

Анализ чайлдфри как социального явления в молодёжной среде (на примере студентов СФУ)

Болсуновская Екатерина Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Сибирский федеральный университет, Институт педагогики, психологии и социологии,
Красноярск, Россия

E-mail: katerina_agent002@mail.ru

Аннотация: в современной России все чаще регистрируется число разводов. По статистике на 10 браков приходится 7 разводов. Это говорит нам о том, что семейные ценности стали отходить на второй план. Молодёжь - это та социальная группа, которая формирует будущее всего общества. Сейчас люди не торопятся рожать детей и создавать полноценную семью. Мы можем сделать вывод о том, что молодёжь имеет трансформированное представление о деторождении. Отечественные ученые рассматривают чайлдфри в связи с кризисом института семьи, трансформацией российского общества и модой на гедонизм [1].

Нынешнее общество предполагает для людей многоуровневую систему образования. Так же, появилось множество возможностей для работы, развития себя как творческой личности и раскрытие других потенциалов. Все это оказывает значительное влияние на формирование целей в жизни. Молодые люди не хотят упустить возможность проявить себя, но в какой сфере своей жизни решает каждый сам.

Актуальность заявленной темы диктуется необходимостью выявления тенденций влияния явления чайлдфри при формировании жизненных ориентиров молодёжи. Проблема формирования института семьи является актуальной. С каждым годом растёт процент молодёжи, который ставит в приоритет личностное развитие и карьеру, тогда как создание семьи откладывается на неопределенное время, так как они перестают быть абсолютной ценностью [2].

Чайлдфри - это люди, которые сознательно не заводят детей. Идентифицировать себя как чайлдфри могут как состоящие в постоянных отношениях или браке люди, так и одинокие.

В России о феномене чайлдфри говорят последние несколько лет. В последние годы философия чайлдфри всё активнее набирает популярность среди молодёжи. В соцсетях сообщества, посвященные чайлдфри, насчитывают, по разным данным, от 3 до 5 тысяч подписчиков.

Исследование данного феномена, выявление принципов выбора жизненных ценностей и тенденций в этой сфере поможет успешному установлению критериев, которые формируют представление о чайлдфри.

Ключевые слова: молодёжь, студенческая молодёжь, социальное представление, чайлдфри, семья.

Цель: изучить представление российской молодёжи относительно феномена чайлдфри на примере студентов СФУ.

Задачи:

1) Определить отношение молодёжи СФУ в возрасте от 18 до 28 лет включительно к феномену чайлдфри;

- 2) Выявить информированность студенческой молодёжи СФУ о феномене чайлдфри;
- 3) Изучить суждения и мнения студенческой молодёжи о феномене чайлдфри и о жизненных ценностях;
- 4) Определить готовность действовать в направлении распространения чайлдфри студенческой молодёжи СФУ в возрасте от 18 до 28 лет включительно.

Проблема исследования: дефицит эмпирических данных об анализе представлений студентами СФУ феномена чайлдфри.

Объект: студенты СФУ в возрасте от 18 до 28 лет включительно.

Предмет: представления российской молодёжи о феномене чайлдфри на примере студентов СФУ.

Гипотеза исследования: в целом, студенты СФУ относятся к чайлдфри толерантно.

В качестве методологической базы для исследования был выбран «Трактат о семье» Г. Беккера.

Рассмотрим его часть - анализ «брачного» рынка. Вступление в брак объясняется автором по примеру с созданием партнерской фирмы. Люди, вступающие в брак, будут производить совместно больше благ, чем они это бы делали раздельно. Взаимодополняемость мужского и женского труда создает достаточно сильный стимул для образования таких союзов. Поиск брачного партнера аналогичен с поиском на трудовом рынке. И заканчивается он тогда, когда замечает, что рациональная полезность от будущего вступления в брак будет выше, чем у него сейчас при одинокой жизни. Так, на брачном рынке предпочтение отдается партнёрам, близким по росту, цвету кожи, образованию, коэффициенту интеллектуальности, социальному происхождению, но отличающимся по уровню зарплат. Чем дольше люди состоят в отношениях, тем сложнее им дается развод, так как, по мнению Беккера, люди с годами совместной жизни накапливают человеческий капитал, который включает привычки, установки, манеры и поведение [3].

С ростом активности женщины на трудовом рынке, когда она может выбрать для себя хорошую высокооплачиваемую работу, растёт и количество разводов и жизнью вне брака, либо же повторный брак, но с более выгодным партнером. Так и необходимо рассматривать появление детей - экономическую теорию рождаемости. Всё должно быть связано с выгодой. Беккер высказывал мнение о том, что решение завести ребенка должно быть аналогично другим инвестиционным решениям. Фактически дети рассматриваются здесь как разновидность ресурсов, и то или иное их сочетание и количество, в итоге должно максимизировать полезность. Следствием экономического развития является рост цены человеческого времени, которое становится одним из компонентов благосостояния. Как результат снижается предельная полезность каждого последующего ребенка, что и является одним из весомых стимулов ограничения рождаемости [4].

При более высоких ставках оплаты возрастает не только доход семьи - дорожает фактически и время родителей. Так как стоимость времени женщины на рынке труда гораздо выше, чем если она будет заботиться о ребёнке, то и необходимо вкладывать свои ресурсы в заработок, а не в детей. Если сократить экономическую составляющую, выделяемую на ребёнка, и добавить к этому моральное благополучие, то рождение детей может и повлиять на женщину благоприятно [5].

По мнению Беккера, именно этот фактор и лежал в основе сокращения количества и состава семей в развитых странах.

Исследование на тему: «Анализ чайлдфри как социального явления в молодёжной среде (на примере студентов СФУ)»

Были опрошены респонденты, соответствующие выборке (167 чел. для пилотажного исследования). Для прохождения анкеты допускались только те респонденты, которые на

первый вопрос о понимании значения феномена чайлдфри дали верный вариант ответа. Таким образом, основной массив вопросов был доступен 161 респонденту. Соотношение опрошенных по полу составило 71 % женщины и 28 % мужчины (рисунок 1).

Большинство опрошенных (52 %) составила возрастная группа от 18 до 20 лет включительно. Второй по количеству идёт возраст от 21 до 24 лет включительно (32 %), далее от 25 до 28 лет включительно (16 %). Таким образом, были охвачены все возрастные группы, которые нас интересовали (рисунок 2).

Материальное положение респондентов различно. Большинство респондентов (38 %) денег вполне хватает на крупную бытовую технику, 26 % имеет денежный ресурс, который может обеспечить покупку питания и одежды, но товары длительного пользования без сторонних источников не купить. Могут позволить себе всё, кроме дачи и квартиры 22 %. Остальные респонденты имеют финансовые проблемы (рисунок 3).

Семейное положение обусловлено их возрастными особенностями. Так, большая часть респондентов состоит в отношениях в различных проявлениях - 45 % указали, что есть девушка/парень, 14 % - находятся в официальном браке, 6 % находятся в процессе формирования законной семьи. Не состоят в отношениях - 33 % (рисунок 4).

Исходя из представленных результатов, мы можем считать, что выборка соответствует генеральной совокупности, поэтому, мы можем считать её репрезентативной.

Первый вопрос представлял собой отборочный. Он был задан для того, чтобы определить уровень информированности респондентов о чайлдфри. Вопрос был сформулирован следующим образом: «По Вашему мнению, чайлдфри - это. . .». Таким образом, мы видим, что основная часть респондентов (95 %) знает определение феномена чайлдфри, что обусловлено информационным обществом (рисунок 5). Это говорит о том, что представление о данном феномене в данной ситуации примерно сформировано, что и позволило респонденту дать ответы на остальные вопросы анкеты. Но существуют и единицы респондентов, которые с эти незнакомы, что говорит о незаинтересованность в этом движении.

Следующий вопрос был нацелен на выявление каналов передачи информации в молодежной среде. Респондентам был задан вопрос: «Из каких источников Вы узнали о чайлдфри?». Вариантами ответов были рассмотрены различные способы коммуникации. Исходя из ответов респондентов, можно сделать вывод о том, что интернет является главным источником информации о феномене чайлдфри и составляет 60 %, это можно связать с тем, что интернет - достаточно широкий сервис по поиску информации. Существует реклама, рекомендации в различных социальных сетях, поэтому, даже если человек сначала не интересовался этой темой и не искал специально информацию, то попал на нее случайно и ознакомился. 20 % составляют друзья, знакомые, другие окружающие люди. Социальные контакты играют значительную роль в молодежной среде, люди делятся информацией, особо охотно той, которая повергла их в шок и оставила множество вопросов. 7 % печатные издания, в первую очередь - книги. Сейчас в специализированных книжных магазинах можно найти огромное количество литературы на различные темы. 6 % узнали из телевидения, на наш взгляд, это фильмы и сериалы, которые пропагандируют идеи «свободных от детей». Вариант родственники составляют 3 %, мнение родных людей очень важно в отношении формирования своего будущего, поэтому данный феномен может обсуждаться в кругу семьи. По 2 % радио и наглядная агитация (рисунок 6). Молодёжь не так часто пользуется этими каналами передачи информации, поэтому, это объяснимое явление.

Для выявления последователей движения чайлдфри среди людей знакомых респондентам был задан вопрос: «Есть ли из Ваших знакомых людей последователи чайлдфри?». Ответы респондентов разделились. Так, у 43 % есть такие знакомые. С небольшой разницей - 40 % у респондентов нет таких знакомых. Это можно объяснить то, что моло-

дѣжь имеет множество социальных контактов, с разным отношением к жизни. 17 % - не знает есть ли у них такие знакомые (рисунок 7). Это можно объяснить тем, что некоторые люди не позиционируют фанатиками этого движения, а относятся к этому как к чему-то личному и не хотят делиться своим отношением к детям.

Чтобы выявить заинтересованность студенческой молодежи в феномене чайлдфри, респондентам был задан вопрос: «Вам эта тема...». Можно отметить, что малому количеству респондентов эта тема интересна - 13 %. Возможно, это связано с тем, что феномен чайлдфри не вызывает интереса у большинства явного интереса. 24 % респондентов категорически не поддерживают эту тему и не интересуются ей. Это связано с тем, что еще в российском обществе всё же преобладают традиционные ценности. 29 % интересуются этой темой от случая к случаю, можно сделать вывод, что это происходит, когда с ведут диалог в определенном кругу и непроизвольно сталкиваются в интернете с данным движением. 34 % не относят себя ни к одной из вышеперечисленной группе. Они не ищут информацию на эту тему, они толерантны к общественному переустройству демографии страны (рисунок 8).

Так же, было необходимо выявить приемлемость данной темы для респондентов. Приемлема, но при определенных обстоятельствах эта тема для 30 % респондентов, что говорит о том, что при формировании дальнейшего будущего и отказ в нем от детей зависит не только от одного человека, а от происходящих событий в различных институтах государства. Если будут в общественном устройстве возможные неурюстройства, то отказ от детей для этих респондентов считается нормальным. Приемлема для 29 %, что говорит почти о трети респондентов, которые относятся к данному движению с понимаем и, возможно, являются его представителями. 20 % респондентов склонны в большей степени не принимать идеологию чайлдфри, 8 % абсолютно не принимают. Возможно, это связано с малой осведомленностью об этом феномене, ведь оно стало набирать популярность сравнительно недавно. Так же, у всех свои жизненные цели, а человеку свойственно хотеть продолжения себя в ком-то другом, поэтому, идея отказа от детей для них не актуальна. 13 % затрудняются ответить. Возможно, в силу своего несформированного представления о жизни или о феномене чайлдфри (рисунок 9).

В вопросе № 6 респондентам предложили оценить степень согласия с суждениями о феномене чайлдфри. При анализе ответов респондентов было выявлено, что феномен чайлдфри не считает современной глупой модой 63 % человека. 26 % респондентов считают таковым. Можно соотнести это с тем, что понятие моды должно распространяться фактически на все группы населения, а российская молодежь не считает это явление таким широкомасштабным. Так же, можно сказать, что быть чайлдфри - это принятое решение, которое носит сугубо личный характер. На второе суждение «это то, что отражает давление общества», согласие (44 %) и несогласие (42 %) респондентов находятся практически наравне. Это может означать, что явного мнения в молодежной среде не сформировано. Результатом неправильного воспитания феномен чайлдфри считают 26 %, не согласны с этим 63 %. На наш взгляд, формирование мировоззрения на данном этапе развития происходит уже на основе заданных шаблонов в существующей молодежной среде, а не в семье, так как студенческая молодежь более включена в общение со сверстниками, а не с родственниками. Суждение о том, что чайлдфри - жизнь без лишних забот поддерживают 43 % респондентов, а 40 % не согласны с данным утверждением. Любые сферы жизни человека, в которых он принимает участие требуют своеобразной отдачи от него для плодотворного взаимодействия, это и является объяснением того, что человеку все равно не удастся избежать забот. Мнения, что отказ от детей дает возможности больше времени уделить себе и своему развитию, придерживаются 69 % респондентов, не согласны с этим 20 %. Заметно различие, так как опрос проводился на студенческой молодежи

разных возрастов. Соответственно, люди, которые только поступили в университет и не получили ни одного диплома, считают, что ребенок создаст им трудности при построении жизненной траектории на данный момент, так как не могут совмещать эти сферы вместе. Отказ от рождения детей подразумевает одинокую старость - с этим утверждением согласны 36 % респондентов, не согласны 47 %. Количество несогласных чуть больше, так как люди считают, что у них будет достаточно социальных контактов для того, чтобы не остаться одним. 44 % респондентов считают, что движение чайлдфри помогает избежать ответственности за жизнь другого, а 42 % с этим не согласны. Большинство респондентов (44 %) считают, что отказ от детей помогает избежать лишних проблем со здоровьем. Это может быть связано с тем, что роды - достаточно сложный процесс и возможны осложнения. Данное мнение сформировано на основе рассказов близких людей и статей, которые выпущены в интернет-пространстве. 35 % не согласны с этим утверждением. За эгоизм человека феномен чайлдфри принимают 34 % респондентов, 50 % респондентов не согласны с этим. Утверждение, что отказ от детей как способ сохранения финансов считают верным 47 %, а 37 % с эти не согласны.

За юношеский максимализм чайлдфри принимают 37 % респондентов, 46 % так не считают. Возможно, вторая группа респондентов считает отказ от рождения детей решением, которое принято не в силу возраста, а в силу определенных причин. Дети - это всегда столкновение мнения взрослых о том, как воспитать, что нужно ребёнку, а что нет. 31 % респондентов считают, что чайлдфри помогает избежать этих конфликтов, но 44 % людей с этим не согласны. Гарантия, что в случае чего, не придется воспитывать ребенка одному - с одной стороны, воспитывать ребёнка только маме или только отцу тяжело, тогда третий не будет получать должного внимания. 42 % респондента согласны с этим утверждением, 40 % не согласны. Вторую группу можно оправдать тем, что есть семья, которое в трудной ситуации не бросит или друзья, и другие близкие люди.

Инфантилизм - явление, широко распространенное в современном обществе, люди привыкли только получать и ничего не давать взамен. И придерживаться феномену чайлдфри можно для того, чтобы оправдать свое желание ничего не делать и не отдавать, так считают 33 % респондентов. Не согласны с эти утверждением 48 %. Сейчас у большинства людей много психологических травм, они зажаты, не уверены в себе, обижены на других людей и общество в целом. Это может быть причиной отказа от рождения детей, так считают 40 % респондентов, но 39 % с этим не согласны. Ведь сейчас существует достаточно квалифицированных специалистов, которые помогают разобраться в себе и проработать незакрытые гештальты.

Если нет необходимости рожать ребенка, то нет и смысла искать постоянного партнера для построения дальнейшего будущего, именно так считают 30 %. 50 % с этим не согласны, ведь почти каждому необходимо чувствовать себя нужным кому-то другому, чтобы о нас заботились и поддерживали во всех делах. Институт семьи начал проходить трансформацию и разрушаться, именно движение, описанное выше, может служить этому - так считают 38 % респондентов, но 53 % с этим не согласны. Дети могут служить смыслом жизни для родителей, они вкладывают в него все свои ресурсы, поэтому, чайлдфри - добровольный отказ от этого. С этим мнением согласны 34 % людей, участвующих в опросе. 57 % респондентов так не считают - сейчас смысл жизни может быть и в развитии себя, своих способностей и заработке капитала. Люди, с которыми мы строили будущее, с которыми планировали семью, могут оказаться не теми, кем мы их считали, и разрыв накладывает большой отпечаток на формирование дальнейших планов, и именно груз нелюбви прошлых лет может быть причиной движения чайлдфри, именно так считают 32 % респондентов. Но жизнь не стоит на месте, она продолжается, именно так считают 49 % респондентов. Результатом вседозволенности и толерантности в обществе формирование

чайлдфри считают 38 % респондентов, 43 % с эти не согласны.

Для того, что определить ценности, которые характерны для молодёжи, был задан вопрос: «Выделите ценности, характерные для Вас? (Не более трех вариантов)». Самой главной ценности для российской молодёжи (54 %) является семья. Это можно объяснить тем, что этот институт общества является единственным, с кем связана наша жизнь на постоянной основе. Здоровье стоит на втором месте (48 %). Если есть эта составляющая, то только тогда будут силы и ресурсы на остальные жизненные сферы. 44 % считают ценностью любовь, она может быть ко всему что нас окружает и к тому, чем мы занимаемся. Карьеру выбрали 32 % процента респондентов. Финансовую безопасность 27 % - это можно объяснить тем, что нам необходимы материальные ресурсы для того, чтобы жить в комфорте. Образование выбрало 26 % респондентов - здесь можно объяснить тем, что исследование проводилось на молодёжи, которая еще проходит путь становления как специалиста в какой - то области. 14 % выбрали вариант дети. 15 % выбрали творчество, 12 % общественное признание и 11 % выбрали престиж и аналогично искусство. Для 5 % важна религия, а для 2 % патриотизм. В варианте ответа «иное», респонденты не указали свои ценности (рисунок 10).

В данном исследовании анализируется представление российской молодёжи о феномене чайлдфри на примере студентов СФУ.

По итогам проделанной работы можно сказать, что цель - проанализировать представление российской молодёжи относительно феномена чайлдфри была выполнена.

Проведенное исследование показало, что отношение молодёжи к чайлдфри чаще всего лояльно. Большинство людей интересуется данным движением, но не состоят в нем. Респонденты считают, что причины для того, чтобы стать последователем чайлдфри разнообразны. На основе полученных сведений, можно утверждать, что гипотеза - в целом, была подтверждена.

Источники и литература

- 1) Болсуновская, Е. Е. Представление студентов СФУ о добрых отношениях / Е. Е. Болсуновская, Т. А. Феньвеш : материалы XVIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Сибирский Федеральный Университет. – Красноярск, 2022. С. 2022-2025.
- 2) Кривцова, Е. В. Семья глазами студенческой молодёжи / Е. В. Кривцова, Т. Н. Мартынова // Психологические проблемы современной российской семьи / Материалы Всеросс. научн. конф. Под ред. В.К. Шабельникова, А. Г. Лидерса. Ч. 1. М., 2003
- 3) Антонов, Ю. А. Коммуникативные стратегии в текстах, репрезентирующих идеологию childfree: на грани экстремизма / Ю. А. Антонов // Политическая лингвистика. – 2013. – № 2 – С. 46-48.
- 4) Белобородов, И. И. Чайлдфри: добровольно и принудительно / И. И. Белобородов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riss.ru/demography/demography-science-journal/30265/> (дата обращения: 19.10.2022).
- 5) Романова, И. В. Чайлдфри в контексте трансформации семейных отношений / И. В. Романова, О. О. Жанбаз // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2014. – № 12 (115). – С. 89-97

Иллюстрации

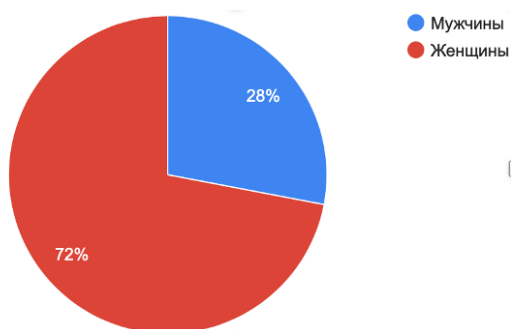


Рис. : 1 – Распределение респондентов по полу

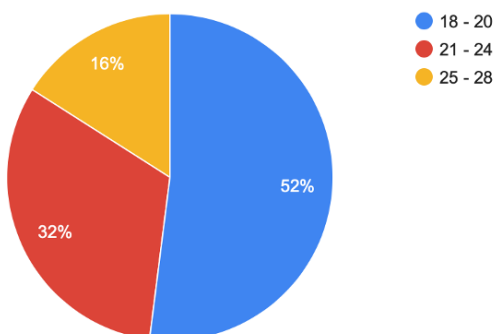


Рис. : 2 – Распределение респондентов по возрасту



Рис. : 3 – Оценка материального положения семьи

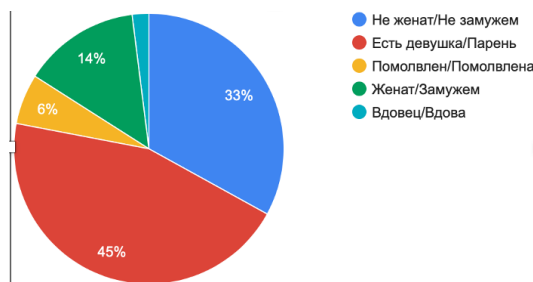


Рис. : 4 – Семейное положение

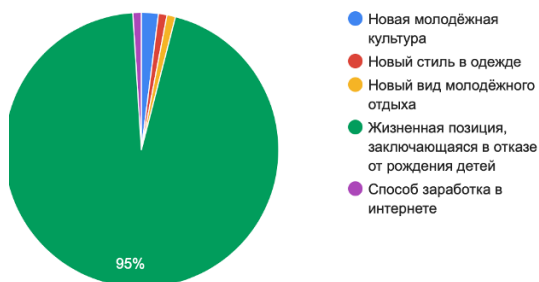


Рис. : 5 – Распределение ответов респондентов №1



Рис. : 6 – Распределение ответов респондентов №2

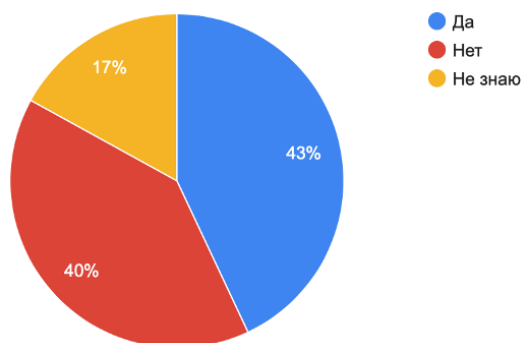


Рис. : 7 – Распределение ответов респондентов №3



Рис. : 8 – Распределение ответов респондентов №4

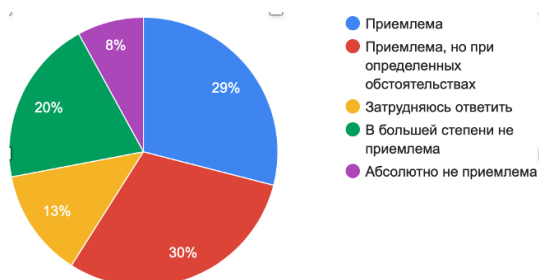


Рис. : 9 – Распределение ответов респондентов на вопрос: «Лично для Вас идеология чайлдфри...».

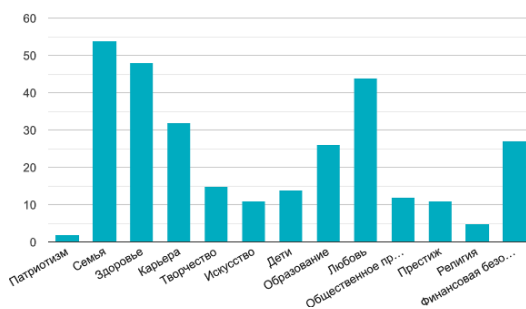


Рис. : 10 – Распределение ответов респондентов №7