
ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ И ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ МОЛОДЫХ ЖЕНЩИН-ГОРОЖАНОК В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

Т. Н. Малашенко

Общественно и личностно значимым компонентом российской трансформации является определение жизненных ориентаций и стратегий различными категориями людей в обществе. Это важный механизм адаптации к быстро меняющейся российской действительности, а также фактор избирательной мотивации личности на определенные способы и формы социализации и самореализации, определяющий спектр целей и векторов социальной активности людей в обществе. Поэтому проблемы изучения социального самочувствия, ценностей и жизненных ориентаций молодых женщин города Воронежа были в фокусе внимания социологических исследований, которые в течение последних десяти лет проводила гендерная научно-исследовательская группа кафедры социологии и политологии ВГУ. В эту группу в вариативном составе по исследованиям различных лет входили А. И. Орланова, А. П. Рожкова, Н. П. Поливаева, Т. Н. Малашенко, А. В. Гармонова, А. И. Верецкая, Е. Ю. Красова, Ю. Б. Матюшина. Социологические исследования проводились по заказу и при финансово-организационной поддержке общественной организации «Независимая женская демократическая инициатива». Сравнительный анализ и обобщение данных трех социологических исследований, проведенных соответственно в 1994—1995, 1996—1997 и 2003—2004 годах, позволяют дать достаточно целостную и устойчивую картину ценностных ориентаций и жизненных устремлений молодых женщин-горожанок, отраженную в зеркале социологических опросов.

В исследованиях применялись разновидности квотных выборочных процедур очно-заочного анкетирования. Общий объем выборок составлял соответственно по годам 200 человек, 500 человек, 310 человек в возрасте от 15—18 до 30—35 лет. Всех респонденток отличает высокий образовательный уровень и социальная активность: высшее образование имеют от 23 до 30 %; среднее специальное и неоконченное высшее образование — от

35 до 45,5 %; среднее и неоконченное среднее образование — от 24 до 39 %. Работают от 31 до 39 %; учатся в вузах около 27 %; учатся в школе, гимназии, колледже около 20 %; домашние хозяйки и безработные составляют от 2 до 9,4 %. Замужем от 25 до 31 %, незамужем от 66 до 75 % респонденток.

Первым результатом сравнительного анализа всех трех опросов стала констатация удивительной стабильности структуры и иерархии ценностных ориентаций и жизненных позиций наших респонденток. Существенных личностных трансформаций под воздействием макросоциальных российских трансформаций не произошло. Имеющиеся незначительные расхождения касаются в основном количественных показателей. Это позволяет дать общий социальный портрет молодой женщины-горожанки со ссылками на обобщенные показатели по всем трем опросам. Единичные качественные расхождения особо отмечаются. Количественные показатели даются в основном двумя цифрами: первая цифра — обобщенные данные по двум первым опросам середины 90-х годов, вторая цифра — данные опроса 2003—2004 годов (либо дается один общий показатель).

Данные проведенных исследований показали, что выбор жизненной стратегии молодыми женщинами сделан и четко обозначен: более 85 % наших респонденток считают, что «счастливая судьба — это сочетание семьи и любимой работы». Такой жизненный путь они расценивают как предпочтительный для себя и хотели бы его реализовать в будущем.

Навязываемый официальной пропагандой, СМИ, рекламой, шоу-бизнесом проект «возвращения женщины в семью» и «патриархального ренессанса» не состоялся и отвергается большей частью женщин. Жизненный путь, связанный с «предназначением женщины — быть хранительницей домашнего очага», сидеть дома, выполняя обязанности домохозяйки и матери, считают предназначением для себя лишь 7,4 % респонденток.

«Не хотели бы работать, но жить в достатке» желают сейчас около 2 % наших респонденток. В

середине девяностых годов склонность к социально-экономическому иждивенчеству и нетрудовым способам достижения материального богатства была выражена в значительно большей степени. С этой целью готовы были «вступить в выгодный брак» — 27 % молодых женщин, «завести богатого близкого друга на длительный срок» — 8,5 %, «использовать свою женскую привлекательность» — 11 %, «получить наследство» — 13 %, «использовать несовершенство законов» — 5,4 % респонденток.

Однако и в середине девяностых годов однозначно доминировала ориентация на трудовую активность и собственные силы в достижении материального благополучия. Это стратегии «использования своего образования и квалификации» — её выбрали 60 % респонденток, «добросовестно трудиться» — 23,4 %, «завести собственное дело, открыть фирму» — 24 %, «выехать на заработки за границу» — 12,5 %.

Но и жертвовать ради карьеры личной жизнью и семьей наши женщины в целом не готовы. Жизненную стратегию, по которой «главное сделать карьеру, а личная жизнь и семья — это как сложится», выбирают для себя лишь единицы — 1,6 % респонденток.

Таким образом, основные ценностные и жизненные устремления молодых женщин связаны со сферой общественно-трудовой деятельности и семьей, причем первая доминирует над второй как по вектору жизненных проблем, так и по вектору жизненной активности на ближайшую перспективу. Если проблемы снижения материального достатка волнуют 50—52 % наших респонденток, а собственный профессиональный рост и карьера — 43 %, то проблемы в семейных отношениях тревожат лишь 15—20 %.

Иерархия ближайших жизненных планов выстраивается следующим образом:

1—2 позиция	«Найти высокооплачиваемую работу»	51 и 56 %;
	«Получить образование»	55 и 51 %;
3 позиция	«Выйти замуж»	31 %;
4 позиция	«Создать собственное дело, заняться бизнесом»	16 и 22 %;
5 позиция	«Уехать за границу работать/учиться»	13 и 10,6 %;
6 позиция	«Мой жизненный путь уже определен»	9 и 11 %;
7 позиция	«Жить «как получится»	9,5 и 2,6 %;
8 позиция	«Не задумывалась»	около 4 %.

Налицо ярко выраженная устремленность к общественно-трудовой активности и самостоятельности, которая имеет тенденцию к росту. Особо знаменательным в этом отношении является то, что

вопреки распространенным стереотипным представлениям наши женщины в своем большинстве (62—63 %) предпочитают «работу, дающую свободу в действиях, предполагающую ответственность, с высоким заработком». Значительно уступают ориентации на «работу исполнителя, без особой ответственности, с достойной зарплатой» (16 и 28,4 %) и позиция «мне безразлично, лишь бы она соответствовала моим потребностям и профессиональным навыкам, с любой зарплатой» (22 и 6,8 %). Это свидетельство того, что большая часть молодых женщин не принимает не только традиционную гендерную модель «мужчина — кормилец, женщина — домохозяйка и мать», но и модель «мужчина — кормилец, женщина — частично домохозяйка», выбирая модель «двух кормильцев/двух домохозяев». В этой модели женский труд уже нельзя рассматривать как дополнительный к мужскому заработок в семье, будь то работа по материальной нужде, или «деньги (заработок) на «булавки», или работа от скуки и социальной изоляции.

К этому необходимо прибавить, что более половины респонденток стремятся получить дополнительный к основной работе заработок, а 7 % уже подрабатывают. Однако рост негативного отношения к подработкам с 12 % в 1995 году до 20 % в 2004 году и затруднившихся определить свою позицию по этому вопросу с 9 до 19 % свидетельствует об ограниченности данного способа улучшения материального благосостояния, нарастание осознания его негативных личностных последствий.

В пользу выбора эгалитарной гендерной модели говорят и ценностные предпочтения молодых женщин в сфере семейных отношений. Абсолютное большинство высказывается за партнерские демократические отношения в семье и браке (87,7 и 85 %). Главенство мужчины в семье предпочитают лишь 7,8 и 11 %. И только несколько женщин считают, что лучше, если семьей управляет женщина (2,8 и 1,6 %).

В иерархии семейных ценностей и мотивов вступления в брак первое место занимает «любовь, желание всегда быть с любимым» (73 и 70,6 %); второе — «духовная близость, общность интересов» (41 и 53 %); на третьем месте стоит «желание иметь и воспитывать детей в семье» (37 и 37,7 %). Скромные позиции занимают «экономические интересы и материальная выгода», которые отметили 21 % респонденток в середине девяностых годов и лишь 11,3 % в начале двухтысячных годов.

Панацей от одиночества брак является только для 16 и 12 % молодых женщин. Решение создать семью связали с «желанием быть «как все», состоять в браке» всего 5 и 2,6 % наших респонденток, что позволяет сделать вывод о разрушении у молодых горожанок традиционных представлений «быть женщиной женой» как о единственной жизненной стратегии и состоявшейся женской судьбе.

Обращает на себя внимание выявленное в последнем опросе расхождение между репродуктивными желаниями и реальными планами наших респонденток: если в желаемом в идеале количестве детей первое место занимает два ребенка (52,6 %), второе и третье место — три и более детей (15,8 и 7 %), четвертое место — один ребенок (17,7 %), не хотят и не планируют иметь детей — 2—3 %, то реально планируют иметь одного ребенка 38,7 %, двух детей — 37,4 %, трех — 3,2 %, больше трех — 0 %. Репродуктивные желания значительно превышают возможности их реализации. Поэтому причины резкого спада рождаемости надо искать не столько в изменении сознания и жизненных позиций молодых женщин, сколько в ухудшении условий жизни, в недостаточной государственной и общественной поддержке института материнства и детства.

Трудовые и семейные жизненные устремления обуславливают высокую ценность образования, в котором наши респондентки видят средство для расширения кругозора и повышения эрудиции (58 и 67,4 %), для занятия высокого социального положения и карьерных достижений (43 и 48 %), для воспитания культурного ребенка (35 и 31,6 %), для достижения материальной независимости и богатства (30 и 28,4 %). Хотя есть сторонники мнения, что «иметь образование — это хорошо, но материально обеспечить себя можно и без него», но их число снизилось за прошедшие годы с 44 до 28,7 %.

Проведенные социологические исследования свидетельствуют, что основные ценностные устремления молодых женщин вслед за сферами общественно-трудовой деятельности, образования и семьи устремлены в сферу общения с друзьями и коллегами. Межличностное общение считают значимым для себя в различных жизненных аспектах — трудовой деятельности, влиянии на свою жизнь, в проведении досуга — большинство респонденток (более 50 %), отводя ему одно из первых мест в шкале ценностей.

Политическая сфера играет гораздо меньшую роль в жизни молодых женщин. Но именно здесь выявлены значительные изменения положительной

направленности, отраженные в наших анкетных опросах середины девяностых годов и начала двухтысячных годов. Количество интересующихся политикой выросло почти в два раза — с 35 до 64,5 %, соответственно количество не интересующихся политикой снизилось с 42 до 28,7 %, а затруднившихся ответить — с 23 до 6 %.

Подавляющее большинство наших респонденток (86 и 88 %) положительно относится к участию женщин в политической деятельности. При этом количество безоговорочно положительно относящихся к женщинам в политике, считающих, что женщина может и должна участвовать в политической деятельности, увеличилось с 29 до 40 %, а связавших участие женщин в политике с их способностями, возможностями и обстоятельствами соответственно снизилось с 57 до 48 %. Число приверженцев отрицательного отношения к женщинам-политикам, так как «это не их дело», сократилось с 9,7 до 1,3 %. Затруднились определить свою позицию соответственно 4,6 и 8 %.

Однако в личностной практике интерес к политике наших респонденток по-прежнему носит в основном пассивный характер, проявляясь в просмотре информационных телепередач (32 %), чтении политической прессы (11,6 %), обсуждении политических событий со своим окружением (16 %). Участвуют в работе общественных организаций и партий только 3 % из них, ходит на митинги и демонстрации 1 %.

При изучении ценностных ориентаций и жизненных стратегий особый интерес представляет социально-психологическое самочувствие респонденток, которое служит индикатором степени удовлетворенности их реализацией и одновременно является важным фактором самого процесса социальной самореализации и самоутверждения личности.

Анализ социально-психологического самочувствия молодых жительниц г. Воронежа продолжает вызывать озабоченность, несмотря на имеющуюся положительную динамику. Количество респонденток, позитивно оценивающих свое психологическое самочувствие, выросло с 23 до 32,6 %. Однако общее количество негативных оценок психологического самочувствия, хотя и снизилось с 42 до 35 %, продолжает доминировать: тревогу и страх испытывают 23 и 21 %, безнадежность и неуверенность в завтрашнем дне — 19 и 14 %. Свидетельством определенной социальной незрелости и инфантильности является большое количество ответов, не позволяющих идентифици-

ровать социально-психологическое самочувствие респонденток (38 и 32 %).

Среди проблем, волнующих молодых женщин, вызывающих их тревожное состояние, на первом месте стоят финансовые проблемы, снижение материального уровня жизни и состояние здоровья — их отмечает более половины опрошенных. Далее следуют проблемы собственного профессионального роста, карьеры, падения нравов, рост преступности, угрозы терроризма и войны (около 42—44 %). Ухудшение экологической ситуации волнует 37 % респонденток. Конфликтные отношения в семье тревожат от 15 до 20 %. Проявлением дискриминации и насилия по отношению к женщинам в семье и обществе озабочены 14,5 % молодых жительниц г. Воронежа.

Факторами, которые, по мнению наших респонденток, могут помешать осуществлению их жизненных планов, являются материальное положение (38,7 %), политическая и экономическая ситуация в стране (38,4 %), отсутствие связей с нужными людьми (36 %). Состояние здоровья, недостаток воли и способностей могут помешать 21 %, конкуренция, недоброжелательное отношение окружающих тревожит 14,5 %, притеснения по полу — 5,5 % наших респонденток.

Сравнение ценностных ориентаций молодых женщин с комплексом проблем, которые волнуют их и вызывают тревогу, свидетельствует о том, что сегодня сферой неблагополучия, неуверенности и разочарования в процессе социального самоутверждения и самореализации для них является экономика и политика. И это на фоне их ярко выраженной устремленности к общественно-трудовой активности и самостоятельности.

Вне экономики и политики большие возможности для улучшения социального самочувствия наших женщин содержит духовная сфера. Падение нравов, духовно-культурного уровня — одна из наиболее волнующих наших женщин проблем. В то же время роль духовных факторов в жизни женщин явно недостаточна. А ведь одним из главных достояний российского общества на протяжении всей его истории является высокий духовно-нравственный женский потенциал, который, как показывают наши исследования, молодые россиянки сохранили и дополнили в своих жизненных стратегиях высокой социальной активностью, ориентацией в жизни на самих себя, свои силы и знания, стремлением к партнерским демократическим отношениям в семье и обществе.