УДК 316.356.2/316.752

СЕМЕЙНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЁЖИ (по материалам социологического исследования в Республике Башкортостан)

Камалова Гульдар Рашитовна,
Башкирская академия государственной службы и управления при Президенте РБ, кафедра политологии, социологии и философии, доцент, кандидат политических наук,
г. Уфа, Россия.
E-mail: guldar@mail.ru

Аннотация
В статье рассматриваются семейные ценности, которые сформированы у современной российской молодёжи, проводится анализ процесса формирования семейной идентичности у молодого поколения россиян по результатам социологических исследований молодёжи Республики Башкортостан, реализованные в 2008 г. и 2014 г.

Ключевые понятия:
семейная идентичность, семейные ценности, молодёжь, Республика Башкортостан.

Исследования последних лет показывают трансформацию ценностей и установок современного общества как в России, так и за рубежом. Изучению данного вопроса посвящены исследования многих российских научно-исследовательских институтов и центров. Новое поколение или поколение Y (поколение миллениума)*, как называют их российские исследователи, – это молодежь в возрасте 16–25 лет и поколение X (неизвестное поколение) – в возрасте от 25 и старше (до 45 лет), кардинально отличаются друг от друга по вопросам современных ценностей и установок. С этой точки зрения интересными представляются данные фонда «Общественное мнение», полученные по результатам общероссийских социологических исследований за последние несколько лет [1, 2]. Данные опросов показывают, что семья занимает лидирующее положение в шкале ценностей у всех поколений россиян – 68% респондентов возраста 18–30 лет, 71% у респондентов возраста от 31 до 45 лет, 67% в возрасте от 46 до 60 лет и 51% респондентов старше 60 лет. При этом большинство россиян считает (53%), что современные супруги откладывают рождение детей на более поздний срок, что характерно для мнений не только мужчин (43%), но и женщин (61%). В вопросе воспитания детей подавляющее большинство россиян (88%) считает, что детьми должны заниматься оба супруга (при этом такого мнения придерживаются все респонденты, вне зависимости от семейного положения: женатые/замужние респонденты, у которых брак зарегистрирован (89%); неженатые/незамужние респонденты (87%); женатые/замужние респонденты, у которых брак не зарегистрирован (85%).

По результатам социологических исследований, проводимых автором статьи в 2008 г. и 2014 г., был рассмотрен вопрос о семейных ценностях и выявлены тенденции к формированию семейной идентичности у разных поколений российской молодежи, проживающих в Республике Башкортостан. В исследовательское поле были включены учащиеся высших учебных заведений дневных и заочных форм обучения**. Анкетный опрос был проведен среди респондентов двух возрастных групп (от 17 до 25 лет и

*Теория российских поколений разработана К. Шамис и А. Антиповым по аналогии с теорией поколений американских ученых Н. Хоува и У. Штрауса, разработавших её на примере США.

**В рамках двух проектов (2008 г. и 2014 г.) были опрошены студенты трёх вузов республики: Башкирский государственный университет, Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, Башкирская государственная академия государственной службы и управления при Президенте Республики Башкортостан.

от 26 до 35 лет). По данным исследований 2008 г.(n=1020 респондентов) и 2014 г. (n=1000 респондентов), был проведен сравнительный анализ по изучаемому сегменту. Так, общим для двух периодов исследования стал рост количества респондентов, ориентированных на самореализацию как в профессиональном плане, так и в вопросе создания семьи. Сравнительный анализ был проведен как по респондентам, состоящим в браке (37%), так и по молодым респондентам, которые не состояли в браке (63%). Среди респондентов, не состоящих в браке, были выделены следующие три группы.

Первую группу составили молодые люди с высокой степенью ориентации на профессиональный и карьерный рост (46% в 2008 г. и 49% в 2014 г.). При этом данные респонденты отмечают первостепенную важность достижения карьеры и успеха, а построение семьи является неотъемлемой составляющей успешного человека. В этой группе большая часть респондентов – молодые люди, у которых ценности семейные и профессионального роста совпадают по уровню значимости.

Вторая группа ориентирована на индивидуализм (32% в 2008 г. и 15% в 2014 г.). Представители данной группы нацелены на получение более широких возможностей, готовы к новым открытиям, перспективной работе за рубежом, активной мобильности, подвержены новациям и т.д. Для данной группы построение семьи является долгосрочной целью, откладываемой на будущий период, когда будут реализованы все другие цели – *«увидеть мир», «поучиться», «набраться опыта», «попутешествовать», «познакомиться с другими культурами, увидеть другие страны».*

Третью группу (22% в 2008 г. и 36% в 2014 г.) представляет молодежь, как ее называют некоторые социологи – «поколение Путина», которая активно принимает участие во всех проектах, интересуется политической жизнью страны, находится в курсе всех изменений в политической, социальной, экономической жизни страны. Данная группа так же, как и первая, ориентирована на семейные ценности.

Опрос 2014 г. проходил в период подъема патриотических настроений, связанный с событиями вхождения Крыма и Севастополя в Российскую Федерацию.

Также был проведен замер по представлениям молодых людей об их будущих семьях. 35% респондентов высказалось о необходимости завести одного-двух детей. Большая часть (60%) молодых людей отметили свое желание иметь трех и более детей. Также необходимо отметить, что большинство респондентов как в первом исследовании (в 2008 г.), так и во второй период (в 2014 г.) фиксируют позицию – гражданский брак как один из приемлемых способов создания семьи в будущем.

Следующую группу составили респонденты, которые уже имеют семью и детей (37%). Многие респонденты отмечают, что мечты и образы, которые они имели о своей будущей семье в прошлом, до вступления в брак, претерпели изменения после создания семьи – *«оказалось не все так просто, легко и романтично».* Из них большая часть имеет одного ребенка (65%), остальные – двоих-троих детей. Часть респондентов (35%), которые имеют одного ребенка в семье, отметили, что планируют иметь большую семью *«с тремя детьми, как минимум», «семья хороша, когда много детей, – хотелось бы вырастить пятерых детей».*

По сравнению с данными 2008 г., в результатах 2014 г. прослеживаются изменения в сторону увеличения количества респондентов, которые настроены позитивно и уверенно смотрят в будущее – *«все будет хорошо, несмотря ни на что»,* что присуще не только женским, но и мужским анкетам. Данный настрой, по-видимому, связан также с общероссийскими тенденциями, которые характерны периоду конца 2013 г.– середины 2014 г. Внешнеполитическая политика Российской Федерации, и прежде всего события, связанные с Украиной, актуализировали не только патриотические ценности, но и способствовали пересмотру отношения россиян ко многим вопросам, в том числе к образам лидеров различных стран в целом, и к главе Российского государства, в частности.

Большинство респондентов, вне зависимости от пола, отмечают, что главой семьи должен быть мужчина, который зарабатывает, однако при этом большинство респондентов относятся хорошо, если женщина в семье будет работать и зарабатывать. Только 15% респондентов-мужчин отметили, что муж должен зарабатывать больше жены. Большинство женщин отмечают необходимость работать и зарабатывать деньги для семьи наравне с мужем. Подавляющее большинство респондентов (97%) отмечают, что воспитанием детей должны заниматься оба родителя.

Большинство респондентов выразили желание иметь в среднем двух или трёх

детей. Из них 50% имеют уже детей в среднем в возрасте до трёх лет. Ни один респондент не отметил необходимость иметь детей в связи с открывающимися возможностями, связанные с материнским капиталом (получение земли, покрытие ипотеки и т.д.), при этом все респонденты отметили жилищные проблемы и планы по покупке или строительству своего жилья.

Полученные результаты исследований двух периодов показывают, что произошли изменения в семейных ценностях молодежи республики. Все большее количество респондентов нацелено на создание семьи и рассматривают эту позицию, прежде всего, в качестве определяющей в успешной реализации профессиональной карьеры. Необходимо отметить, что такой позиции придерживались в большей степени студенты, ориентированные на работу в органах государственной власти и муниципального уровня. При этом большинство респондентов обеих групп (имеющих опыт семейной жизни (в зарегистрированном и гражданском браке) и неженатые/незамужние респонденты) ориентированы на семью с двумя и тремя детьми. Подавляющее большинство респондентов полагает, что воспитанием детей должны заниматься оба супруга. Результаты исследований показали ориентированность молодого поколения к семейным ценностям и формированию позитивной семейной идентичности у молодых россиян.

1. Семья и дети [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение». URL: http://fom.ru/Rabota-i-dom/11315 (дата обращения: 30.06.2014).

2. Чем мы дорожим? О самом важном в жизни россиян [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение». URL: http://fom.ru/TSennosti/10994 (дата обращения: 30.06.2014).

References

1. Semja i deti [Family and children] // Fond «Obshhestvennoe mnenie» ["Public Opinion" Fund]. Available at: http://fom.ru/Rabota-i-dom/11315 (accessed: 30.06.2014) [in Rus].

2. Chem my dorozhim? O samom vazhnom v zhizni rossijan [What do we value? About the most important in Russians life] // Fond «Obshhestvennoe mnenie» ["Public Opinion" Fund]. Available at: http://fom.ru/TSennosti/10994 (accessed: 30.06.2014) [in Rus].

UDC 316.356.2/316.752

FAMILY IDENTITY OF THE MODERN RUSSIAN YOUTH (BASED ON THE SOCIOLOGICAL RESEARCH IN THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN)

Kamalova Guldar Rashitovna,
Bashkir Academy of Public Service and Administration under the President of the Republic of Bashkortostan,
Department Chair of Political Science, Sociology and Philosophy,
Associate Professor,
Cand. Sc. (Political Science),
Ufa, Russia.
E-mail: guldar@mail.ru

Annotation
The article deals with family values, which are formed at the modern Russian youth; the analysis of the formation of family identity among the younger generation of Russians is conducted on the results of the sociological research of youth of the Republic of Bashkortostan, which was realized in 2008 and 2014.

Key concepts:
family identity,
family values,
youth, Republic of Bashkortostan.