

Выделение личностных оснований для сегментации современных матерей

Научный руководитель – Новиков Александр Александрович

Белинская Анастасия Андреевна

Студент (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: belinskaya.anastasy@gmail.com

Много исследований в психологии посвящено феномену материнства. И неспроста: ведь материнство является крайне многогранным и без сомнения важным явлением. Существует целый пласт работ, посвященных влиянию материнских моделей на развитие ребенка, а также существует отдельная область исследования - изучение структуры материнства [3].

Но в нашем качественном исследовании нас скорее интересовало в широком смысле, какие мамы бывают в современной России, что у них есть общего, а что различного. Как они относятся к материнству? Каких принципов в воспитании придерживаются? Где берут информацию о воспитании и развитии ребенка? Как живут? Как питаются? Что покупают? Разумеется, существует множество работ о типологиях материнства и об его культурных и личностных особенностях. Поэтому в ходе исследования для нас было важно сфокусироваться, с одной стороны, на актуальной ситуации материнства в России, а с другой - на личностных характеристиках мам, которые бы оказывали влияние на большой спектр их поведенческих проявлений.

Есть представление, что сегодня существует некоторое противоречие в российском обществе между тенденцией к глобализации и желанием сохранить традиционные ценности, что оказывает неизбежное влияние на материнскую самоидентичность и анализ информации относительно ребенка [1]. В силу этого для нас было особенно интересно исследовать вопрос - на что опираются современные российские мамы в вопросах воспитания и питания детей: в большей степени на традиции (т.е. на то, как принято и то, как растили их самих) или же на современные представления (т.е., на общепризнанные научные факты и современные мировые тенденции в воспитании) [2].

Наше исследование проводилось в рамках коммерческого маркетингового проекта, поэтому в дальнейшем изложении отсутствуют некоторые подробности, которые запрещено было разглашать по просьбе заказчика. Практической задачей исследования была разработка такой типологии современных российских мам, которая основывалась бы на глубоко личных особенностях, была бы связана с отношением к воспитанию ребенка и при этом могла бы предсказывать отношение мам к питанию и определенным привычкам потребления. Таким образом, целью исследования был поиск личностных особенностей матерей, которые бы делили выборку на сегменты со схожими паттернами поведения в отношении воспитания детей, питания и потребления.

В ходе исследования нами было проведено 28 глубинных интервью с мамами в возрасте от 27 до 37 лет, имеющими детей в возрасте от 5 до 7 лет, среднего и чуть выше среднего достатка, половина проживала в Москве, а другая половина в Воронеже. У всех респондентов бралось информированное согласие на участие. Каждое интервью занимало от 2,5 до 3 часов.

Все интервью состояли из 5 основных блоков:

- 1) Введение/ рассказ о себе (чем занимаются, чем интересуются, какие могут назвать свои сильные и слабые стороны),

- 2) Отношение к материнству (как воспринимают материнство, какой личностный смысл оно имеет, что им дало материнство и т.д.),
- 3) Подходы к воспитанию и развитию детей (каких принципов воспитания придерживаются, на какие кружки водят, что делают в случае, если ребенок не слушается, откуда берут информацию об уходе за ребенком и т.д.),
- 4) Привычки питания (как питаются сами, как кормят ребенка, каких принципов питания придерживаются и т.д.),
- 5) Потребительское поведение в отношении ребенка (товары каких брендов покупают ребенку и почему).

По завершении интервью был проведен качественный анализ полученных данных. В итоге была получена следующая сегментационная модель.

Самыми показательными в плане влияния на поведение в вопросах воспитания и питания детей оказались следующие оси для дифференциации мам:

- 1) Внешний / внутренний локус контроля, согласно классическому пониманию Дж. Роттера [5],
- 2) Ведущий способ анализа информации, для чего был использован упрощенный вариант типологии К.Юнга: на одном полюсе оси располагались те, которые привыкли скорее ориентироваться на формальные знания и свое восприятие вопроса, а на другой - скорее склонные доверять своей интуиции и эмоциональной оценке ситуации [4].

Таким образом, наша выборка разделилась данными осями на четыре сегмента:

- 1) “Легко внушаемые”: имеющие внешний локус контроля и ориентирующиеся скорее на знания и свое восприятие тех или иных вопросов питания и воспитания ребенка.
- 2) “Беззаботные”: имеющие внешний локус контроля и ориентирующиеся скорее на интуицию и свои эмоции.
- 3) “Рациональные”: имеющие внутренний локус контроля и ориентирующиеся скорее на знания и свое восприятие.
- 4) “Интуитивные”: имеющие внутренний локус контроля и ориентирующиеся скорее на интуицию и свои эмоции.

Сегменты ведут себя следующим образом в вопросах анализа информации о воспитании:

- 1) “Легко внушаемые”: не склонны рассматривать вопросы разносторонне, доверяют информации лежащей на поверхности (рекламе, единичному мнению друзей, советам бабушек).
- 2) “Беззаботные”: считают, что ребенок сам может всему научиться, не считают необходимым заниматься ранним развитием, не считают необходимым проводить профилактику различных заболеваний.
- 3) “Рациональные”: читают много книг о воспитании, развитии и питании детей, стараются выслушать как можно больше точек зрения об интересующих их вопросах, склонны к комплексному анализу информации.
- 4) “Интуитивные”: много рефлексии собственного опыта, очень внимательно относятся к ребенку и его реакциям на различные ситуации, всегда лично общаются с преподавателями.

Поведение сегментов в вопросах питания:

- 1) “Легко внушаемые”: перекладывают ответственность в питании на детские бренды, доверяют рекламе, имеют поверхностные знания о питании.
- 2) “Беззаботные”: не ограничивают доступ ребенка к холодильнику, регулярно едят полуфабрикаты, мало интересуются принципами правильного питания.
- 3) “Рациональные”: стараются ограничивать потребление вредных продуктов, много интересуются принципами правильного питания и многие применяют для себя и ребенка.
- 4) “Интуитивные”: предпочитают все готовить сами, ограничивают потребление заводских вредных продуктов и фастфуд, но спокойнее относятся к жареному и мучному, много знают про традиционную кухню и чаще предпочитают ее.

В заключение, хотелось бы отметить, что наше исследование является качественным и нам сложно предсказать, как могут повести себя выделенные сегменты и какого объема они будут при количественной проверке.

Источники и литература

- 1) Колесова А. К., Колб А. Л. Материнство и проблемы самоидентичности женщины. Историко-педагогический аспект //Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №. 4.
- 2) Майерс Д. Социальная психология/Давид Майерс //СПб.: Питер. – 2007.
- 3) Филишова Г. Г. Психология материнства. – 2002
- 4) Юнг, К. Г. Психологические типы / под ред. В. Зеленского; пер. С. Лорие. — СПб. : Азбука, 2001.
- 5) Rotter, J. B. Social learning and clinical psychology. — New York: Prentice-Hall, 1954.