психологія»  
ОПП «Психологія»

**Науковий керівник:**

кандидат психологічних наук

**Петро КОЗИРА**

**Рецензент:**

кандидат психологічних наук, доцент

**Ольга УГРИН**

*Кваліфікаційна робота допущена до захисту*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р., протокол № \_\_\_\_

Т.в.о. завідувача кафедри практичної психології

доктор психологічних наук, доцент

\_\_\_\_\_ Євген КАРПЕНКО

Львів

2023

## АНОТАЦІЯ

**СВІР Анастасія Вікторівна. Особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків.**

Робота присвячена вивченню змістових характеристик ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків. Проаналізовано особливості ціннісно-сміслової сфери особистості, а також вікові особливості ціннісно-сміслової сфери у соціально-психологічних дослідженнях. Висвітлено результати емпіричного дослідження, які дали змогу з'ясувати специфіку змістових характеристик ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків та ціннісної сфери, зокрема.

**Ключові слова:** неодружені чоловіки, ціннісна сфера, смислова сфера, ціннісно-сміслова сфера, ціннісні орієнтації.

**Рецензент:** кандидат психологічних наук, доцент Ольга УГРИН.

## ABSTRACT

**Full name. Peculiarities of the value-meaning sphere of unmarried men.**

The work is devoted to the study of the content characteristics of the value-meaning sphere of unmarried men. The peculiarities of the value-meaning sphere of the personality, as well as the age-related peculiarities of the value-meaning sphere in socio-psychological studies, were analyzed. The results of the empirical research, which made it possible to find out the specifics of the content characteristics of the value-meaning sphere of unmarried men and the value sphere, in particular, are highlighted.

**Key words:** unmarried men, value sphere, semantic sphere, value-semantic sphere, value orientations.

**Reviewer:** candidate of psychological sciences, associate professor Olga UGRYN.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ.....</b>	<b>6</b>
1.1. Ціннісно-смилова сфера особистості.....	6
1.2. Вікові особливості ціннісно-смилової сфери.....	12
Висновки до 1 розділу.....	18
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ У НЕОДРУЖЕНИХ ЧОЛОВІКІВ.....</b>	<b>20</b>
2.1. Характеристика груп досліджуваних, опис методики та особливості проведення дослідження особливостей ціннісно-смилової сфери у неодружених чоловіків.....	20
2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження особливостей ціннісно-смилової сфери у неодружених чоловіків.....	21
Висновки до 2 розділу.....	37
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>39</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>42</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>45</b>

## ВСТУП

Одним з психологічних феноменів, які впливають на розвиток особистості є ціннісно-смилова сфера. Це певна функціональна система у психологічному аспекті, яка формує сенс та цілі життєдіяльності кожної людини, а також регулює способи досягнення своїх цілей. Оцінка ціннісно-смилової сфери особистості є багатогранною та дає змогу отримати значну кількість інформації щодо ступеня моральності, духовності людини, характеристики її міжособистісної взаємодії з іншими людьми як в особистому житті, так і в професійному, а також громадську позицію, певні особливості світогляду і рівень домагань даної особистості.

Важливо розуміти, що ціннісно-смилова сфера у кожної людини різна та потребує індивідуального підходу до її визначення та розуміння. Ціннісно-смилова сфера особистості як ціла структура саморегуляції включає у себе такі компоненти: ціннісні орієнтації; особистісні смисли; спрямованість особистості. Ціннісно-смилова сфера – це різноманітна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, мотивів, переконань та світогляду, які беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху.

Дослідження ціннісно-смилової сфери особистості у різних аспектах проводили такі науковці як Ю.Домбровська [9], К.Кротюк [14], В.Дуб [10], І.Панок [21], Л.Журавльова [11], Г.Гуменюк [7], Л.Романкова [22], Т.Коломієць [12], О.Коропецька [13], Н.Мужанова [20], Т.Антоненко [1], О.Бреусенко-Кузнєцов [6], М.Яницький [29] та ін.

Вивченням особливостей ціннісно-смилової сфери у неодружених чоловіків займалася мала кількість науковців і вона є недостатньою. Це й обумовило вибір теми нашого дослідження **«Особливості ціннісно-смилової сфери неодружених чоловіків»**.

**Об'єкт дослідження:** ціннісно-смилова сфера як багатогранна та багатфункціональна система.

**Предмет дослідження:** особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків.

**Мета дослідження:** дослідити особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків та проаналізувати їх.

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати психолого-педагогічну літературу з теми дослідження;
- охарактеризувати групи досліджуваних та методик, які були використані під час дослідження ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків;
- провести дослідження та проаналізувати результати дослідження ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків.

**Гіпотеза дослідження:** ми припускаємо, що особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків залежать від динаміки зміни цінностей груп (культур) та пов'язанні зі змінами в суспільстві, життєвими проблемами.

**Теоретична основа:** теоретико-методологічною основою дослідження виступили методики дослідження ціннісно-сміслової сфери

**Наукова новизна:** розширення та поглиблення уявлень про особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків.

**Практичне значення:** результати досліджень з даної теми можуть бути використані у роботі практичних психологів з неодруженими чоловіками задля розв'язання певних психологічних проблем.

**Методологія:** під час дослідження були використано так методи та методики: теоретичні методи (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, порівняння літератури); емпіричні методи(спостереження, дослідження).

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, двох розділів та висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ

### 1.1. Ціннісно-смилова сфера особистості

Ціннісно-смилова сфера грає важливу роль у житті кожної людини. Ціннісно-смилова сфера – це різноманітна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, мотивів, переконань та світогляду, які беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху. Ціннісно-смилова сфера займає провідне місце між двома психологічними феноменами: з однієї сторони це мотивація, а з іншої сторони це світоглядна структура свідомості. Ціннісно-смилова сфера – центр особистості з картиною її внутрішнього світу.

Г.Чайка вважає, що ціннісно-смилова сфера – це центральна формація психіки людини, яка є багаторівневою, ієрархічною та динамічною системою. Ціннісно-смилова сфера, будучи відносно стабільною, може змінюватися під впливом зовнішніх, тобто соціуму, та внутрішніх, тобто особистісного розвитку, чинників. Якщо ціннісно-смилова сфера перебудовується, то це вважається життєвою кризою, протягом якої відбувається розлад внутрішнього світу у людини, а якщо ця криза успішно подолана, то це призводить до особистісного зростання [28, с. 93].

На думку С.Моткова, ціннісно-смилова сфера – важлива складова людського життя. Сенси та цінності допомагають особистості орієнтуватися у навколишньому світі, який постійно змінюється, впливають на модель поведінки, спрямованість, професійну самосвідомість, а також сімейне життя, тобто формують вектори розвитку. Ціннісно-смилова сфера є психічним конструктом, який має у собі ціннісні і смислові компоненти. Ціннісна сфера повністю впливає на ставлення людини до навколишнього світу, до себе, в першу чергу, спонукає до певної діяльності, регулює поведінку у соціумі та допомагає орієнтуватися у навколишньому середовищі. Щодо смислової сфери, то вона

бере участь у спонуканні людини до певних дій, у формуванні особистості, а також є суб'єктивним відображенням об'єктивної дійсності і допомагає пов'язувати різний досвід особистості, виконує адаптативну та захисну функції. [19, с. 105].

В.Мицько висловив таку думку, що завдяки категоріям «цінності» та «смысл», особистість є носієм аксіопсихіки, суб'єктом пошуку, знаходження та творення ціннісних орієнтирів власного життя [17, с. 86].

В.Банделюк говорить про те, що ціннісно-смыслова сфера є провідною і визначає головну позицію в житті особистості, а також впливає на спрямованість, на вчинки, на поведінку людини, на ставлення до навколишнього світу і до самого себе. Ця аксіосфера особистості містить та поєднує у собі різні, рівнозначні компоненти, які необхідні для нормального функціонування. Ціннісно-смыслова сфера поєднує у собі усі компоненти, які характеризуються обром, мораллю, загальноприйнятими цінностями і саме це сприятиме гармонійному та всебічному розвитку особистості [3, с. 13].

Т.Дерека та В.Ляшенко визначають такі складові ціннісно-смыслової сфери:

- ціннісні орієнтації – це певні підстави, за якими людина виставляє об'єкти, суб'єкти або події за їх ступенем значущості;
- особистісні смысли – це індивідуальне відображення ставлення особистості до певних об'єктів, за яких відбувається її діяльність;
- спрямованість особистості – являє собою певну систему стійких спонукань людини;
- репертуар референтних груп – соціальна група, яка служить для людини своєрідним стандартом, система відліку для себе та інших людей, джерело формування соціальних норм та ціннісних орієнтацій [8, с. 20].

Ми погоджуємося з думкою О.Москалено, що у внутрішню структуру ціннісно-смыслової сфери входять такі компоненти:



**Рис. 1.1. Компоненти ціннісно-сислової сфери**

Складено на основі джерела [18, с. 93].

Також О.Москаленко зазначає, що ціннісно-сислова сфера може базуватися на наступних компонентах:

1) спрямованість особистості – даний компонент вказує на вектор ціннісно-сислової сфери особистості, що залежить від умов або дії певних чинників, які мають психологічний чи соціальний характер;

2) ціннісні орієнтації особистості – цей компонент визначає домінування у людини цінностей тільки певного виду, а саме:

- особистісні цінності, які містять у собі відпочинок, матеріальне становище, здоров'я, естетична насолода;

- цінності досягнень, які містять у собі визнання, повагу, кервання людьми та власне соціальне становище;

- суспільно-соціальні цінності, які містять собі допомогу, милосердя, пізнання нового, кохання і т.д.

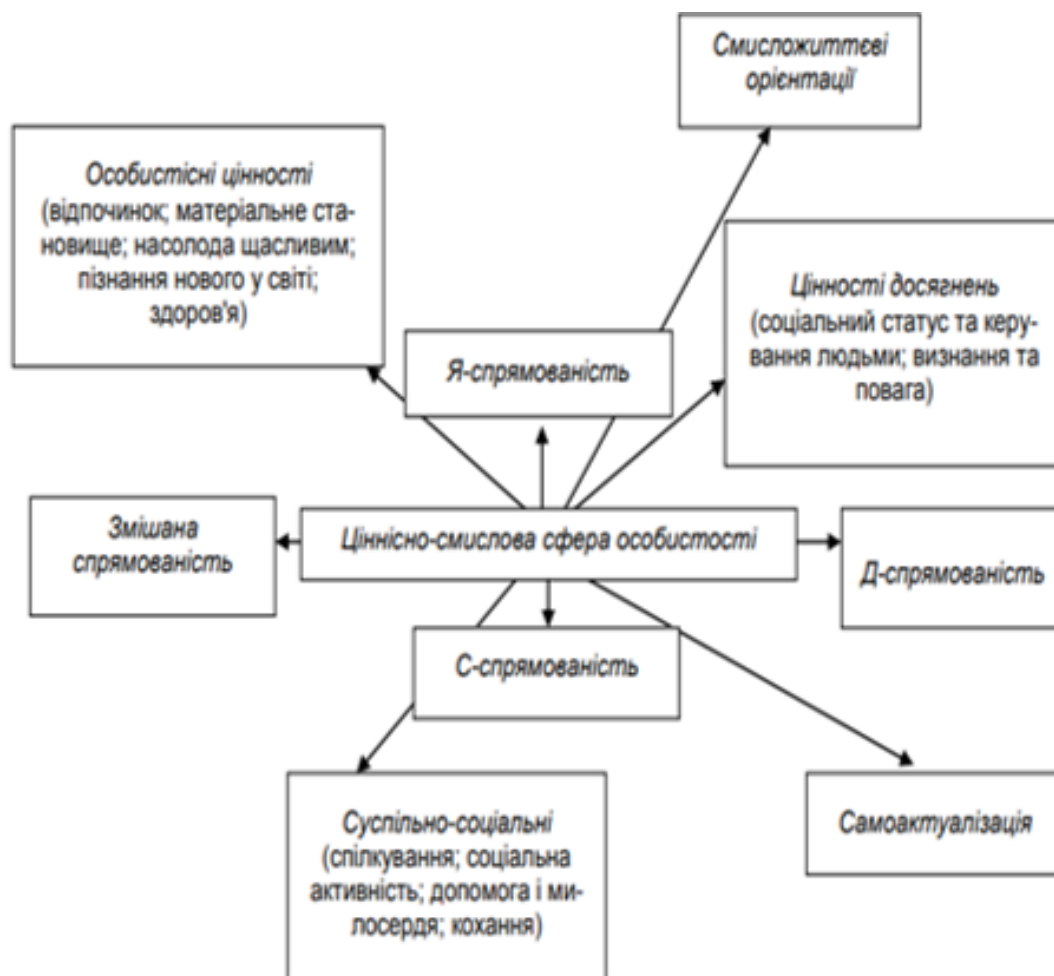
3) смисложиттєві орієнтації особистості – цей компонент містить у собі наявність у людини життєвих цілей, мір задоволення особистості сутністю



власної життєдіяльності та самореалізацією, відчуття можливості обрати для себе свою долю та керувати нею;

4) самоактуалізація – цей компонент є важливим показником ціннісно-сислової сфери особистості. Саме ступінь самоактуалізації допомагає та дає можливість визначити особливості ціннісно-сислової сфери людини [18, с.93].

За О.Москаленко можна виділити приблизно таку модель ціннісно-сислової сфери особистості.

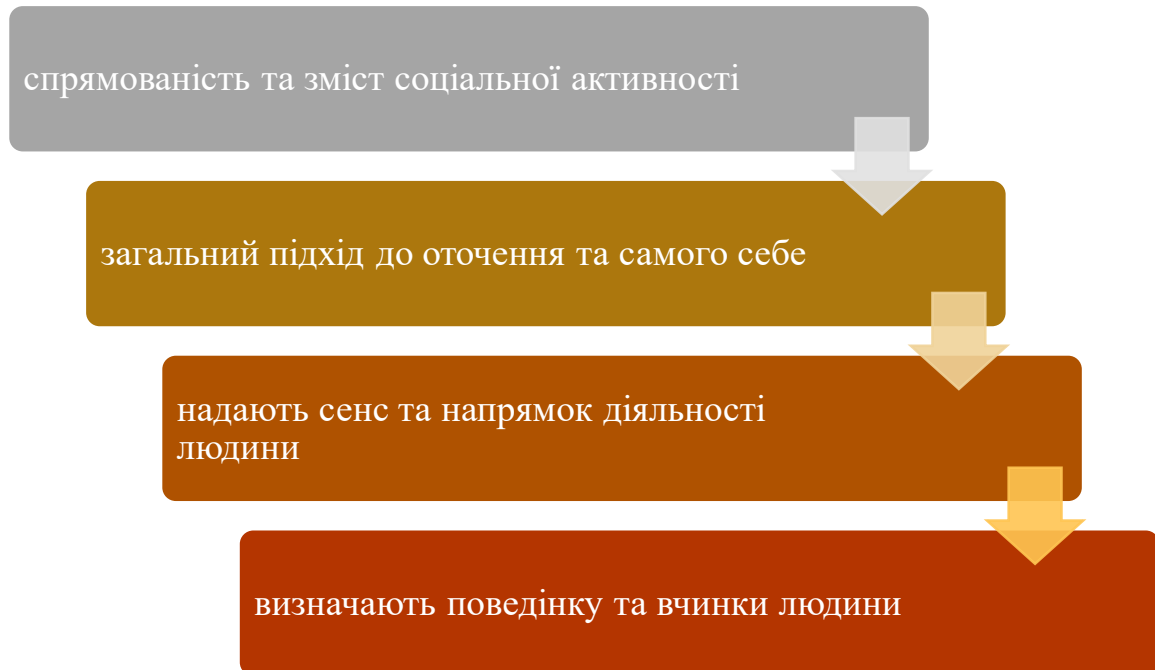


**Рис. 1.2. Модель ціннісно-сислової сфери особистості**

Складено на основі джерела [18, с. 94].

На думку С.Сосніхіної ціннісно-сислова сфера є однією з найважливіших характеристик особистості. Психологічною базою ціннісно-сислових орієнтацій у людини виступають багатогранна структура потреб, світогляду, мотивів, переконань, інтересів, ідеалів, цілей, які утворюють спрямованість

особистості та виражають соціально-детерміноване відношення людини до оточуючої дійсності. За її словами, велика кількість науковців пояснюють ціннісно-сміслові орієнтації як певну центральну позицію людини, яка впливає на:



**Рис. 1.3. Вплив ціннісно-сміслових орієнтацій**

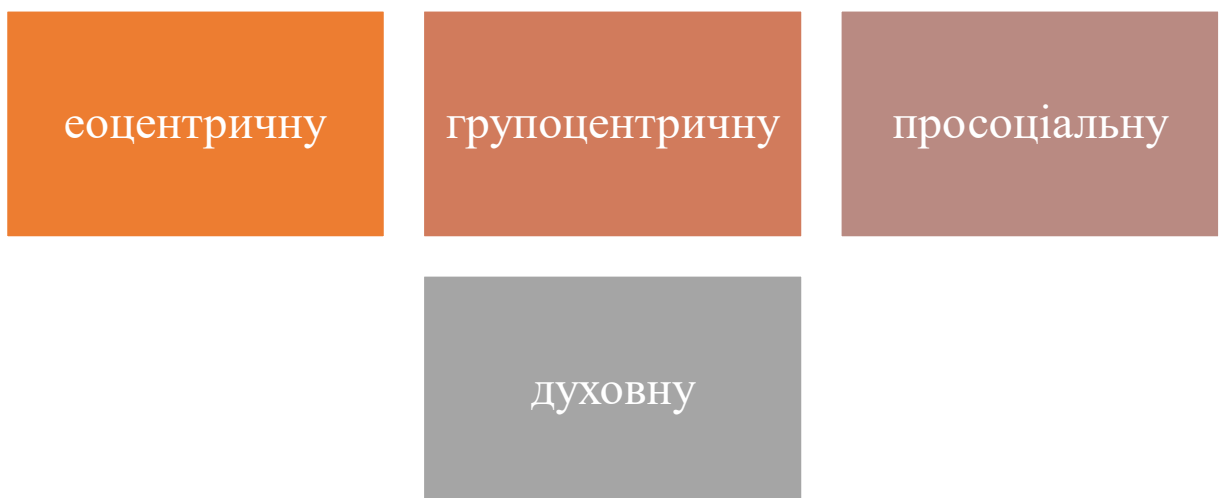
Складено на основі джерела [23, с. 238].

Ми погоджуємося з думкою Д.Базилевича щодо того, що ціннісно-сміслова сфера є динамічного характеру, тобто коли існування певних цінностей та смислів не підтримуватиметься, не створюватиметься і не реалізовуватиметься з боку людини, то вони втрачають актуальність і поступово зникають. У кризові періоди ціннісно-сміслова сфера змінюється, у ході чого певні цінності переглядаються, блокуються, а інші навпаки актуалізуються, формується така собі нова система цінностей або ж розвивається вже існуюча [2].

С.Бикова та А.Чистяков зазначають, що ціннісно-сміслова сфера позначається як об'єкт психологічного дослідження, вона не може бути обмежена системою цінностей та особистих смислів у вузькому їх розумінні та включає в себе вивчення особливостей мотиваційно-потребової сфери, структур

самосвідомості, соціально-психологічних умов її формування. Ціннісно-сміслова сфера є певною функціональною системою, яка формує смисли та цілі життєдіяльності людини, а також регулює способи їх досягнення. Коли відсутня осмисленість цілей, то дезорганізується вся система цінностей, роблячи поведінку особистості або автоматизованою, або нецілеспрямованою [5, с. 79].

За дослідженнями А.Федоренко, з однієї сторони ціннісно-сміслові утворення нав'язуються оточуючими людьми, а з іншої – людина активно створює їх, приймаючи, зміцнюючи їх або відштовхуючи цінності та смисли, пропоновані соціумом. Ціннісно-сміслова сфера як певний структурно-функціональний компонент особистості тісно пов'язаний такими сферами як мотиваційно-потребовою, когнітивною та емоційно-вольовою, а також виконує найважливіші функції – системоутворювальну та регулятивну. Ціннісно-сміслова сфера є певною основою для вольової, а також емоційної саморегуляції людини, в той час як в умовах соціуму сьогодення поведінка, взаємодія людей та їх вчинки мають вивчатися у зв'язку з ціннісно-сміисловою детермінацією. У розвитку ціннісно-сміислової сфери особистості виділяють такі послідовні стадії:



Складено на основі джерела [27, с. 209-210].

Т.Яновська досліджуючи ціннісно-сміслову сферу визначає, що гармонійна ціннісно-сміслова сфера є психологічною характеристикою зрілої особистості, яка виражає змістовне відношення людини до соціальної дійсності

та у цій якості визначає мотивацію її поведінки, суттєво впливає на всі сторони діяльності особистості [30].

Проаналізувавши дослідження науковців щодо ціннісно-сміслової сфери, ми можемо зробити висновок, що це певна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, переконань та світогляду, які безпосередньо беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху. Саме ціннісно-сміслова сфера займає значне місце між двома психологічними феноменами: мотивація та світоглядна структура свідомості. Ціннісно-сміслова сфера є центром особистості з картиною її внутрішнього світу. Ми визначили, що ціннісно-сміслова сфера базується на таких компонентах:

- 1) спрямованість особистості;
- 2) ціннісні орієнтації особистості;
- 3) смисложиттєві орієнтації особистості;
- 4) самоактуалізація.

Ми знаємо, що у внутрішню структуру ціннісно-сміслової сфери входять наступні компоненти:

- 1) когнітивний (смісловий) компонент;
- 2) емотивний (емоційно-оцінний) компонент;
- 3) конативний (поведінковий, діяльнісний та вольовий) компонент.

## **1.2. Вікові особливості ціннісно-сміслової сфери**

У кожного вікового періоду розвитку людини як особистості ціннісно-сміслова сфера набуває своїх певних особливостей та характеризується різними ознаками. Розглянемо різні вікові періоди та особливості ціннісно-сміслової сфери.

М.Лук'яненко визначає, що ціннісно-сміслова сфера тісно пов'язана з локусом контролю. Локус контролю – це певна особистісна характеристика

людини, яка відображає схильність людини перекладати відповідальність за успіхи та невдачі або зовнішнім обставинам, умовам та силам, або самому собі, своїм зусиллям та недолікам. Таким чином, проведене нею дослідження показало, що у молодших школярів цінності, реалізація яких спонукається та підкріплюється не самими учнями, а зусиллями інших людей, наприклад батьками, вчителями і т.д. У своїй діяльності молодші школярі не можуть самостійно керуватися цінностями, які показує як приклад суспільство, у якому вони проживають, а потребують допомоги від оточуючих, які будуть спонукати до діяльності, спираючись на цінності. Можна зробити висновок, що цінності суспільства ще не стали важливим для молодших школярів, і таким чином не перетворилися у ціннісні орієнтації [16, с. 12-13].

Т.Яновська дослідила, що у підлітковому віці, який кризовим перехідним етапом та супроводжується якісними змінами у розвитку самосвідомості особистості, відмічають спрямування свідомості на самого себе. Це є найважливіший віковий період становлення особистості, коли саме завершується перебудова самосвідомості, інтересів та цінностей. Підліток засвоює нові системи відносин, також зазнає змін його ціннісно-сміслової сфери, яка за своєю структурою є складним інтегративним утворенням особистості, а ще включає ряд смислових утворень, серед яких головними є цінності та смисли. Цінними для підлітків є термінальні та інструментальні цінності, такі як:

- наявність хороших та вірних друзів;
- розваги;
- задоволення;
- забезпечене життя;
- незалежність;
- чесність;
- життєрадісність.

Менш важливими цінностями для підлітків є наступні:

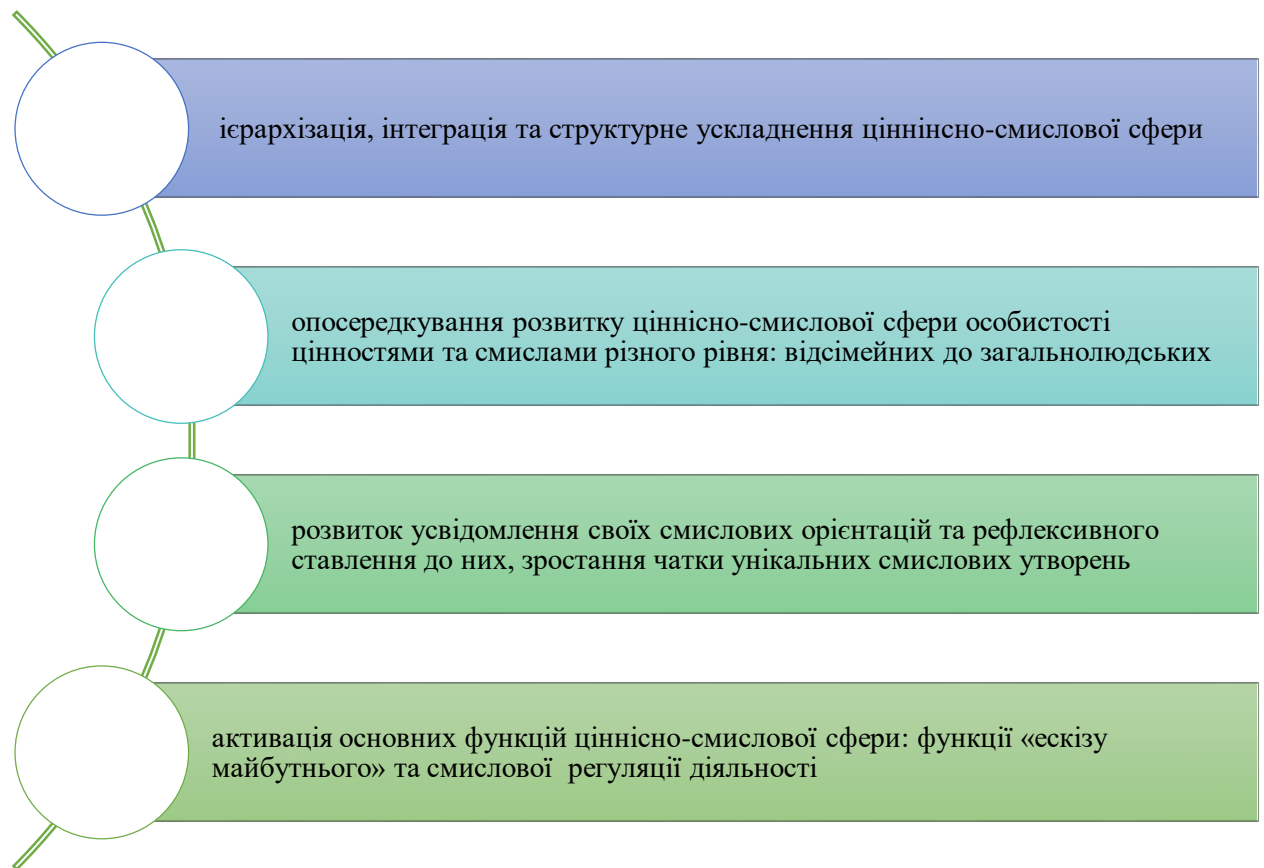
- спокій у країні;

- життєва мудрість;
- неприйняття недоліків;
- чутливість;
- широта поглядів [30, с. 200-201].

За дослідженнями Т.Турчин, значним показником зрілості ціннісно-смислових орієнтацій у підлітків є узгодженість їх життєвої перспективи. Саме у підлітковому віці активізується ціннісно-смилова сфера, із неврегульованих соціальних смислів ціннісно-смилова сфера перетворюється в таку систему, у якій все підпорядковується спрямованості особистості, а все наділяється особистісним смислом. Хочемо також зазначити, що активізація ціннісно-смилової сфери у підлітків, а також її вдосконалення розширює не тільки смисловий простір, а й і час буття особистості: підліток навчається шукати детермінанти подій, аналізуючи при цьому причинно-наслідкові зв'язки; він починає розуміти минуле та прогнозувати майбутнє, як наслідок – здатність самостійно керувати своїм життям [25, с. 229 - 230].

Ю.Сошина також досліджувала ціннісно-смилову сферу у підлітків та дійшла висновку, що підліток прагне стати на нову соціальну позицію – позицію дорослого. Варто зазначити, що в особистісному означуванні своїх відносин з оточуючими людьми підліток від зовнішніх критеріїв осмислення, тобто зовнішність, манера спілкування і т.д., до внутрішніх, тобто розуміння, відповідальність, довіра і т.д.

Переосмислюючи систему людських відносин і оцінюючи своє місце в цій структурі, підлітки наділяють новими смислами відкритий їм соціальний простір, при цьому ж трансформується зміст ціннісно-смилової сфери. Також ціннісно-смилова сфера у підлітків характеризується дисгармонічністю. Виділено закономірності розвитку ціннісно-смилової сфери у підлітків:



**Рис. 1.4. Закономірності розвитку ціннісно-сислової сфери у підлітків**  
Складено на основі джерела [24].

За дослідженнями Є.Сосніхіної, у осіб юнацького віку, щодо ціннісно-сислової сфери, то найважливішими цінностями стали наступні:

- здоров'я;
- наявність хороших друзів;
- любов;
- життєва мудрість;
- цінність особистого щастя;
- цінність професійної сфери;
- цінності спілкування;
- цінності справи;
- освіченість [23, с. 243-244].

А.Федоренко визначила, що для студентської молоді складно адекватно соціалізуватися, віднайти своє внутрішнє покликання, а також правильно осягнути власні справжні цінності та смисли. Саме молодь зміни у суспільстві в поєднанні з віковою кризою стимулюють до безперервного особистісного розвитку, а деструктивні умови соціалізації сприяють деформації її ціннісно-смыслових орієнтацій. Слід відзначити, що для студентської молоді є характерною специфічна структура цінностей, яка пов'язана насамперед із прагненням до набуття впевненості у собі та постійним вдосконаленням [27, с. 116-117].

О.Баскова проаналізувала особливості ціннісно-смыслові сфери у сучасної молоді і дійшла такого цікавого висновку, що раніше у молоді були в пріоритеті такі цінності.



**Рис. 1.5. Пріоритетні цінності молоді за О. Басковою**

Складено на основі джерела [4].



Порівнюючи дослідження нашого часу, О.Баскова визначила, що сучасна молодь має такі цінності:



**Рис. 1.6. Цінності сучасної молоді**

Складено на основі джерела [4].

На думку вченої, такі зміни у ціннісно-смісловій сфері зумовлені саме трансформації середовища, у якому перебуває та розвивається молодь [4].

На думку Л.Фальковської, зміст ціннісно-смісловій сфері сучасної студентської молоді визначатиме найближчим часом перспективи та напрямки розвитку суспільства. На сьогодні студентська молодь сповідують цінності свободи, відкритості та демократії, їм властиві такі життєві цінності як популярність, матеріальний успіх та почуття задоволення, а також поцінують служіння людям [26, с. 78].

За дослідженнями А.Лепехи, ціннісно-сміслова сфера у осіб юнацького віку має такі особливості: найбільш значимими цінностями для юнаків є досягнення, влада, самостійність та стимуляція. Це свідчить про те, що для юнаків важливе значення мають особистісні досягнення. Юнаки особистий успіх

спрямовують через прояв компетентності у відповідності із соціальними стандартами. Для дівчат найбільш значимими цінностями є безпека, гедонізм, самостійність та доброта. Така ієрархія цінностей пов'язана із забезпеченням комфортної життєдіяльності та з чуттєвою сферою [15].

Отже, ми можемо зробити висновок, що ціннісно-смилова сфера на різних вікових етапах розвитку людини має різні характеристики, які пов'язані з психологічними особливостями вікового періоду. Молодші школярі не можуть самостійно керуватися цінностями, які показує як приклад суспільство, у якому вони проживають, цінності суспільства ще не стали важливим для молодших школярів, і таким чином не перетворилися у ціннісні орієнтації. Для підліткового віку ми визначили те, що ціннісно-смилова сфера тільки починається активізуватися, підліток намагається вийти на новий соціальний рівень – дорослого. Таким чином, головними цінностями для підлітка є наявність хороших та вірних друзів; розваги; задоволення; забезпечене життя; незалежність; чесність. Для осіб юнацького віку характерним є такі цінності як безпека та зрілість; самовизначення; досягнення; соціальність; насолода та духовність; соціальна влада; здоров'я.

### **Висновки до 1 розділу**

Проаналізувавши психолого-педагогічну літературу з теми нашого дослідження ми дійшли висновку, що ціннісно-смилова сфера - це певна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, переконань та світогляду, які безпосередньо беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху. Саме ціннісно-смилова сфера займає значне місце між двома психологічними феноменами: мотивація та світоглядна структура свідомості. Ціннісно-смилова сфера є центром особистості з картиною її внутрішнього світу. Ми визначили, що ціннісно-смилова сфера базується на таких

компонентах: спрямованість особистості; ціннісні орієнтації особистості; смисложиттєві орієнтації особистості; самоактуалізація.

Дослідивши вікові особливості ціннісно-сміслової сфери ми зробили висновок, що ціннісно-сміслова сфера на різних вікових етапах розвитку людини має різні характеристики, які пов'язані з психологічними особливостями вікового періоду. Таким чином різні категорії особистостей мають такі особливості ціннісно-сміслової сфери: молодші школярі – не можуть самостійно керуватися цінностями, цінності суспільства ще не стали важливим для молодших школярів, і таким чином не перетворилися у ціннісні орієнтації; підлітки – ціннісно-сміслова сфера тільки починається активізуватися, головними цінностями є: наявність хороших та вірних друзів, розваги, задоволення, забезпечене життя, незалежність, чесність; особи юнацького віку – безпека та зрілість, самовизначення, досягнення, соціальність, насолода та духовність, соціальна влада, здоров'я.

## РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ У НЕОДРУЖЕНИХ ЧОЛОВІКІВ

### 2.1. Характеристика груп досліджуваних, опис методики та особливості проведення дослідження особливостей ціннісно-смиислової сфери у неодружених чоловіків

Ціннісно-смишлова сфера – це один із психологічних феноменів, котрий включає в себе певна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, переконань та світогляду, які безпосередньо беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху. Ціннісно-смишлова сфера базується на таких психологічних компонентах:

- спрямованість особистості;
- ціннісні орієнтації особистості;
- смисложиттєві орієнтації особистості;
- самоактуалізація.

Головною метою нашого емпіричного дослідження було особливості ціннісно-смишлогої сфери неодружених чоловіків та проаналізувати їх. Відповідно до умов емпіричного дослідження нами було здійснено роботу на базі магазину одягу Intimissimi. У емпіричному дослідженні прийняли участь 31 особа віком від 18 до 33 років, що склали групу досліджуваних особистостей.

Для вирішення головного завдання нами було застосовано методику «Портрет цінностей» автора Ш.Шварца за адаптацією І.Семків. Зазначимо, що методика «Портрет цінностей» спрямована на дослідження динаміки зміни цінностей у зв'язку зі змінами у суспільстві, життєвими проблемами. Методика складається з 40 тверджень (кожне з яких стосувалося певної цінності), які слід уважно прочитати та обрати із варіантів відповідей те, яке найбільше підходить саме людині та оцінити наскільки подібною до неї є ця людина. Серед варіантів

відповідей містяться такі: дуже подібна; така ж як я; майже така, як я; трішки така, як я; не така, як я; зовсім не така, як я.

Дані варіанти відповідей мають свою оцінку: «дуже подібна» - 6 балів; «така ж як я» - 5 балів; «майже така, як я» - 4 бали; «трішки така, як я» - 3 бали; «не така, як я» - 2 бали; «зовсім не така, як я» - 1 бал. Час, який було відведено на проходження методики разом з читанням інструкції – 30-35 хвилин.

На основі результатів методики ми маємо змогу побудувати ієрархічну структуру цінностей групи людей, в нашому випадку це неодружені чоловіки. Та цінність, яка набирає найбільшу кількість балів, є для групи людей провідною та спрямовує її діяльність і творчість. Серед головних цінностей, які виокремлені у методиці ми маємо наступні: самостійність; стимуляція; гедонізм; досягнення; влада; безпека; конформізм; традиція; універсалізм; доброзичливість.

Опрацювання методики проводиться відповідно до ключа опитувальника. До кожного запитання відноситься певна цінність, відповідно до цього відбувається аналіз результатів:

(Додаток А).

Проведення емпіричного дослідження ми проводили за допомогою Google Forms. Аналіз та інтерпретацію результатів дослідження особливостей ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків ми представимо у наступному підрозділі.

## **2.2. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження особливостей ціннісно-сміслової сфери у неодружених чоловіків**

Проаналізуємо відповіді за кожним з тверджень методики «Портрет цінностей» (автор Ш.Шварца, адаптація І.Семків). Вік учасників варіювався від 18 до 33 років, це ми можемо побачити за таблицею (рис. 2.1.).

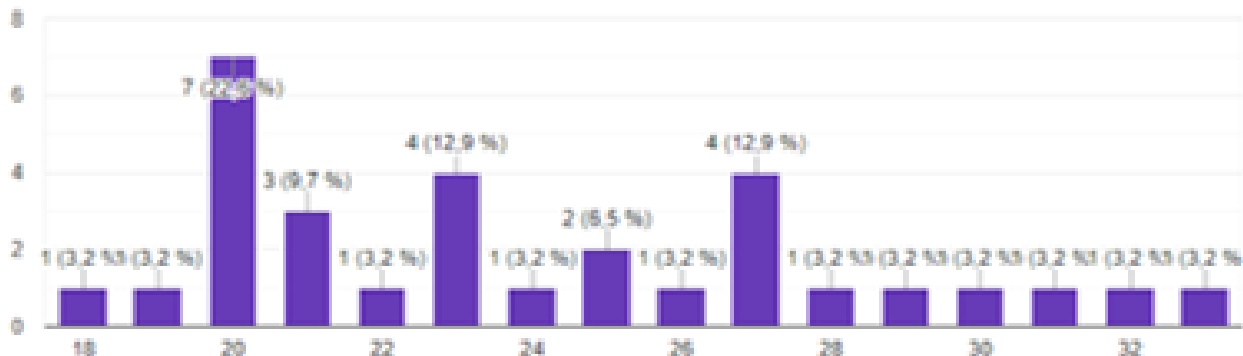


Рис.2.1. Вік учасників емпіричного дослідження

Здійснено аналіз відповідей відповідно до питань, що входять до складу опитувальника.

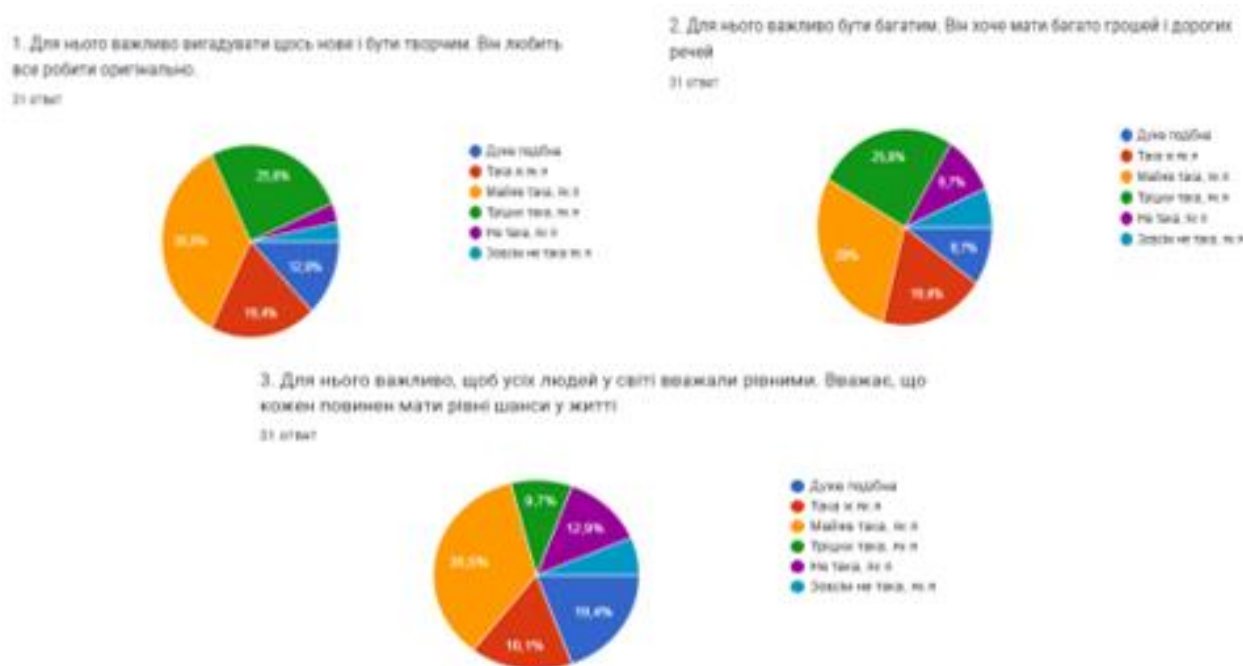
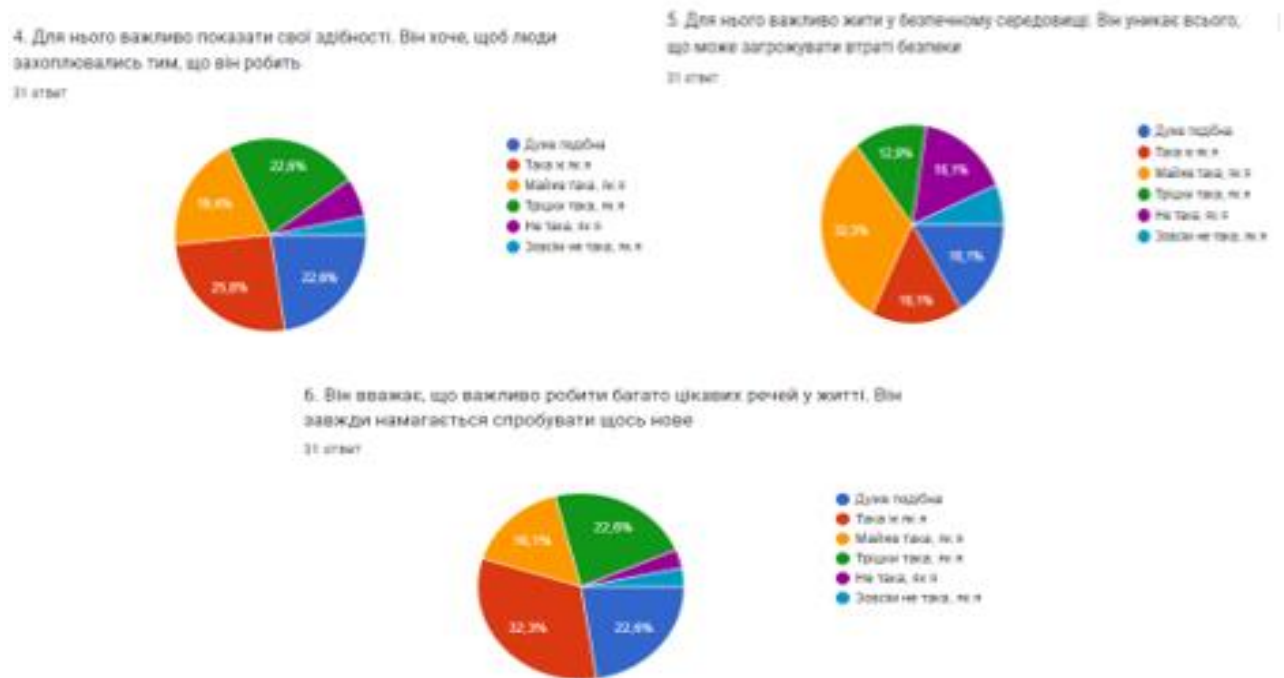


Рис. 2.2. Результати відповідей учасників за 1-3 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)

За першим твердженням отримали такі результати: «Дуже подібна» - 12,9%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 35,5%; «Трішки така, як я» - 25,8%; «Не така, як я» - 3,2%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За другим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 9,7%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 29%; «Трішки така, як я» - 25,8%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За третім твердженням ми отримали такі відповіді: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 25,8%; «Майже така, як я» - 19,4%; «Трішки така, як я» - 22,6%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2 % (рис. 2.2.).

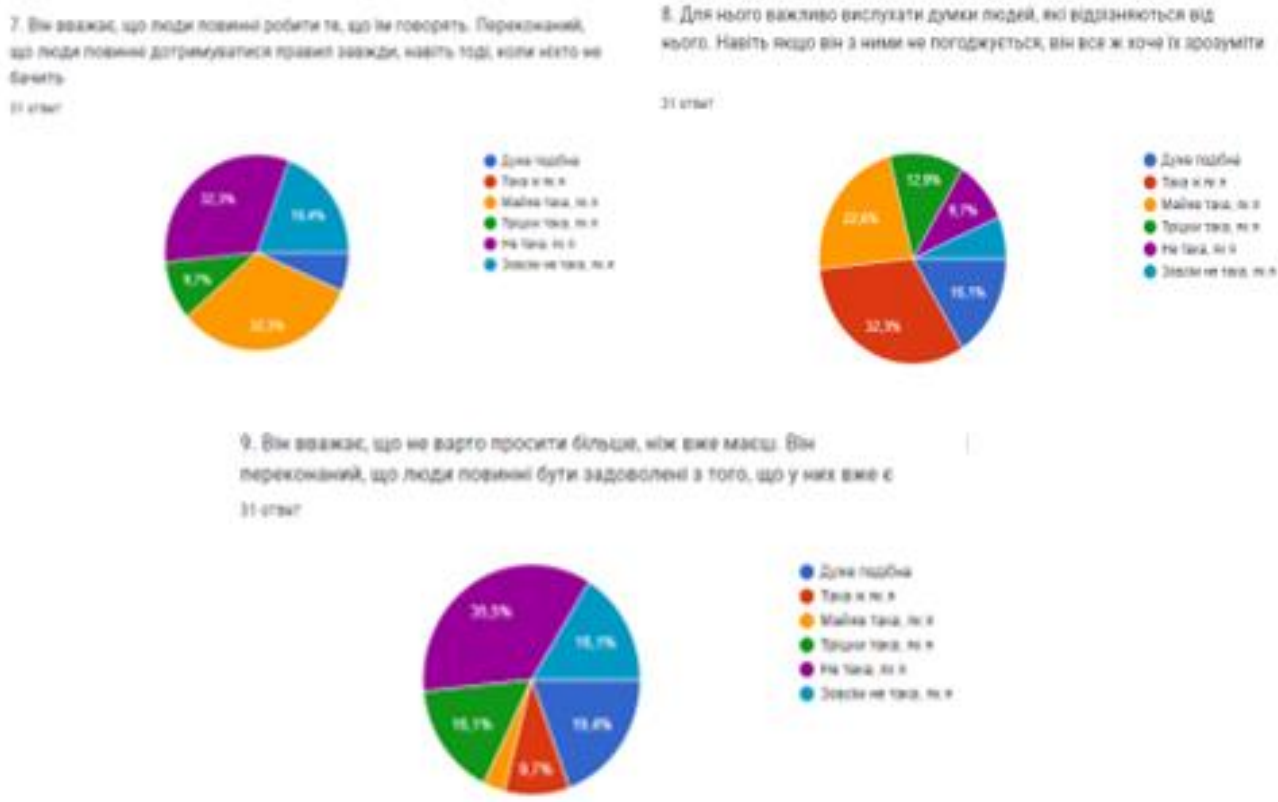


**Рис. 2.3. Результати відповідей учасників за 4-6 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За четвертим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 25,8%; «Майже така, як я» - 19,4%; «Трішки така, як я» - 22,6%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За п'ятим твердженням ми отримали наступні результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 16,1%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 16,1%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За шостим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 32,3%; «Майже така, як я» - 16,1%; «Трішки така, як я» - 22,6%; «Не така, як я» - 3,2%; «Зовсім не така, як я» - 3,2% (рис.2.3.).



**Рис. 2.4. Результати відповідей учасників за 7-9 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За сьомим твердженням ми отримали наступні результати: «Дуже подібна» - 6,5%; «Така ж як я» - 0%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 9,7%; «Не така, як я» - 32,3%; «Зовсім не така, як я» - 19,4%.

За восьмим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 32,3%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

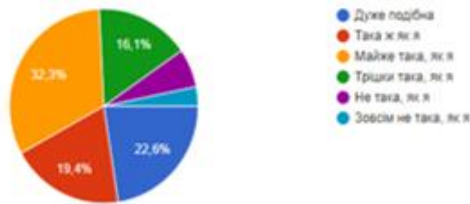
За дев'ятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 9,7%; «Майже така, як я» - 3,2%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 35,5%; «Зовсім не така, як я» - 16,1% (рис.2.4.).

На рис. 2.5, відображено результати за 10-12 питаннями методики.

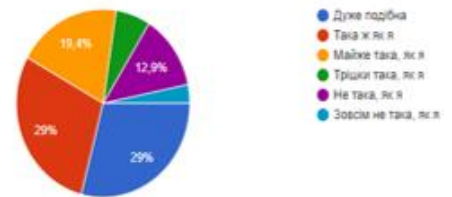
Як бачимо, за десятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.



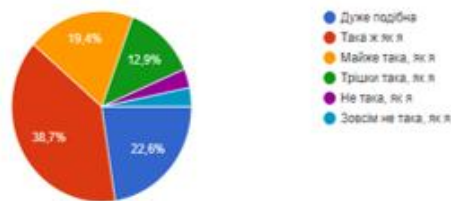
10. Він шукає будь-яку нагоду, щоб розважитись. Для нього важливо робити те, що приносить йому задоволення  
31 ответ



11. Йому подобається самостійно вирішувати, що робити. Для нього важливо бути вільним у плануванні та у виборі своєї діяльності  
31 ответ



12. Для нього важливо дбати про близьких людей. Він намагається дбати про їхнє добро  
31 ответ



**Рис. 2.5. Результати відповідей учасників за 10-12 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За одинадцятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 29%; «Така ж як я» - 29%; «Майже така, як я» - 19,4%; «Трішки така, як я» - 6,5%; «Не така, як я» - 12,9%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

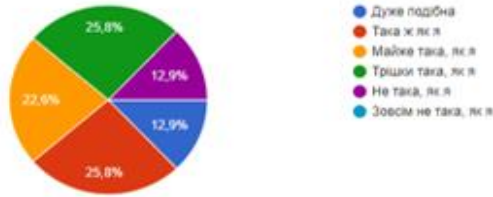
За дванадцятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 38,7%; «Майже така, як я» - 19,4%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 3,2%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

Відповіді на питання 13-15 відображено на рис. 2.6. Аналізуючи їх, бачимо, що за тринадцятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 12,9%; «Така ж як я» - 25,8%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 25,8%; «Не така, як я» - 12,9%; «Зовсім не така, як я» - 0%.

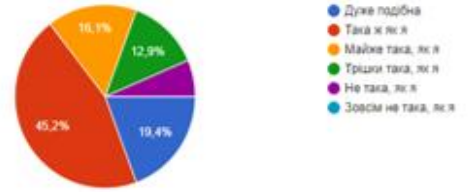
За чотирнадцятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 45,2%; «Майже така, як я» - 16,1%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 0%.

За п'ятнадцятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 6,5%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 22,6%; «Зовсім не така, як я» - 3,2% (рис.2.6.).

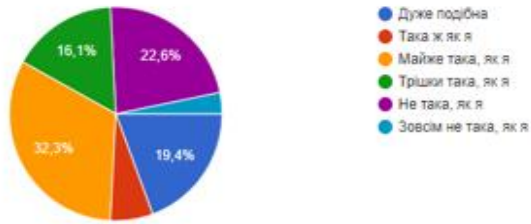
13. Для нього важливо бути успішним. Він любить вражати інших  
31 ответ



14. Для нього важлива безпека його країни. Він вважає, що держава повинна бути на сторожі внутрішньої та зовнішньої загрози  
31 ответ



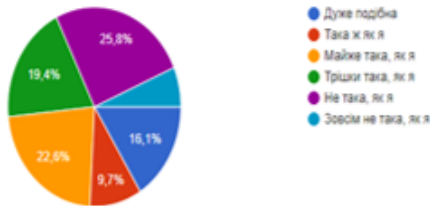
15. Він любить ризикувати, завжди шукає пригод  
31 ответ



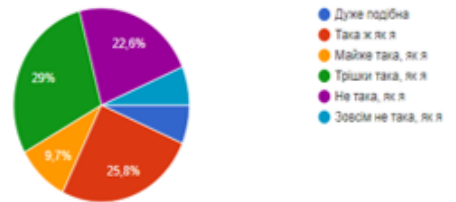
**Рис. 2.6. Результати відповідей учасників за 13-15 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

Перейдемо до аналізу результатів учасників дослідження за 13-15 питаннями (рис. 2.7).

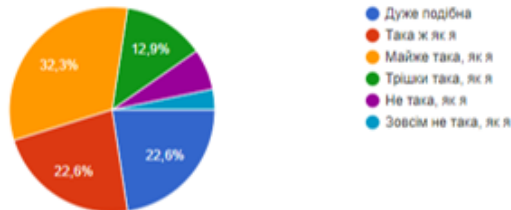
16. Для нього важливо поводити себе правильно. Він намагається уникати вчинків, які для інших здаються помилковими  
31 ответ



17. Йому подобається бути керівником і вказувати іншим, що вони повинні робити. Він хоче, щоб люди робили те, що він каже  
31 ответ



18. Для нього важливо бути вірним своїм друзям. Він хоче присвятити себе близьким людям  
31 ответ



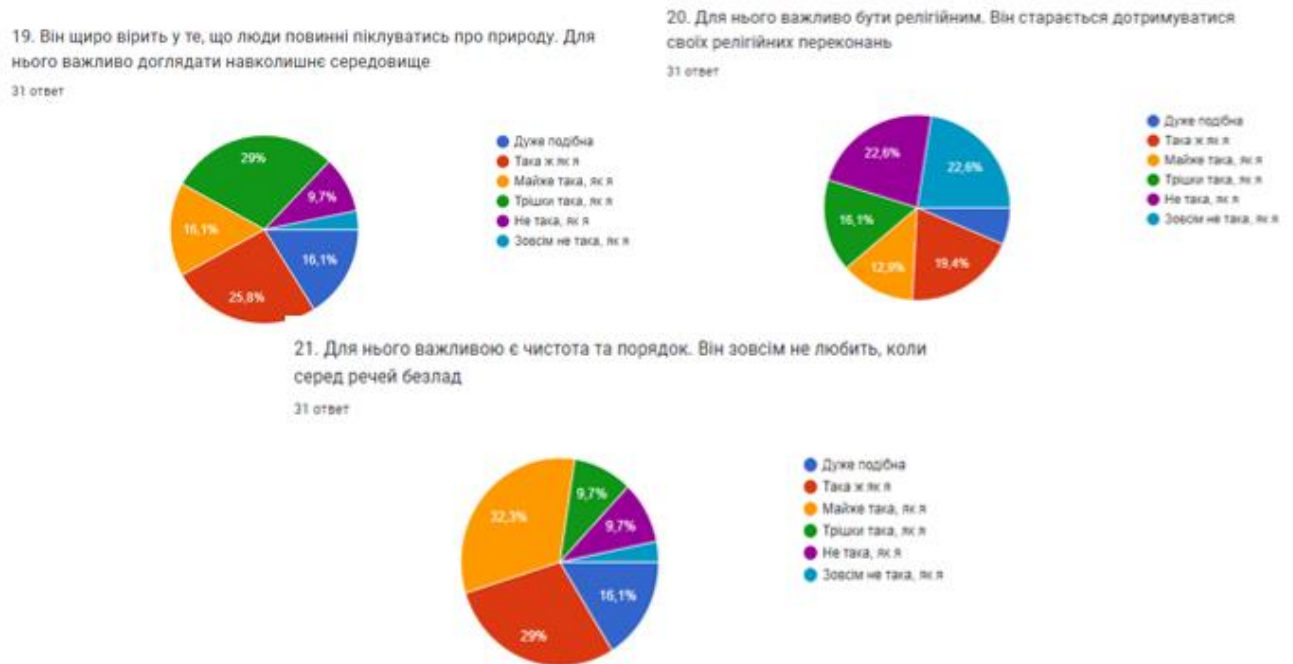
**Рис. 2.7. Результати відповідей учасників за 16-18 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За шістнадцятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 9,7%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 19,4%; «Не така, як я» - 25,8%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За сімнадцятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 6,5%; «Така ж як я» - 25,8%; «Майже така, як я» - 9,7%; «Трішки така, як я» - 29%; «Не така, як я» - 22,6%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За вісімнадцятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 22,6%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2% (рис.2.7.).

Результати відповідей учасників за 19-21 твердженнями методики, відображені на рис. 2.8 показують наступне:



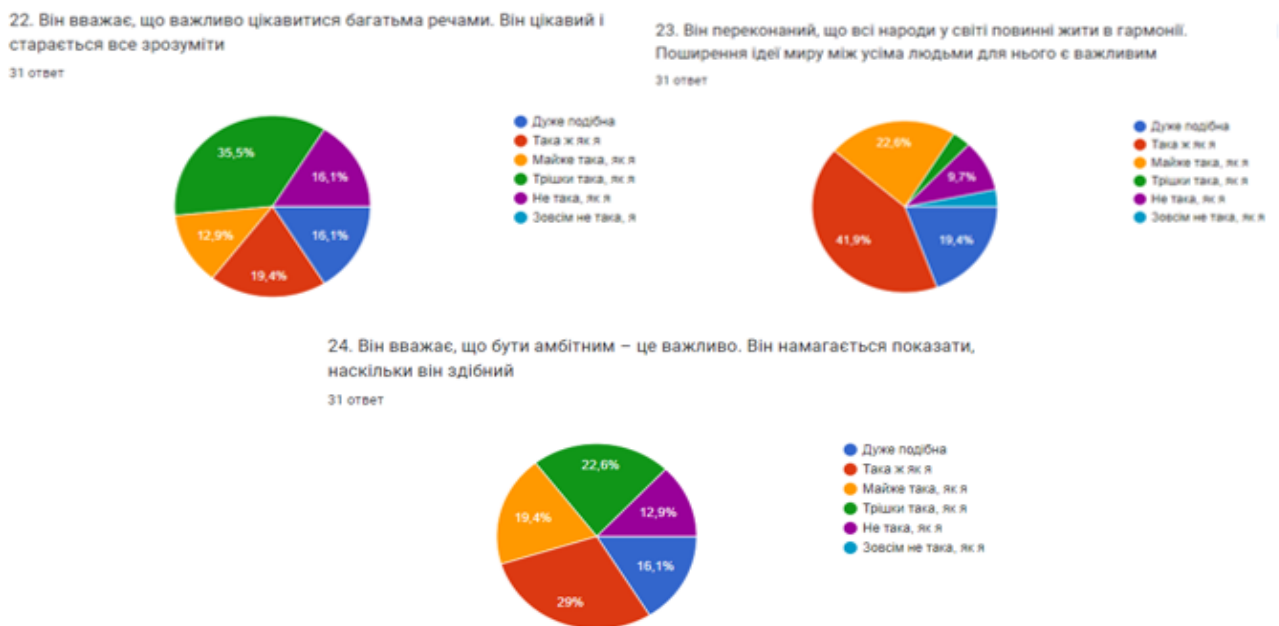
**Рис. 2.8. Результати відповідей учасників за 19-21 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За дев'ятнадцятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 25,8%; «Майже така, як я» - 16,1%; «Трішки така, як я» - 29%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За двадцятим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 6,5%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 12,9%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 22,6%; «Зовсім не така, як я» - 22,6%.

За двадцять першим твердженням ми отримали наступні результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 29%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 9,7%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

Перейдемо до аналізу відповідей на 22-24 питання анкети (рис 2.9).



**Рис. 2.9. Результати відповідей учасників за 22-24 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За двадцять другим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 12,9%; «Трішки така, як я» - 35,5%; «Не така, як я» - 16,1%; «Зовсім не така, як я» - 0%.

За двадцять третім твердженням ми отримали результати: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 41,9%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 3,2%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За двадцять четвертим твердженням ми отримали наступне: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 29%; «Майже така, як я» - 19,4%; «Трішки така, як я» - 22,6%; «Не така, як я» - 12,9%; «Зовсім не така, як я» - 0%.

Переходячи до аналізу відповідей на наступні питання, бачимо, що за двадцять п'ятим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 3,2%; «Така ж як я» - 6,5%; «Майже така, як я» - 29%; «Трішки така, як я» - 29%; «Не така, як я» - 25,8%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За двадцять шостим твердженням ми маємо такі результати: «Дуже подібна» - 35,5%; «Така ж як я» - 32,3%; «Майже така, як я» - 16,1%; «Трішки така, як я» - 9,7%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 0%.

За двадцять сьомим твердженням ми маємо наступне: «Дуже подібна» - 9,7%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 16,1% (рис.2.10.).



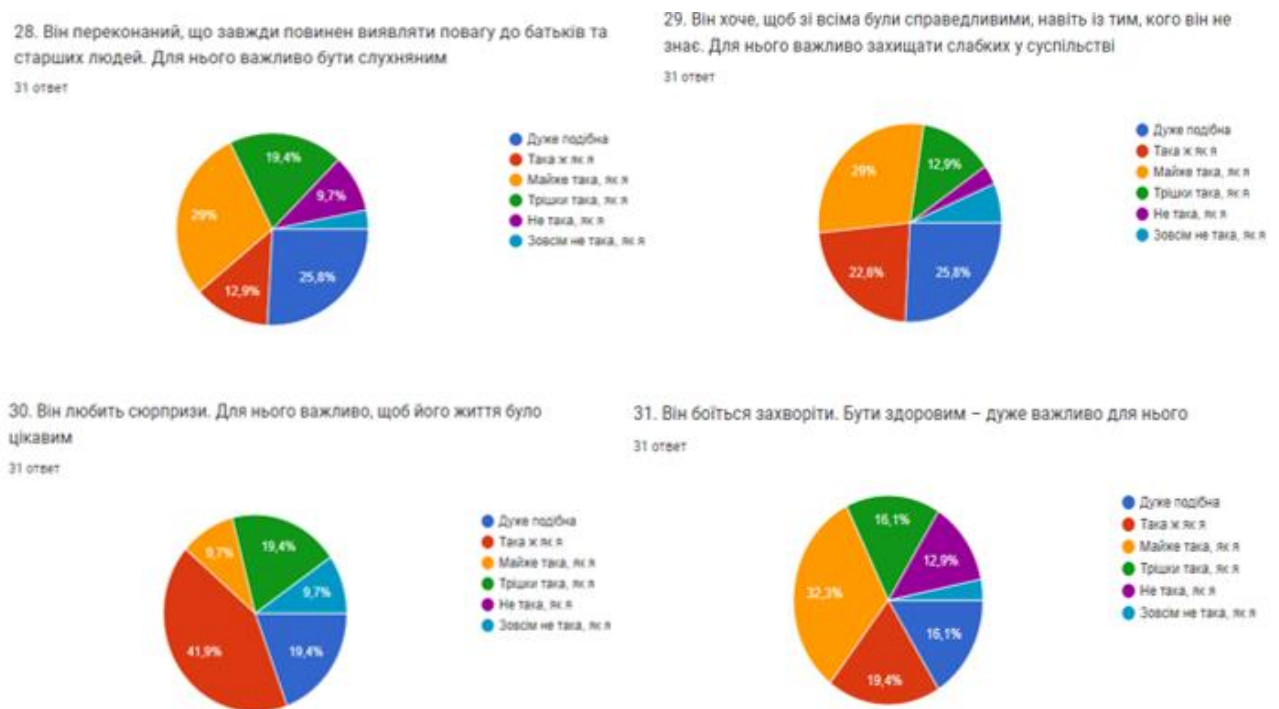
**Рис. 2.10. Результати відповідей учасників за 25-27 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За двадцять восьмим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 25,8%; «Така ж як я» - 12,9%; «Майже така, як я» - 29%; «Трішки така, як я» - 19,4%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За двадцять дев'ятим твердженням ми маємо наступне: «Дуже подібна» - 25,8%; «Така ж як я» - 22,6%; «Майже така, як я» - 29%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 3,2%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За тридцятим твердженням «Він любить сюрпризи. Для нього важливо, щоб його життя було цікавим» ми маємо такі результати: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 41,9%; «Майже така, як я» - 9,7%; «Трішки така, як я» - 19,4%; «Не така, як я» - 0%; «Зовсім не така, як я» - 9,7%.

За тридцять першим твердженням ми маємо наступне: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 19,4%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 12,9%; «Зовсім не така, як я» - 3,2% (рис.2.11.).



**Рис. 2.11. Результати відповідей учасників за 28-31 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

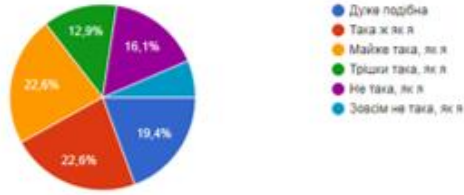
За тридцять другим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 22,6%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 16,1%; «Зовсім не така, як я» - 6,5%.

За тридцять третім твердженням «Дуже подібна» - 19,4%; «Така ж як я» - 22,6%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 16,1%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

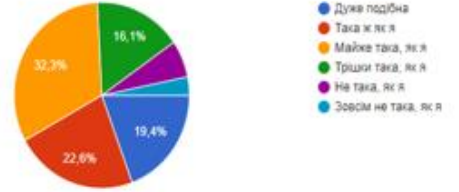
За тридцять четвертим твердженням ми маємо такі результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 32,3%; «Майже така, як я» - 9,7%; «Трішки така, як я» - 25,8%; «Не така, як я» - 16,1%; «Зовсім не така, як я» - 0% (рис.2.12.).



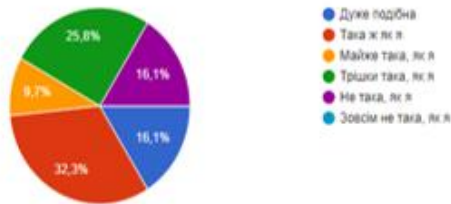
32. Бути попереду у житті дуже важливо для нього. Він все намагається робити краще ніж інші  
31 ответ



33. Для нього важливо прощати людей, які його образили. Він намагається побачити хороші сторони в людях і не образитися  
31 ответ



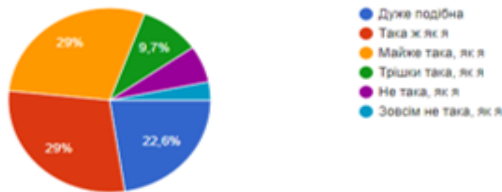
34. Для нього важливо бути незалежним. Він любить покладатися на себе  
31 ответ



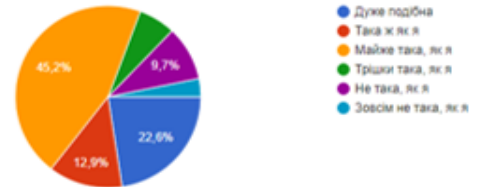
**Рис. 2.12. Результати відповідей учасників за 32-34 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

Відобразимо відповіді на питання 35-37 на рис. 2.13.

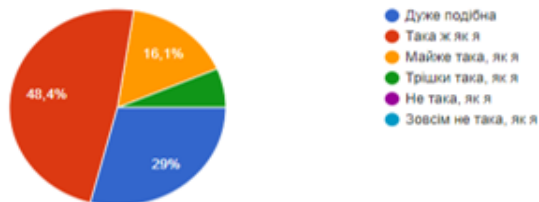
35. Для нього важливо, щоб його країна мала стабільний уряд. Він турбується про забезпечення соціального порядку  
31 ответ



36. Для нього важливо весь час бути ввічливим з іншими людьми. Він намагається ніколи не дратувати та не турбувати інших  
31 ответ



37. Він дуже хоче насолоджуватись життям. Гарне проведення часу є дуже важливим для нього  
31 ответ



**Рис. 2.13. Результати відповідей учасників за 35-37 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

За тридцять п'ятим твердженням ми маємо наступне: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 29%; «Майже така, як я» - 29%; «Трішки така, як я» - 9,7%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За тридцять шостим твердженням ми маємо наступні результати: «Дуже подібна» - 22,6%; «Така ж як я» - 12,9%; «Майже така, як я» - 45,2%; «Трішки така, як я» - 6,5%; «Не така, як я» - 9,7%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За тридцять сьомим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 29%; «Така ж як я» - 48,4%; «Майже така, як я» - 16,1%; «Трішки така, як я» - 6,5%; «Не така, як я» - 0%; «Зовсім не така, як я» - 0% (рис.2.13.).

Проаналізуємо отриманні відповіді на 38-40 питання методики (рис. 2.14).



**Рис. 2.14. Результати відповідей учасників за 38-40 твердженнями методики «Портрет цінностей» (Ш.Шварца, адаптація І.Семків)**

Аналіз результатів відповідей на 38-40 питання показує, що за тридцять восьмим твердженням ми отримали такі результати: «Дуже подібна» - 16,1%; «Така ж як я» - 9,7%; «Майже така, як я» - 22,6%; «Трішки така, як я» - 22,6%; «Не така, як я» - 19,4%; «Зовсім не така, як я» - 9,7%.



За тридцять дев'ятим твердженням ми отримали наступні результати: «Дуже подібна» - 9,7%; «Така ж як я» - 29%; «Майже така, як я» - 25,8%; «Трішки така, як я» - 25,8%; «Не така, як я» - 6,5%; «Зовсім не така, як я» - 3,2%.

За сороковим твердженням ми маємо такі результати: «Дуже подібна» - 25,8%; «Така ж як я» - 9,7%; «Майже така, як я» - 32,3%; «Трішки така, як я» - 12,9%; «Не така, як я» - 19,4%; «Зовсім не така, як я» - 0% (рис.2.14.).

Як ми бачимо, відповіді на виокремлені твердження у методиці різноманітні, що свідчать про різноманітність цінностей та різну ціннісно-смыслову сферу у неодружених чоловіків. За допомогою ключа до методики ми вираховували та проаналізували, які ж цінності переважають у неодружених чоловіків. Нагадаємо, що у методиці виокремлено такі цінності, як самостійність; стимуляція; гедонізм; досягнення; влада; безпека; конформізм; традиція; універсалізм; доброзичливість.

Аналіз було здійснено відповідно до ключа у додатку А.

Представимо у таблиці результати за кожним з цінностей, які виокремлені у методиці «Портрет цінностей» та проаналізуємо їх.

Таблиця 2.1.

### Ієрархія цінностей у досліджуваних

№ досліджуваного	Конформізм	Традиція	Доброзичливість	Універсалізм	Самостійність	Стимуляція	Гедонізм	Досягнення	Влада	Безпека
1	2,25	1,25	3,5	2,7	3,75	4,3	4,3	5	4,7	2,3
2	3,75	4,5	3,25	5,3	3,25	4,3	4,7	3,5	3,7	4
3	3,5	3	2,75	4,8	4,75	4	5	3,25	3,7	3,4
4	4,25	2,75	4,5	5,7	4,5	4	4,7	5,25	4	4,8
5	4,5	3,75	5,5	4,8	4,75	5,7	6	4,25	3,3	4,8
6	4	2,25	4	4,3	3,75	3,7	4,7	5	4,4	4,4
7	3	3	4,25	4,7	4,5	4	4,7	4,5	2,3	4,8

## Продовження таблиці 2.1

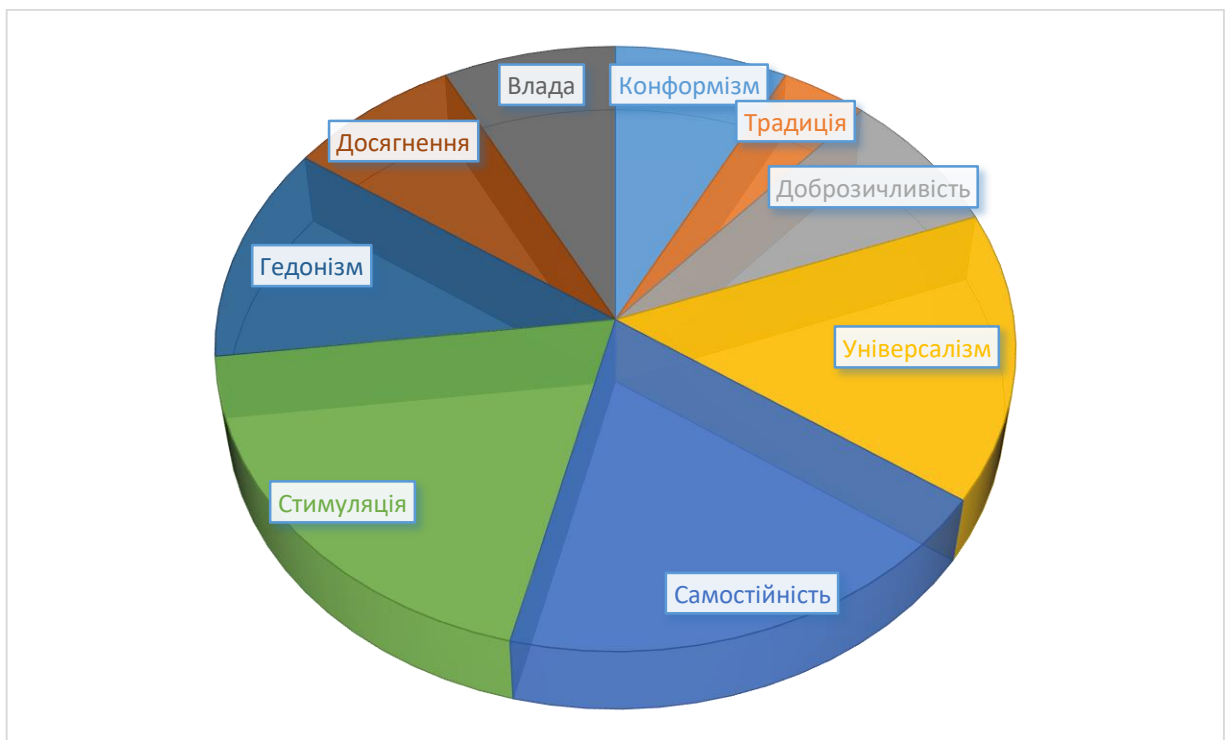
8	3,25	2,75	4,5	4,1	3,5	2,7	4	5	4,7	5
9	4,25	3,75	3,75	3,5	3,5	4,3	4,7	3,5	3	4,4
10	3	4	3,75	3,25	2,3	5	5,7	3	4	2,3
11	3,75	4,75	5	3	3	4	4,25	3,5	4,5	2,3
12	4	3,25	3,75	5	5,7	2,3	4	4	3	3
13	3,25	3,75	2,3	2,3	2,7	5,7	5	5	4	3
14	4,7	4	3	2,3	4,4	5	3	4	2,3	3
15	5,25	4,25	3	3,75	2,3	3,25	4,4	4,7	3	2,3
16	2,3	2,3	4,4	4,7	5	4	3	5,7	4,25	3,25
17	4,4	3	4	5	5,7	3,75	3,25	4,4	4,25	2,3
18	4	2,3	3,25	3	6	3,5	4,4	4,7	2,3	3,25
19	2,3	3	4	5	5,7	4,5	3,25	3,75	3,75	3
20	4,1	3	4,4	2,3	3	4	3,75	3,25	3	3
21	4,4	4	3	5,7	4,7	4	3	3,25	3,75	2,3
22	3	3,25	1	2,3	2,3	3,75	3	3	4,7	5
23	4	3,25	2,3	4	4,4	5	3,75	3	4	4,1
24	3	4,1	2,3	1	6	4,5	4,4	3,25	2,3	1
25	3,75	2,3	3	3,75	3	4	4,4	2,3	5	4,4
26	6	4,5	3	4	3	1	2,3	4,5	3	2,3
27	3,75	3,25	3,25	2,3	3	4	4,1	2,3	6	5
28	2,3	3	4	3,25	4,5	5	5	5,7	4,4	3
29	3,25	6	4	5	1	2,3	4,4	4,7	5	3
30	4	3,25	3,75	4,1	4,4	2,3	3	3	4,7	5
31	5	3	3,25	4,7	1	6	4,7	5	3,75	5,7

Проаналізуємо отримані результати за таблицею 2.1. За кожною з цінністю ми отримали певні бали, після чого обрали у кожного з досліджуваного ту цінність, котра набрала найбільшу кількість балів та є переважаючою над

іншими. Після чого, ми отримали такі результати цінностей неодружених чоловіків:

- конформізм – 2 особи (6,45%);
- традиція – 1 особа (3,23%);
- доброзичливість – 2 особи (6,45%);
- універсалізм – 4 особи (12,90%);
- самостійність – 5 осіб (16,13%);
- стимуляція - 5 осіб (16,13%);
- гедонізм – 3 особи (9,68%);
- досягнення – 2 особи (6,45%);
- влада – 2 особи (6,45%);
- безпека – 4 особи (12,90%).

Отже, ми бачимо, що серед виокремлених цінностей у методиці «Портрет цінностей неодруженим чоловікам властиві такі дві цінності як самостійність та стимуляція. Також, можна виділити ще дві цінності, які також набрали більшу кількість балів – це універсалізм та безпека (рис.2.15.).



**Рис.2.15. Результати проходження методики «Портрет цінностей» неодруженими чоловіками**

Охарактеризуємо людей, яким властиві ті цінності, котрі ми отримали під час проведення емпіричного дослідження ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків. Щодо цінності «Самостійність», то такі люди є незалежними від думок та дій, завжди наявний вибір та можливість творчості. Такі люди діють відповідно до власних суджень які можуть бути як хибними, так і правильними. Серед рис, які належать до таких людей – це незалежність від впливу соціального середовища, бажання самостійно нести відповідальність за власний вибір, власне життя, усвідомлення можливості керувати власним життям та власним рішенням. Такі люди поціновувачі творчості, нестандартності та індивідуальності.

Що ж стосується цінності «Стимуляція», то найважливішою ознакою є постійна потреба у стимуляції, бути у постійному стані збудження. Для такої людини важливим є новий досвід, постійні зміни та новизна. Невід'ємною особливістю є пошук гострих вражень, схильність до ризику, ошук нестандартних подій та змін у житті. Такі люди часто подорожують, мають багато друзів та беруть участь у різних соціальних групах.

Щодо цінності «Універсалізм», то мотиваційна ціль таких людей – це розуміння, толерантність, захист благополуччя усіх людей та природи. Для таких людей надзвичайно важливим є справедливість та рівність усіх людей на землі. Дуже часто такі люди борються за справедливість, захищають інтереси національних та сексуальних меншин, незахищених верств населення.

Аналізуючи цінність «Безпека», то можемо сказати, що для таких людей мотиваційною ціллю є гармонія та стабільність, а також відчуття безпеки. Люди, які надають перевагу безпеці, намагаються робити усе, аби уникати загрозливих та нестабільних ситуацій у житті. Для таких людей важлива не тільки власна безпека, а й безпека рідних та близьких, національна безпека. Також такі люди схильні до педантизму.

Отже, проведене нами емпіричне дослідження показало, що ціннісно-сміслова сфера неодружених чоловіків схильна до таких цінностей як самостійність, стимуляція, безпека та універсалізм. Кожна з цінностей по своєму

характеризує людей з переважаючою цінністю у житті. Серед головних ознак, які стосуються кожної цінності є наступні: незалежність від думок та дій, завжди наявний вибір та можливість творчості; постійна потреба у стимуляції, бути у постійному стані збудження; розуміння, толерантність, захист благополуччя усіх людей та природи; гармонія, стабільність, відчуття безпеки. Особливості ціннісно-сміслової сфери людини напряду залежить від змін саме у суспільстві та життєвими проблемами. Неодружені чоловіки дійсно є більш самостійними у житті, аніж інші чоловіки, а також потребують постійної стимуляції і бути у постійному збудженні. Можемо зробити висновок, що припущена нами гіпотеза, а саме ми припускали, що особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків залежать від динаміки зміни цінностей груп (культур) та пов'язанні зі змінами в суспільстві, життєвими проблемами підтверджується. Дійсно, особливості ціннісно-сміслової сфери залежать від динаміки зміни цінностей груп та пов'язані зі змінами у суспільстві та життєвими проблемами. Дане дослідження не висвітлює усіх питань та потребує подальших досліджень.

## **Висновки до 2 розділу**

Таким чином, ми можемо зробити наступні висновки. Головною метою нашого емпіричного дослідження було визначити особливості ціннісно-сміслової сфери неодружених чоловіків та проаналізувати їх. Слід зазначити, що відповідно до умов емпіричного дослідження нами було здійснено роботу на базі магазину одягу Intimissimi. У нашому емпіричному дослідженні взяли участь 31 особа віком від 18 до 33 років, що склали групу досліджуваних особистостей. Для того, щоб вирішити головне завдання емпіричного дослідження нами було застосовано методику «Портрет цінностей» автора Ш.Шварца за адаптацією І.Семків. Дана методика містила 40 тверджень, котрі досліджувані повинні були оцінити у міру того, наскільки кожне з тверджень

описує її як людину. Зазначимо, що методика «Портрет цінностей» спрямована на дослідження динаміки зміни цінностей у зв'язку зі змінами у суспільстві, життєвими проблемами.

У методиці виокремлено 10 цінностей: конформізм, традиція, доброзичливість, універсалізм, самостійність, стимуляція, гедонізм, досягнення, влада, безпека. Проаналізувавши проходження методики неодруженими чоловіками ми отримали такі результати: конформізм – 2 особи (6,45%); традиція – 1 особа (3,23%); доброзичливість – 2 особи (6,45%); універсалізм – 4 особи (12,90%); самостійність – 5 осіб (16,13%); стимуляція - 5 осіб (16,13%); гедонізм – 3 особи (9,68%); досягнення – 2 особи (6,45%); влада – 2 особи (6,45%); безпека – 4 особи (12,90%). Серед цінностей, які набрали найбільшу кількість балів стали самостійність, стимуляція, універсалізм та безпека. Серед головних ознак цих цінностей є наступні: незалежність від думок та дій, завжди наявний вибір та можливість творчості; постійна потреба у стимуляції, бути у постійному стані збудження; розуміння, толерантність, захист благополуччя усіх людей та природи; гармонія, стабільність, відчуття безпеки.

## ВИСНОВКИ

У ході проведення емпіричного дослідження ми дійшли певних висновків:

1. Проаналізувавши психолого-педагогічну літературу, ми визначили, що ціннісно-сміслова сфера - це певна система потреб, мотивів, цілей, ідеалів, переконань та світогляду, які безпосередньо беруть участь у становленні особистості та спрямовують її до певного шляху. Саме ціннісно-сміслова сфера займає значне місце між двома психологічними феноменами: мотивація та світоглядна структура свідомості. Ціннісно-сміслова сфера є центром особистості з картиною її внутрішнього світу. Ми знаємо, що ціннісно-сміслова сфера базується на таких компонентах: спрямованість особистості; ціннісні орієнтації особистості; смисложиттєві орієнтації особистості; самоактуалізація.

Ми зробили висновок, що ціннісно-сміслова сфера на різних вікових етапах розвитку людини має різні характеристики, які пов'язані з психологічними особливостями вікового періоду. Таким чином різні категорії особистостей за віком мають такі особливості ціннісно-сміислової сфери:

- молодші школярі – не можуть самостійно керуватися цінностями, цінності суспільства ще не стали важливим для молодших школярів, і таким чином не перетворилися у ціннісні орієнтації;
- підлітки – ціннісно-сміслова сфера тільки починається активізуватися, головними цінностями є: наявність хороших та вірних друзів, розваги, задоволення, забезпечене життя, незалежність, чесність;
- особи юнацького віку – безпека та зрілість, самовизначення, досягнення, соціальність, насолода та духовність, соціальна влада, здоров'я.

2. Нами було охарактеризовано групу досліджуваних та методику, яку було використано під час проведення емпіричного дослідження. Емпіричне дослідження було здійснено на базі магазину одягу Intimissimi. У ньому прийняли участь 31 особа віком від 18 до 33 років, що склали групу досліджуваних особистостей.

Для проведення дослідження нами було застосовано методика «Портрет цінностей» автора Ш.Шварца за адаптацією І.Семків. Методика «Портрет цінностей» спрямована на дослідження динаміки зміни цінностей у зв'язку зі змінами у суспільстві, життєвими проблемами. Методика складається з 40 тверджень (кожне з яких стосувалося певної цінності), які слід уважно прочитати та обрати із варіантів відповідей те, яке найбільше підходить саме людині та оцінити наскільки подібною до неї є ця людина. Серед варіантів відповідей містяться такі: дуже подібна; така ж як я; майже така, як я; трішки така, як я; не така, як я; зовсім не така, як я. Дані варіанти відповідей мають свою оцінку: «дуже подібна» - 6 балів; «така ж як я» - 5 балів; «майже така, як я» - 4 бали; «трішки така, як я» - 3 бали; «не така, як я» - 2 бали; «зовсім не така, як я» - 1 бал. Час, який було відведено на проходження методики разом з читанням інструкції – 30-35 хвилин. У методиці виокремлено 10 цінностей: конформізм, традиція, доброзичливість, універсалізм, самостійність, стимуляція, гедонізм, досягнення, влада, безпека. Кожне з тверджень стосується певної цінності, що враховується під час інтерпретації результатів. Збір відповідей відбувався за допомогою Google Forms.

3. Після збору відповідей нами було проаналізовано отримані результати. Щодо цінностей, які виокремлено у методиці ми отримали такі результати:

- конформізм – 2 особи (6,45%); традиція – 1 особа (3,23%);
- доброзичливість – 2 особи (6,45%);
- універсалізм – 4 особи (12,90%);
- самостійність – 5 осіб (16,13%);
- стимуляція - 5 осіб (16,13%);
- гедонізм – 3 особи (9,68%);
- досягнення – 2 особи (6,45%);
- влада – 2 особи (6,45%);
- безпека – 4 особи (12,90%).



Ми визначили, що серед цінностей, які характеризують ціннісно-сміслову сферу неодружених чоловіків тали самостійність, стимуляція, універсалізм та безпека. Кожна з цих цінностей має характерні риси:

- самостійність – незалежність від думок та дій, завжди наявний вибір та можливість творчості;
- стимуляція – постійна потреба у стимуляції, бути у постійному стані збудження;
- універсалізм – розуміння, толерантність, захист благополуччя усіх людей та природи;
- безпека - гармонія, стабільність, відчуття безпеки.

Також нами було доведено припущену нами гіпотезу щодо того, що особливості ціннісно-сміислової сфери неодружених чоловіків залежать від динаміки зміни цінностей груп (культур) та пов'язанні зі змінами в суспільстві, життєвими проблемами підтверджується. Дане дослідження недостатньо розкритим та вивченим, що потребує подальшого вивчення та досліджень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антоненко, Т. Л. (2013). Ціннісно-смилова сфера особистості як епіцентр народження «людини з людським обличчям». *Духовно-культурні цінності виховання Людини*, 38-67.
2. Базилевич, Д. В. (2016). Особливості ціннісно-смилової сфери одружених чоловіків після появи дитини. *Психологічні аспекти людського фактору у світі високих технологій*. 87.
3. Банделюк, В. А. (2021). Ціннісно-смилова сфера особистості як об'єкт психологічного пізнання. *Актуальні питання сучасних педагогічних та психологічних*, 12.
4. Баскова, О. (2021). Психологічні особливості ціннісно-смилової сфери сучасної молоді. *Освіта і наука*, (1).
5. Бикова, С. В., & Чистяков, А. (2019). Психологічні особливості ціннісно-смилової сфери кар'єрної спрямованості особистості. 78-80.
6. Бреусенко-Кузнецов, О. А. (2001). Ціннісно-смилова сфера особистості та її екзистенціальна динаміка. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. *Філософія. Психологія. Педагогіка*, (1), 71-82.
7. Гуменюк, Г. В. (2016). Саморозвиток як ціннісно-смилова детермінанта професійного становлення людини. *Актуальні проблеми психології*, 10, 110-120.
8. Дерека, Т., Ляшенко, В., Туманова, В., & Корж, Є. (2018). Ціннісно-смилова сфера особистості спортсменів: особливості формування. *Спортивний вісник Придніпров'я*, (1), 18-21.
9. Домбровська, Ю. (2014). Ціннісно-смилова сфера як імперативна ознака людини. *Філософія*, 109.
10. Дуб, В. Г. (2012). Роль ціннісно-смилової сфери у професійній підготовці майбутніх педагогів. *Проблеми загальної та педагогічної психології*, 14(ч 1), 80-87.

11. Журавльова, Л. П., & Мужанова, Н. В. (2019). Динаміка ціннісно-сміслової сфери учасників субкультур. *Психологія: реальність і перспективи*, (12), 66-71.
12. Коломієць, Т. В., Литвинчук, А. І., & Можаровська, Т. В. (2018). Емпатія як чинник ціннісно-сміслової спрямованості сучасних юнаків у ситуації міжособистісної взаємодії. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*, (1), 144-156.
13. Коропецька, О. (2014). Ціннісно-сміслова детермінація самореалізації особистості в період зрілості. *Вісник Прикарпатського університету. Філософські і психологічні науки*, (18), 127-135.
14. Кротюк, К. А. (2021). Деструкції ціннісно-сміслової сфери військовослужбовців, які брали участь в бойових діях. *Психологічні проблеми мислення*, 50-53.
15. Лепеха, А. А. (2017). Психологічні особливості ціннісно-сміслової сфери в юнацькому віці. *Херсонський державний університет*. 2-7.
16. Лук'яненко, М. М. (2021). Вплив локус-контролю на становлення ціннісно-сміслової сфери молодшого школяра. *Перспективи розвитку сучасної науки та освіти*, (12). 55.
17. Мицько, В. М. (2014). Ціннісно-сміслова сфера особистості студентів: теоретичний аспект.
18. Москаленко, О. (2013). Структурні компоненти ціннісно-сміслової сфери особистості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*, (1). 91-99.
19. Мотков С. (2018). Ціннісно-сміслова сфера особистості: роль, структура та функції. *Psychological journal*, 4(10), 105-128.
20. Мужанова, Н. В., & Журавльова, Л. П. (2018). Особливості ціннісно-сміслової сфери осіб, які належать до неформальних субкультур. *Український психологічний журнал*, (4), 53-68.

21. Панок, І. (2022). Ціннісно-сміслові кореляти життєвих завдань особистості у студентському віці. Вісник ХНПУ імені ГС Сковороди. Психологія, (65), 213-223.
22. Романкова, Л. М. (2012). Ціннісно-смістова детермінація в освітньому просторі вищого навчального закладу. Нова парадигма, (108), 193-202.
23. Сосніхіна, С. Є. (2017). Особливості ціннісно-смістової сфери студентів з різним сімейним статусом. Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія. (55). 237-249.
24. Сошина, Ю. М. (2013). Особливості ціннісно-смістової сфери особистості підлітка. 101-106.
25. Турчин, Т.П. (2017). Особливості розвитку ціннісно-смістової сфери сучасних підлітків. Студентський науковий вимір соціально-педагогічних проблем сьогодення. 229-231.
26. Фальковська, Л. (2018). Особливості ціннісно-смістової сфери студентів, що навчаються за спеціальностями філологія та менеджмент.. Відповідальність за достовірність фактів, цитат, імен та інших даних несуть автори публікацій, 74.
27. Федоренко, А. Ф. (2015). Зміст та структура ціннісно-смістового розвитку студентської молоді. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. (19-20). 206-214.
28. Чайка, Г. В. (2015). Ціннісно-смістова сфера у кризові періоди розвитку особистості. Актуальні проблеми психології, (9, Вип. 6), 93-101.
29. Яницький, М. С. Ціннісно-смістова сфера особистості. Кемерово: Кемеров. держ. ун, 1999, 92.
30. Яновська, Т., & Когут, І. (2020). Особливості ціннісно-смістової сфери підлітків. Психологія і особистість, (2), 189-204.

## ***ДОДАТКИ***

## Додаток А

**Методика Ш. Шварца PVO «Портрет цінностей»**  
**(адаптація Семків І.)**

**Сутність методики:** методика спрямована для дослідження динаміки зміни цінностей груп (культур) у зв'язку зі змінами в суспільстві, життєвими проблемами.

**Інструкція проведення методики:** нижче наведено описи деяких людей. Прочитайте уважно і подумайте, наскільки текст відповідає Вам. Якщо опис стосується Вас, то позначте у комірці відповідь.

	НАСКІЛЬКИ ПОДІБНОЮ ДО ТЕБЕ Є ЦЯ ЛЮДИНА					
	Дуже подібна	Така ж як я	Майже така, як я	Трішки така як я	Не така як я	Зовсім не така як я
1. Для нього важливо вигадувати щось нове і бути творчим. Він любить все робити оригінально						
2. Для нього важливо бути багатим. Він хоче мати багато грошей і дорогих речей						
3. Для нього важливо, щоб усіх людей у світі вважали рівними. Вважає, що кожен повинен мати рівні шанси у житті						
4. Для нього важливо показати свої здібності. Він хоче, щоб люди захоплювались тим, що він робить						
5. Для нього важливо жити у безпечному середовищі. Він уникає всього, що може загрожувати втраті безпеки						
6. Він вважає, що важливо робити багато цікавих речей у житті. Він завжди намагається спробувати щось нове						
7. Він вважає, що люди повинні робити те, що їм говорять. Перекоаний, що люди повинні дотримуватися правил завжди, навіть тоді, коли ніхто не бачить						
8. Для нього важливо вислухати думки людей, які відрізняються від нього. Навіть якщо він з ними не погоджується, він все ж хоче їх зрозуміти						
9. Він вважає, що не варто просити більше, ніж вже маєш. Він переконаний, що люди повинні бути задоволені з того, що у них вже є						
10. Він шукає будь-яку нагоду, щоб розважитись. Для нього важливо робити те, що приносить йому задоволення						

11. Йому подобається самостійно вирішувати, що робити. Для нього важливо бути вільним у плануванні та у виборі своєї діяльності					
12. Для нього важливо дбати про близьких людей. Він намагається дбати про їхнє добро					
13. Для нього важливо бути успішним. Він любить вражати інших					
14. Для нього важлива безпека його країни. Він вважає, що держава повинна бути на сторожі внутрішньої та зовнішньої загрози					
15. Він любить ризикувати, завжди шукає пригод					
16. Для нього важливо поводити себе правильно. Він намагається уникати вчинків, які для інших здаються помилковими					
17. Йому подобається бути керівником і вказувати іншим, що вони повинні робити. Він хоче, щоб люди робили те, що він каже					
18. Для нього важливо бути вірним своїм друзям. Він хоче присвятити себе близьким людям					
19. Він щиро вірить у те, що люди повинні піклуватись про природу. Для нього важливо доглядати навколишнє середовище					
20. Для нього важливо бути релігійним. Він старастся дотримуватися своїх релігійних переконань					
21. Для нього важливою є чистота та порядок. Він зовсім не любить, коли серед речей безлад					
22. Він вважає, що важливо цікавитися багатьма речами. Він цікавий і старастся все зрозуміти					
23. Він переконаний, що всі народи у світі повинні жити в гармонії. Поширення ідеї миру між усіма людьми для нього є важливим					
24. Він вважає, що бути амбітним – це важливо. Він намагається показати, наскільки він здібний					
25. Він вважає, що все треба робити традиційними способами. Для нього важливо дотримуватися звичаїв, яких його навчили					
26. Для нього важливо насолоджуватись життям та отримувати. Він любить себе розважати					
27. Для нього важливо відповідати потребам інших людей. Він намагається підтримати тих, кого знає					
28. Він переконаний, що завжди повинен виявляти повагу до батьків та старших людей. Для нього важливо бути слухняним					
29. Він хоче, щоб зі всіма були справедливими, навіть із тим, кого він не знає. Для нього важливо захищати слабких у суспільстві					
30. Він любить сюрпризи. Для нього важливо, щоб його життя було цікавим					
31. Він боїться захворіти. Бути здоровим – дуже важливо для нього					

### Облік балів здійснюється за схемою:

Дуже подібна	Така як я	Майже така як я	Трішки така як я	Не така як я	Зовсім не така як я
6	5	4	3	2	1

### Шкала обліку за формулами:

Цінності	Питання
Конформізм	$= (n7+n16+n28+n36) / 4$
Традиція	$= (n9+n20+n25+n38) / 4$
Доброзичливість	$= (n12+n18+n27+n33) / 4$
Універсалізм	$= (n3+n8+n19+n23+n29+n40) / 6$
Самостійність	$= (n1+n11+n22+n34) / 4$
Стимуляція	$= (n6+n15+n30) / 3$
Гедонізм	$= (n10+n26+n37) / 3$
Досягнення	$= (n4+n13+n24+n32) / 4$
Влада	$= (n2+n17+n39) / 3$
Безпека	$= (n5+n14+n21+n31+n35) / 5$

### Аналіз результатів:

На основі результатів методики можна побудувати ієрархічну структуру цінностей особистості або групи людей. Та цінність, яка набирає найбільшу кількість балів, є для людини провідною та спрямовує її діяльність і творчість. Щоб мотивувати конкретну людину до певної діяльності, потрібно звертати увагу на ті мотиваційні цілі, які у людини знаходяться на 1 місці. На основі цього можна укласти ієрархічну структуру цінностей особистості.

**1. Самостійність (selfdirection).** Незалежність думок і дій, наявність вибору, можливість творчості. Цінності цієї групи змушують людину діяти відповідно до власних суджень що є хибним, а що правильним. Риси людини, яка надає перевагу цінностям самостійності: її незалежність від впливу соціального середовища, бажання самостійно нести відповідальність за власний вибір, усвідомлювати можливість керування власним життям та власними рішеннями. Така людина цінує творчість, нестандартність та індивідуальність як у себе, так і в інших. Для людини, яка надає переваги цінностям самостійності, нестерпним є відчуття залежності від інших.

**2. Стимуляція (stimulation).** Біологічне підґрунтя – потреба у постійній стимуляції, бути у постійному стані збудження. Важливим для такої людини є новий досвід, постійні зміни та новизна. Невід'ємною особливістю людини, яка надає перевагу цінностям стимуляції, є схильність до ризику, пошук



гострих вражень та нестандартних подій, змін ужитті. Такі люди багато подорожують, мають друзів, беруть участь у різних соціальних групах. Нестерпною для них є стабільність, монотонність, відсутність нових знайомств.

**3. Гедонізм (hedonism).** Насолода, чуттєве задоволення. Схильні до гедонізму люди надають великого значення комфорту, відпочинку, доброму та здоровому сну і харчуванню. Для них важливим є гарне проведення вільного часу. Розваги та відпочинок є найважливішим у житті такої людини.

**4. Досягнення (achievement).** Особистий успіх понад усе. Найважливішим ужитті таких людей є досягнення нових цілей та власний розвиток. Такі люди готові багато працювати для того, щоб бути попереду інших, часто ціною власного благополуччя та здоров'я. Для них важливим є соціальне визнання. Люди, які надають перевагу цінностям досягнення, часто залежні від позитивної оцінки інших. Все, що вони роблять, спрямоване, поперше, на власний розвиток, і, по-друге, на соціальне визнання.

**5. Влада (power).** Найбільшого значення ця цінність набуває у недемократичних країнах, проте у всіх культурах, на думку автора, функціонування соціальних інститутів потребує певної диференціації. У недемократичних країнах доступ до соціальних, матеріальних чи психологічних ресурсів мають лише ті, хто володіє більшою владою. Саме тому для людей у таких суспільствах влада постає як ціль та висока цінність. Цінності влади відображаються у прагненні накопичувати матеріальні ресурси, гроші, займати керівні посади.

**6. Безпека (security).** Мотиваційна ціль – гармонія і стабільність, відчуття безпеки. Ш. Шварц вважає, що цінності безпеки зростають у тих, у кого є така потреба. Люди, які надають перевагу безпеці, роблять усе, щоб уникати загрозливих, ризикованих та нестабільних ситуацій. Для них важливим є не лише власна безпека, але й безпека близьких людей, національна безпека та спокій. Гармонія, порядок та чистота є не менш цінними для таких людей, вони більше, ніж інші схильні до педантизму.

**7. Конформізм (conformity).** Ціль – обмеження дій, прагнень, що можуть зашкодити іншим, порушити соціальні очікування, норми. Для людей, які цінують конформізм, важливо поводитись згідно з соціальними очікуваннями та стандартами. Надзвичайної ваги для них набувають такі риси як ввічливість, моральність, нормативність. Для них важливо виконувати усі правила та вимоги, навіть у тому випадку, якщо є можливість їх порушити. Повага до старших для таких людей набуває особливого значення.

**8. Традиція (tradition).** Традиційний спосіб поведінки стає символом групової солідарності, виявом єдиних цінностей та гарантією виживання. Традиції часто мають форму релігійних обрядів, норм поведінки. Для людей, які надають перевагу традиції, важливими є єдність між поколіннями у родині, виконання обрядів, святкування релігійних свят. Такі люди не люблять

виділятися з натовпу, не намагаються вимагати від життя більшого, ніж уже мають. Найбільшого стресу їм завдають зміни у звичному для них способі життя та надмірна увага до їхньої особистості.

**9. Універсалізм (universalism).** Мотиваційна ціль – розуміння, толерантність, захист благополуччя всіх людей та природи. Для людей, що цінують цінності універсалізму, надзвичайно важливими є справедливість та рівність людей на землі. Найчастіше ці люди є активними борцями за справедливість, часто захищають інтереси національних та сексуальних меншин, незахищених верств населення. Ці люди стають борцями за здоровий спосіб життя та покращення екології на нашій планеті. Найчастіше вони беруть участь у різноманітних протестних акціях, громадських рухах та об'єднаннях.

**10. Доброзичливість (benevolence).** В основі лежить доброчинність, спрямована на забезпечення благополуччя найближчих людей. Люди, які надають перевагу цінностям доброзичливості, найчастіше дбають про благополуччя, щастя та добробут рідних, друзів, співробітників, колег. Такі люди цінують вірність, чесність, дружелюбність та відповідальність, вони намагаються бути опорою та підтримкою для людей, яких вони люблять та поважають.