

УДК 316.644

Я.О. Баяндина

Y.O. Bayandina

Пермский национальный исследовательский политехнический университет
Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation

ОТНОШЕНИЕ ПЕРМСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ФЕНОМЕНУ ЧАЙЛДФРИ

THE ATTITUDE OF PERM YOUTH TO THE CHILDFREE PHENOMENON

Феномен чайлдфри в Россию пришел и стал популярным относительно недавно. Поэтому в силу новизны данного явления российское общество относится к нему двояко: есть как сторонники идеологии чайлдфри, так и люди, отрицающие её. Представлены результаты пилотажного исследования, выяснены региональные аспекты отношения пермской молодежи к феномену чайлдфри и факторы, влияющие на это отношение. Также выявлены типы и определен доминирующий тип респондентов по отношению к феномену чайлдфри.

Ключевые слова: чайлдфри, бездетные, пермская молодежь, отношение к чайлдфри, ценностные ориентации, семейные ценности.

The phenomenon of childfree came to Russia and became popular relatively recently. Therefore, due to the novelty of this phenomenon, Russian society treats it in two ways: there are both supporters of the Childfree ideology and people who deny it. The results of the pilot study are presented, the regional aspects of the Perm youth's attitude to the childfree phenomenon and the factors influencing this attitude are clarified. The types were also identified and the dominant type of respondents in relation to the Childfree phenomenon was determined.

Keywords: childfree, childless, Perm youth, attitude to childfree, value orientations, family values.

В современном обществе мода на удовлетворение своих желаний набирает популярность. Молодые люди хотят прожить жизнь «для себя», полностью удовлетворить личные потребности, что противоречит созданию семьи и рождению детей. Из-за этой тенденции институт семьи претерпевает значительные изменения – трансформируется понятие семьи, состав и функции [1]. Расширенная семья теперь не является основой общества, на смену ей пришла нуклеарная. Современная семья может состоять исключительно из супругов, а, говоря простыми словами, функция продолжения рода теряет свою значимость и обязательность.

Так, появляется феномен *childfree* – люди, свободные от детей. Их основная идея – осознанный и добровольный отказ от рождения собственных детей [2]. Со временем данный образ жизни набирает популярность и наиболее сильно отражается на молодежи [3].

К факторам, влияющим на выбор в пользу бездетности, относят личные (ценностно-смысловая сфера, внутренние страхи, неготовность к детям и пр.), социально-экономические (неуверенность «в завтрашнем дне»), социокультурные (изменение репродуктивных установок, отношение к сексуальности, секуляризация культуры) и демографические/природные (перенаселение, ограниченность ресурсов) [4, 5].

Данный феномен с точки зрения социальной психологии можно рассматривать через призму аттитюдов, то есть социальных установок в отношении к этому явлению, выделяя когнитивные, эмоциональные и поведенческие компоненты.

Явление *чайлдфри* больше всего волнует молодежь, так как именно она является активной детородной частью населения. Сложившееся отношение к феномену *чайлдфри* напрямую отражается на репродуктивном поведении молодежи. Преобладание среди молодежи позитивного отношения к бездетности может пагубно отразиться на демографической ситуации в нашей стране. Именно поэтому необходимо выяснить, что о данном явлении думает современная молодежь.

Особенно слабо изучается региональный аспект отношения к феномену *чайлдфри*. Для решения этой проблемы объектом данного исследования была выбрана пермская молодежь.

В ноябре 2021 года было проведено пилотажное исследование среди молодежи г. Перми для изучения её отношения к феномену *чайлдфри*. В опросе приняло участие 45 человек: 17 (37,8 %) мужчин и 28 (62,2 %) женщин. По возрасту распределение следующее: 18–22 года – 25 человек (55,6 %), 23–26 лет – 13 человек (28,9 %), 27–30 – 7 человек (15,6 %). Большая часть респондентов (71,1 %) холосты/не женаты, 13 человек (28,9 %) – женаты/замужем.

По количеству детей в семье, в которой вырос респондент, распределение такое: 4 человека (8,9 %) являются единственным ребенком в семье, около половины (55,6 %) выросли в семье с двумя детьми, с тремя детьми – 11 человек (24,4 %), с четырьмя детьми и более – 5 человек (11,1 %). Среди респондентов у большинства (82,2 %) нет собственных детей, у 8 человек (17,8 %) дети есть.

Среди ценностей, наиболее значимых для респондента, наиболее часто отмечаются семья (дети, родители) – 82,2 %, работа/карьера/самореализация – 64,4 %, деньги/материальное благополучие и любовь – по 51,1 %. Наименее популярны ответы вера/духовность и патриотизм/любовь к Родине – их выбирают лишь 2,2 % респондентов (рис. 1).



Рис. 1. Наиболее значимые ценности респондентов, %

В данном исследовании были выявлены характеристики пермской молодежи по отношению к феномену чайлдфри; сконструирована типология респондентов по отношению к чайлдфри и определен доминирующий тип; также были определены факторы, влияющие на отношение пермской молодежи к феномену чайлдфри.

По результатам анкетирования представление о феномене чайлдфри имеют 77,8 % опрошенных: из них 46,7 % имеют полное представление, 31,1 % – частичное. Не имеет представления о данном феномене 1/5 часть опрошенных (22,2 %). При этом большинство респондентов (88,9 %) выбирает верное суждение о феномене чайлдфри. Лишь десятая часть опрошенных (11,1 %) отмечает неверные суждения.

К осознанной и добровольной бездетности большинство респондентов (68,9 %) относится нейтрально, каждый пятый опрошенный (22,2 %) относится к этому положительно, отрицательное отношение наблюдается у 8,9 % опрошенных. Похожая картина наблюдается и при характеристике бездетности: 62,2 % респондентов относятся к этому безразлично, для пятой части опрошенных (22,2 %) бездетность является показателем свободы и развития личности, 15,6 % характеризуют бездетность как показатель эгоистичности и недоразвитости личности.

Что касается информированности респондентов об общественном движении чайлдфри в России, большинство (75,6 %) не слышало о нем, четверть опрошенных (24,4 %) однако же отметила, что слышала о данном общественном движении. Среди тех, кто слышал о движении чайлдфри в России, абсолютно все (100,0 %) узнали о нем из интернета.

По отношению к представителям общественного движения чайлдфри наблюдается следующее распределение: большинство (80,0 %) относится к ним нейтрально, 15,6 % – отрицательно и лишь 4,4 % относится положительно.

По вопросу «Есть ли среди Ваших друзей, родственников и знакомых представители чайлдфри?» были получены следующие результаты: примерно у половины (42,2 %) знакомых-чайлдфри нет, 28,9 % отметили, что среди их окружения есть представители чайлдфри, 28,9 % затруднились ответить на данный вопрос.

Примерно $\frac{1}{2}$ часть респондентов готова заводить собственных детей, 37,8 % – не готовы, 11,1 % – затруднились ответить.

Что касается готовности респондентов поддерживать идеи чайлдфри, примерно одинаковое число отметило варианты «Нет, не готов» и «Мне безразлично» (46,7 и 42,2 % соответственно). Выразили свою готовность лишь 11,1 % опрошенных.

Таким образом, большинство респондентов имеет верное представление о феномене чайлдфри, при этом в основном наблюдается нейтральная оценка данного феномена. Большая часть опрошенных не слышала об общественном движении чайлдфри в России, при этом к представителям этого движения превалирует нейтральное отношение. Поддерживать идеи чайлдфри большинство все-таки не готово либо относится безразлично, однако малая доля выразила свою готовность.

Также была сконструирована типология респондентов по отношению к феномену чайлдфри (рис. 2). Типы конструировались по трем показателям: представление о феномене чайлдфри, отношение к феномену чайлдфри и готовность поддерживать идеи представителей чайлдфри. Выяснилось, что среди респондентов преобладает нейтральный тип (13,3 %), причем к позитивному типу относятся 6,7 % опрошенных, а к негативному меньше – 4,4 %. Большинство респондентов не попало в тип (75,6 %). Это может указывать на то, что у респондентов преобладает неопределенный тип по отношению к чайлдфри, возможно, в силу неполной, недостаточной информированности о данном феномене.

Была проделана работа по определению факторов, влияющих на отношение пермской молодежи к феномену чайлдфри.

Одним из факторов является возраст. Было выяснено, что молодежь в возрасте 18–26 лет в большинстве своем имеет полное представление о феномене чайлдфри (52,0 и 61,5 %). Молодежь постарше (27–30 лет) имеет в основном частичное представление (71,4 %). Это может говорить о новизне данного явления в нашей стране – возможно, респонденты в возрасте 18–26 лет росли в обществе, где феномен чайлдфри уже набирал популярность, а старшая молодежь об этом феномене слышала редко (табл. 1).

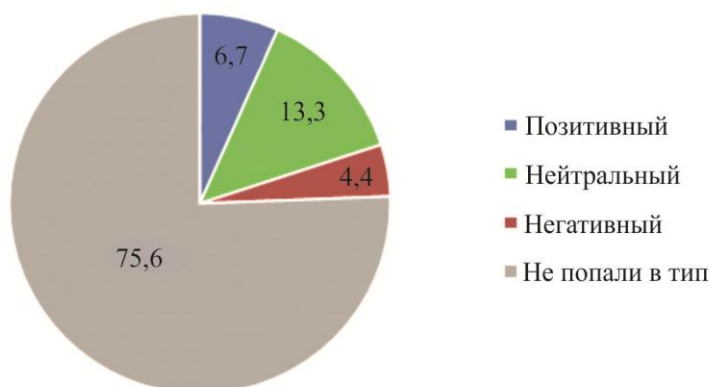


Рис. 2. Распределение респондентов по отношению к феномену чайлдффри, %

Таблица 1

Влияние возраста на полноту представления о феномене чайлдффри
(доля числа опрошенных в группах по возрастам, %)

Возраст	Представление о феномене чайлдффри			Всего
	полное	частичное	не имеют представления	
18–22 лет	52,0	28,0	20,0	100,0
23–26 лет	61,5	15,4	23,1	100,0
27–30 лет	0,0	71,4	28,6	100,0

Также было рассмотрено влияние возраста на отношение к осознанной и добровольной бездетности, то есть непосредственно к феномену чайлдффри. Данные показывают, что респонденты в возрасте 18–22 года чаще остальных других групп выражают положительное отношение (36,0 %). С повышением возраста положительное отношение идет на убыль. Среди респондентов возрастной категории 27–30 лет положительное отношение вовсе не выявлено. Что касается отрицательного отношения к чайлдффри, то в группе 18–22 лет данное отношение встречается лишь у 4,0 % опрошенных, а в группе 27–30 лет отрицательное отношение практически в 10 раз выше (42,9 %). В группе 23–26 лет отрицательное отношение к осознанной и добровольной бездетности не выявлено. В целом большинство респондентов каждой возрастной группы выражают нейтральную оценку добровольной и осознанной бездетности. Представители младшей молодежи, возможно, росли в социуме, где бездетность плавно перетекала в социальную норму, и это отразилось на их отношении к феномену чайлдффри (табл. 2).

Таблица 2

Влияние возраста на отношение к осознанной и добровольной бездетности
(доля от числа опрошенных в группах по возрастам, %)

Возраст	Отношение к осознанной и добровольной бездетности			Всего
	положительное	нейтральное	отрицательное	
18–22 лет	36,0	60,0	4,0	100,0
23–26 лет	7,7	92,3	0,0	100,0
27–30 лет	0,0	57,1	42,9	100,0

На отношение к осознанной и добровольной бездетности также было изучено влияние пола. Оказалось, что среди женщин положительная оценка данного явления встречается почти в 3 раза чаще, чем среди мужчин (28,6 и 11,8 % соответственно). Однако среди представителей обоих полов чаще встречается нейтральное отношение (табл. 3).

Таблица 3

Влияние пола на отношение к осознанной и добровольной бездетности
(доля от числа опрошенных в группах по полу)

Пол	Отношение к осознанной и добровольной бездетности			Всего
	положительное	нейтральное	отрицательное	
Мужской	11,8	76,4	11,8	100,0
Женский	28,6	64,3	7,1	100,0

Было рассмотрено влияние на оценку выбора в пользу бездетности такого фактора, как наличие детей. Большинство респондентов обоих групп относится к данному выбору безразлично, нейтрально (примерно по 62,0 %). Однако в группе респондентов, не имеющих детей, положительная оценка в пользу выбора бездетности встречается у 27,0 %, а в группе тех, кто имеет детей, данная оценка не проявляется. Доля респондентов, выражающих негативную оценку, выше в группе имеющих детей (37,5 %), среди не имеющих детей данная оценка встречается реже – лишь у 1/10 респондентов (10,8 %) (табл. 4).

Таблица 4

Влияние наличия детей на оценку в пользу выбора бездетности
(доля от числа опрошенных в группах по наличию детей, %)

Наличие детей	Оценка выбора в пользу бездетности			Всего
	Показатель свободы и развития личности	Показатель эгоистичности и недоразвитости личности	Относятся к данному выбору безразлично	
Да	0,0	37,5	62,5	100,0
Нет	27,0	10,8	62,2	100,0

Итак, можно сделать следующие выводы:

- большинство респондентов имеет представление о феномене чайлдфри, но не информировано об общественном движении чайлдфри в России;
- у большей части респондентов наблюдается нейтральное отношение как к феномену чайлдфри, так и к его представителям, также было выяснено, что респонденты, относящиеся к нейтральному типу по отношению к чайлдфри, встречаются чаще, чем другие типы;
- поддерживать идеи чайлдфри большинство респондентов не готово либо относится к ним безразлично, однако встречаются респонденты, выражающие готовность поддерживать идеи чайлдфри;
- чем выше возраст респондента, тем ниже доля положительного отношения и выше доля отрицательного отношения к феномену чайлдфри;
- женщины чаще мужчин относятся к феномену чайлдфри положительно;
- большинство среди женатых/замужних респондентов не готово поддерживать идеи представителей чайлдфри;
- среди респондентов, имеющих детей, негативная оценка бездетности встречается в 3 раза чаще, чем среди бездетных респондентов, также большинство респондентов, у которых есть дети, не готово поддерживать идеи чайлдфри.

Список литературы

1. Вершинина И.А. Социальный институт семьи в современных условиях // Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования: материалы XX междунар. конф. памяти профессора Л.Н. Когана. – 2017. – С. 1304–1314.
2. Исупова О.Г. «Чайлдфри», или Добровольная бездетность [Электронный ресурс] // Демоскоп Weekly. – 2010. – № 427–428. – URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2010/0427/gender01.php> (дата обращения: 05.10.2021).
3. Орлова А.А., Петровская О.А. Движение чайлдфри как явление современного общества [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум 2014 материалы VI междунар. студенческой электрон. науч. конф. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/523/1287> (дата обращения: 10.10.2021).
4. ПолUTOва М.А., Жанбаз О.О. Ценностные и мотивационные установки сообщества «Чайлдфри» с позиций постмодернизма // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2015. – №1. – С. 89–100.
5. Большунова Т.В. Феномен чайлдфри: макросоциологический анализ // Вестник университета. – 2018. – №4. – С. 145–149.

Получено 15.12.2021

Баяндина Яна Олеговна – студентка, кафедра «Социология и политология», гуманитарный факультет, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: y-bayandina@mail.ru.

Научный руководитель **Левченко Валерий Витальевич** – доктор психологических наук, заведующий кафедрой «Социология и политология», Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: levv66@mail.ru.