

ГЕНДЕРНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СОЦИАЛЬНОЙ СОЛИДАРНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ГОРОДЕ

Социальная солидарность — это система идей, позволяющих социальной системе развиваться в определенном направлении. Кризисные явления во всех сферах жизни общества заставляют нас говорить о том, что изменяются и формы единства людей. Идеологические основы социальной солидарности во многом являются базисом для дальнейшего развития общества.

Солидарность (от фр. *solidarité*) — общность интересов, единомыслие, единодушие, взаимозависимость, совместная ответственность. Солидарность можно определить как принцип социального существования, предполагающий объединение ресурсов и возможностей субъектов отношений для достижения общих целей, при этом интересы каждого из субъектов находятся в равновесии с интересами общности.

Солидарность следует рассматривать как механизм социальной саморегуляции, самосохранения и саморазвития коллективного организма, который позволяет максимально использовать возможности всех членов общества для индивидуального и всеобщего блага. Солидарность свойственна любому обществу (без социальной солидарности общество распадается и разрушается), но в различные моменты истории ей присущи уникальные характеристики, определяющие степень сплоченности и единства населения в разных социально-пространственных сферах и отношениях.

Особые формы проявления социальной солидарности приобретает в локальном пространстве конкретного города. Городская среда — это не только физическое окружение, но и уровень развитости информационного обмена, характер господствующей символики, отношение человека к ближайшему социальному окружению. Эта среда открывает множество перспектив и возможностей, в то же время требуя от человека максимума осмотрительности, способности к психофизической, интеллектуальной и социальной адаптации в постоянно меняющихся условиях, ситуациях. Городское пространство представляет собой уникальную среду, формирующую у человека своеобразную стратегию поведения. С увеличением степени урбанизированности возрастает и сила влияния городских условий на человека. Мы полагаем, что, рассматривая формы социальной солидарности в российских городах, можно проследить формы социального изменения ментально-культурного пространства общественного социума России.

Описание и понимание символических изменений социальных реалий, выраженных в изменении различных форм социальной солидарности, позволяет понять и проанализировать причины и следствия современных событий. Особенно неоднозначно идет восприятие социальной сплоченности у мужчин и женщин, т. к. их интерпретация социальных процессов не имеет однозначного смысла: этот смысл «разлит» в конкретном времени и пространстве, задан конкретными социальными и гендерными ролями, которые они выполняют, поэтому важно рассматривать не абстрактные символические структуры, отраженные в социальном пространстве, а конкретные формы и значения, которые они приобретают в различные временные отрезки для мужчин и женщин в отдельности. Благодаря этим системам

© Полюшкевич О. А., 2010

Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта Президента РФ МК-385.2009.6 (руководитель проекта — канд. филос. наук, доц. О. А. Полюшкевич) и гранта АВЦП Рособразования № 2.1.3/1260 (руководитель проекта — д-р филос. наук, проф. О. А. Кармадонов).

формируются новые модели социальных действий и отношений, отражающих новые конфигурации социальной солидарности общества.

Методология и методика исследования

Исследование включало в себя два этапа. Первый состоял в проведении фокус-группового исследования в разных городах России (Москва, Одинцово, Иркутск, Ангарск и Шелехово) с целью выяснения представлений россиян о социальной солидарности. Всего было проведено десять фокус-групп, в них приняли участие 86 человек — 46 женщин и 40 мужчин в возрасте от 18 до 60 лет. В результате мы получили материал, позволяющий судить об общественном сознании россиян, их социальных представлениях и ценностных ориентациях. Это выявлялось через ориентацию на ценности адаптации, социализации и индивидуализации.

На втором этапе для исследования гендерной дифференциации представлений о социальной солидарности в современном российском городе использовалась методика трансимволического анализа. Трансимволический анализ исходит из предположения о том, что социальная реальность структурируется и описывается в троичной системе: когнитивный символ (существительное), аффективный символ (прилагательное) и деятельностный символ (глагол). Структура символической триады конкретна и верифицируема, отражает комплексное единство символов, формирующих определенную коннотацию — в нашем случае различную у мужчин и женщин. (Более подробно см. исследования О. А. Кармадонова, например [7].)

Для этого при помощи контент-анализа выявлялись наиболее частотные категории, встречающиеся в нарративах участников фокус-групп. Были использованы стандартизированные процедуры поиска, учета и подсчета количественных показателей, отражающих существенные смысловые стороны изучаемого явления. Исследуемые параметры: частота упоминания (индекс F_m), объем внимания (индекс V_a), общий оценочный контекст (+/-). Мы рассматривали в качестве единиц анализа такие категории, как «сплоченность», «солидарность» и «единство».

Обсуждение результатов исследования

В ходе исследования мы выявили, что *процессы социальной солидарности* не такое однозначное понятие. Оно включает в себя несколько разнообразных смыслов и контекстов, прежде всего заложенных культурально, благодаря *системе образования, политическим условиям, экономическим условиям, ценностно-культурным основаниям*.

Причем мнения мужчин и женщин во всех группах разделились в области доминирования и последовательности выделенных направлений. Если мужчины полагали, что социальная солидарность в большей степени формируется благодаря *политической воле, решениям политиков, идеологии власти*, т. е. всему тому, что мы назвали политическими условиями (41 %), то только 22 % женщин были согласны с этим мнением: для них данный фактор стоит на третьем месте. На втором месте у мужчин выявляются ценностно-культурные условия (27 %), у женщин они занимают четвертое место (16 %). В них мы включили такие ответы респондентов, как *исторические традиции, менталитет народа, восприятие власти как высшей силы, знающей как «надо» и как «правильно»*. Экономические условия у мужчин стоят на третьем месте (22 %), тогда как у женщин они занимают первое место (37 %), к ним мы отнесли такие ответы респондентов, как *экономические реформы, достаток людей, наличие работы, возможность обеспечить семью*. На последнем месте у мужчин (10 %) и на втором месте у женщин (25 %) стоит система образования, к ней относятся такие суждения: *возможность получения образования, качество образования, доступность образования, перспективы образования* (рис. 1).

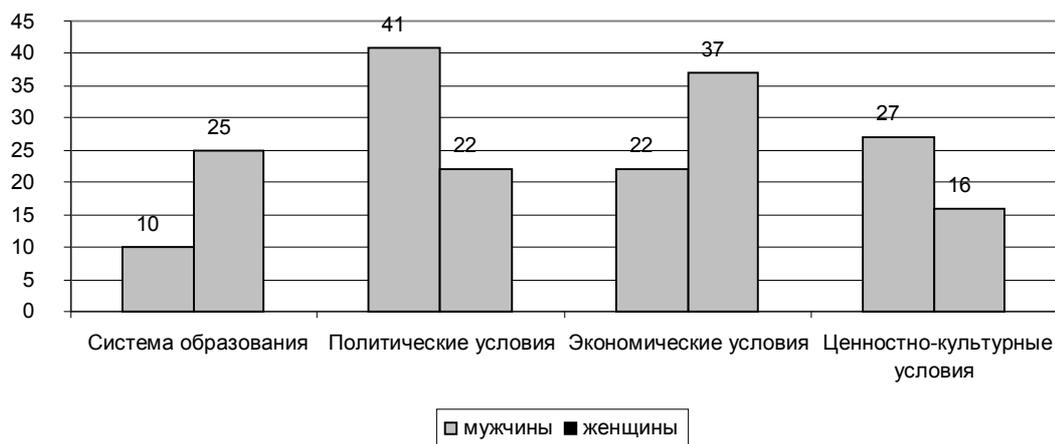


Рис. 1. Условия, по мнению участников исследования влияющие на формирование солидарности в обществе, %

Разницу в восприятии влияния разнообразных условий на общество можно объяснить именно гендерными стереотипами, доминирующими в социальной среде. Один и тот же фактор оценивается по-разному в зависимости от пола респондента, а следовательно, в зависимости от социальных ролей и социального опыта, который уже есть за его плечами. Он усваивается в процессе социализации, через родителей, друзей, средства массовой информации, общественные институты и др.

Современное общество рассматривает гендерные стереотипы как истину, как социальный консенсус в решении проблем, когда нет однозначно правильного ответа и объективных критериев. По мнению Ф. Л. Джеймс [5], гендерные стереотипы являются истинными, трансформируются в ценности и формируют нормативные образы «истинной» мужественности и женственности и соответствующих им норм и правил поведения.

На наш взгляд, мужчины отдают предпочтение политическим и ценностно-культурным условиям потому, что власть и традиции всегда закрепляли силу и доминирующую позицию за мужчиной. Политические решения принимались с позиции мужчин, и затем закреплялись культурно-традиционной символикой. Подтверждением тому могут служить исследования Е. А. Здравомысловой и А. А. Темкиной [6], Е. Ю. Мещеркиной [8], Т. Л. Михайловой [9], Т. Б. Рябовой [10], А. С. Синельникова [11] и других. В современном обществе на бессознательном уровне действуют те же факторы, поэтому мужчины ориентируются на власть и традицию. Женщины в большей степени выделяют экономические условия и систему образования — как ключевые факторы формирования социальной солидарности. Это объясняется тем, что данные условия наиболее влияют на повседневные практики женщин в семье: воспитание детей, получение ими образования, распределение финансов семьи.

Как для мужчин, так и для женщин — если не происходит удовлетворения того или иного условия, важного для них — характерна проекция недовольства, неудовлетворенности на социальные позиции и роли в обществе. Например, участники фокус-групп говорили следующее: *Если нет сильного лидера, то в стране не будет стабильности и сплоченности, а простым мужикам тяжело семью обеспечивать* (Михаил, 39 лет), *Только политическая воля может сплотить весь народ и дать ему возможность жить хорошо: семью обеспечить и делом нужным заниматься* (Константин, 28 лет), *Если экономические реформы приведут страну к стабильности, то и народ будет доволен и будет поддерживать власть, будет больше думать о семье и детях, а не о том, где бы подкалымить* (Марина, 44 г.), *Когда экономические преобразования приведут страну к стабильности, то и детей будут больше рожать, и работать будут больше* (Анна, 23 г.), *Если хорошее образование не всем сегодня доступно, то и объединяться люди будут совсем по другим основаниям: по статусу,*

образованию, профессиональной принадлежности, а не как в советское время — по принципу проживания в нашей стране, сейчас времена изменились (Ольга, 34 г.). Данные суждения говорят о неких общих универсальных сферах, удовлетворение или неудовлетворение которыми может привести население к сплочению. И мужчины и женщины судят со своей позиции, учитывая, как внешняя обстановка будет отражаться на их жизни и их социальных ролях (в том числе и гендерных). И тут включаются именно культуральные предпосылки, обуславливающие поведение и образ мыслей людей.

Мы выделили несколько типов ценностных ориентаций участников исследования, определяющих факторы социальной солидарности. Они зависят не только от пола, но и от возраста респондентов.

К типу «адаптирующихся» с ориентацией на *социальный порядок* и *стабильность*, *здоровье* и *материальный достаток* можно отнести 44 % женщин и 26 % мужчин. К типу «социализирующихся» с ориентацией на *семью*, *карьеру* и *общественное признание* ориентировано 30 % женщин и 32 % мужчин. К типу «индивидуализирующихся» с ориентацией на *самореализацию*, *свободу* и *терпимость* ориентировано 26 % женщин и 42 % мужчин (рис. 2).



Рис. 2. Распределение ценностных ориентаций у мужчин и женщин, %

Как видно из рис. 2, значение ценностей адаптации для мужчин с возрастом увеличивается, для женщин — ярко выражено в возрасте до 35 лет, в другие периоды относительно стабильно. Мы объясняем это тем, что, хотя материальный достаток и стабильность важны для всех, мужчина может на протяжении всей жизни приобретать «ресурсы» привлекательности, будь то карьера, материальные символы (машина, квартира, дача) и др., потому что современное общество ориентировано на успешного мужчину, добивающегося социально одобряемых позиций и приоритетов. Такой тип поведения репрезентируется через рекламу и фильмы, книги и музыку. Тогда как успешный образ женщины — иной, т. к. ее личное социальное время для получения желаемого статуса, положения и адаптации в обществе ограничено. Оно определяется ее внешними данными и возрастом (по современным представлениям, женщины более эффектны в молодом возрасте, об этом говорит все та же реклама «Будь молода и здорова», «Ты этого достойна» и т. д.), а также уровнем образования (где и на кого училась). Поэтому если женщина не добилась определенного статуса и положения до 35 лет, то, по мнению респондентов, в дальнейшем ей это сделать значительно сложнее. Более подробно эти процессы рассматриваются в исследованиях А. А. Альчук [3], Н. И. Ажгихиной [1, 2], М. В. Томской [12] и других.

Представители данной группы в большей степени воспринимают социальную солидарность как способ выражения воли и результат деятельности властей, лично они лишь приспособляются, встраиваются в те или иные условия — главное, чтобы правила были для них понятны. Например: *Когда власть делает свое дело, а ты делаешь свое, то все довольны, и тогда и стабильность, и согласие будет* (Никита, 29 лет), *Нынешняя власть дает*

возможность жить «в рамках», но одобряемых всеми рамками, благодаря этому можешь получить все, что нужно (Анастасия, 36 лет), *Пока есть возможность занять лучшее место под солнцем, надо это делать и не особо бунтовать, а когда возможностей не будет, тогда уже можно и показать свое несогласие* (Альбина, 29 лет).

Ценности социализации стабильны и практически одинаковы у мужчин и женщин. Мы полагаем, что тут сказывается роль традиционных ценностей, доминирующих в общественном сознании, т. к. семья, карьера и социальное признание — это то, на что ориентирована жизнь большинства населения нашей страны. Об этом же говорят исследования В. А. Ядова [14], а также опросы Фонда общественного мнения [13].

Солидарность для этой группы выступает залогом их признания, это не индивидуалисты, они ратуют за коллективные успехи и стабильное развитие. Единство народа и его сплоченность являются показателем эффективности или неэффективности деятельности властей. Например: *Если у тебя есть семья, дети, то бунтовать против власти нелепо* (Мария, 47 лет), *Если есть обязательства перед близкими людьми, то их необходимо соблюдать, а это будет невозможно, если в обществе не будет согласия* (Анатолий, 41 г.), *Если ты уважаем в обществе, тебя ценят на работе, у тебя семья, то, значит, все правильно ты делаешь и надо поддерживать и объединять вокруг себя таких же успешных людей* (Никита, 34 г.).

Ценности индивидуализации, о которых все чаще говорится в СМИ и повседневной жизни, на практике становятся более доступны для мужчин (причем чем старше мужчина, тем у него больше возможностей) и лишь для молодых женщин (до 35 лет). Чем старше становится женщина, тем тяжелее ей найти возможность, время и условия для выражения своей индивидуальности и реализовать свободу выбора, т. к. на женщинах лежит основная забота о семье и детях, они ограничены «стеклянным потолком», более низкой заработной платой, чем у мужчин, и др. (подробнее см. в работе А. А. Денисовой [4]).

Тем не менее восприятие солидарности представителями этой группы также отличается: они ее воспринимают как терпимость к самовыражению, к уважению других за то, что они другие. Для них солидарность — это многообразие. Например: *Солидарность — это единство в многообразии* (Надежда, 56 лет), *Солидарность — это чувство единства с близкими по духу людьми* (Максим, 22 г.), *Сплоченность населения возможна тогда, когда у него будут все возможности для самовыражения* (Ольга, 39 лет).

С возрастом увеличивается доля людей, ориентированных на ценности адаптации, за счет уменьшения процента в других типах. Более молодые участники исследования существенно реже ориентировались на ценности адаптации и чаще — на ценности социализации и индивидуализации, чем люди старшего возраста. Они в большей степени ориентируются на постматериалистические ценности, нежели представители более старшего возраста, вне зависимости от пола. Это вполне закономерно и объяснимо: в молодости человек строит планы на жизнь, на получение образования, карьеру, индивидуальное развитие и самореализацию, построение семьи и рождение детей; в среднем возрасте он осуществляет свои планы, позднее — оценивает себя и окружающее исходя из реализованного и достигнутого им. Распределение ценностных типов у мужчин и женщин в соответствии с возрастом представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Представленность ценностных типов у мужчин и женщин
в разных возрастных группах, %**

Ценности	18—35 лет		36—50 лет		51 г. и старше	
	М	Ж	М	Ж	М	Ж
адаптации	20	27	34	33	46	40
социализации	28	25	37	36	35	39
индивидуализации	39	69	38	9	23	22

Данные, полученные при помощи методики транссимволического анализа, подтверждают и более полно раскрывают установленные закономерности. По анализируемым категориям выявлены более 440 единиц анализа, которые были сведены в несколько переменных, или категорий анализа. Когнитивные символы характеризуют то, что именно происходит в жизни, как выражается социальная солидарность; аффективные символы определяют сферы ее реализации; деятельностные символы показывают оценку реализации. Полученные результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Три наиболее значимые символические триады оценки социальной сплоченности, солидарности и единства

Категория	Символические триады	
	Мужчины	Женщины
Сплоченность	<i>Идеология (67 %) — партийная (64 %) — соединяет (63 %). Менталитет (62 %) — русский (59 %) — формирует (56 %). Реформы (57 %) — политические (55 %) — изменяют (54 %)</i>	<i>Благополучие (64 %) — финансовое (62 %) — укрепляет (60 %). Достаток (63 %) — семейный (61 %) — определяет (59 %). Воля (58 %) — политическая (57 %) — направляет (54 %)</i>
Солидарность	<i>Воля (71 %) — политическая (69 %) — объединяет (65 %). Традиции (66 %) — исторические (62 %) — определяют (57 %). Условия (54 %) — идеологические (52 %) — создают (50 %)</i>	<i>Уровень жизни (60 %) — российский (57 %) — формирует (51 %). Качество образования (49 %) — российское (47 %) — определяет (45 %). Идеология (50 %) — властная (46 %) — изменяет (44 %)</i>
Единство	<i>Братство (65 %) — народное (62 %) — изменяет (60 %). Власть (54 %) — исконная (53 %) — управляет (52 %). Традиции (55 %) — народные (51 %) — возрождаются (50 %)</i>	<i>Доступность образования (58 %) — народная (56 %) — изменяет (53 %). Власть (54 %) — политическая (50 %) — формирует (47 %). Традиции (53 %) — культурные (50 %) — определяют (46 %)</i>

Как видно из табл. 2, когнитивные символы в анализе социальной сплоченности у мужчин ориентированы на внешние культурно-политические факторы (идеология, менталитет, реформы), у женщин — на лично-политические (благополучие, достаток, воля). Аффективные символы у мужчин выражены национально-политическими контекстами (партийная, русский, политический), у женщин — семейно-экономическими (финансовая, семейный, политический). Деятельностные символы у мужчин отражают динамический характер (соединяет, формирует, изменяет), у женщин — более стабильный характер (укрепляет, определяет, направляет).

Солидарность у мужчин определяется традиционными идеолого-политическими когнитивными символами (воля, традиции, условия), у женщин — более социально обусловленными символами (уровень жизни, качество образования, идеология). Аффективные символы у мужчин носят также яркий идеолого-политический контекст (политические, исторические, идеологические), у женщин — национально-политический (российский, властная). Деятельностные символы у мужчин выражаются в социально-устойчивых категориях (объединяет, определяет, создают), у женщин — в социально-изменяемых (формирует, определяет, изменяет).

Единство выражается у мужчин в традиционно-политических когнитивных символах (братство, власть, традиции), у женщин — в социально-традиционных (доступность образования, власть, традиции). Аффективные символы носят яркий традиционный характер и у мужчин (народные, исконные), и у женщин (народная,

политическая, культурные). Деятельностные символы у мужчин выражаются в *восстановлении* былого единства (*изменяет, управляет, возрождается*), а у женщин — в *формировании* нового единства (*изменяет, формирует, определяет*).

Таким образом, транссимволический анализ показывает изменения в более глубинном слое представлений о социальной сплоченности, а также динамику развития культуральных традиций восприятия социальной солидарности. Когнитивные символы (как воспринимается ситуация) у мужчин имеют культурно-идеологическую и политическую направленность, тогда как у женщин — социальную, т. е. мужчины ориентируются на внешние формы обобщения знаний, а женщины — на практику, личный опыт. Сфера самореализации на аффективном уровне воспринимается мужчинами в традиционном аспекте, женщинами — также, с опорой на национальные семейные ценности. Т. е. кардинального изменения положения дел по гендерному вопросу вряд ли стоит ожидать, но трансформация взглядов представителей разных полов на свои роль и место в обществе уже происходит. Оценка солидарности в рамках деятельностных символов у мужчин выражается в динамических, но социально-устойчивых ориентациях на восстановление прошлого опыта (ориентация на прошлое), у женщин — в стабильных ориентациях на формирование нового опыта, стиля жизни, образа мира и т. д. (ориентация на будущее). По нашему мнению, стратегия женщин более перспективна и устойчива к социальным и личностным изменениям, а значит, они более адаптированы к внешним изменениям, чем мужчины. Особенно четко это прослеживается в современном трансформирующемся обществе.

Представленные данные говорят о том, что современные процессы эмансипации лишь обозначают возможные пути трансформации нашего общества. Ориентация женщин на стабильное, постепенное изменение социальной реальности в дальнейшем может изменить социальный порядок. Действие гендерных стереотипов социально обусловлено, и если рождается социально востребованная альтернатива, то она находит конкретную практическую реализацию — в новых нормах, шаблонах и правилах поведения. Сегодня мы можем констатировать, что на уровне общественного сознания происходит серьезная трансформация социального поведения. Восприятие процессов социальной солидарности через *сплоченность, солидарность и единство* тому яркое свидетельство.

Библиографический список

1. *Ажгихина Н. И.* Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // Женщины: свобода слова и творчества : сб. ст. М. : Эслан, 2001. С. 5—22.
2. *Ажгихина Н. И.* «Железная леди» или Баба Яга? «Женская тема» в современной российской прессе // Материалы Первой Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям «ВАЛДАЙ-96». М. : МЦГИ, 1997. С. 43—46.
3. *Альчук А. А.* Метаморфозы образа женщины в русской рекламе // Гендерные исследования / Харьковский центр гендерных исследований. 1998. № 1. С. 255—261.
4. *Денисова А. А.* Стеклоплатформы // Словарь гендерных терминов. М. : Информация, XXI век, 2002. 255 с.
5. *Джеймс Ф. Л.* Самоисполняющееся пророчество: гендер с социально-психологической точки зрения. СПб. : Питер, 2001. С. 144—161.
6. *Здравомыслова Е. А., Темкина А. А.* Социальная конструкция гендера и гендерная система в России // Феминизм и гендерные исследования : хрестоматия / под общ. ред. В. И. Успенской. Тверь : Тверской центр гендерных исследований, 1999. С. 83—90.
7. *Кармадонов О. А.* «Символ» в эмпирических исследованиях: опыт зарубежных социологов // Социол. исслед. 2004. № 6. С. 130—138.
8. *Мещеркина Е. Ю.* «Зазеркалье» гендерных стереотипов // Вы и мы. 1997. № 1. С. 19—22.
9. *Михайлова Т. Л.* Система иерархии полов и типы рациональности // Женщины. Духовные ценности. Мир. XXI век / ред. З. Х. Саралиева. Н. Новгород : ННГУ, 1997. С. 112—136.
10. *Рябова Т. Б.* Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. 2003. Т. 5, вып. 1/2. С. 120—139.

11. Синельников А. С. Поощрение и наказание. Мужчина и патриархатная власть // Преображение : феминист. журн. 1997. № 5. С. 3—16.
12. Томская М. В. Гендерный аспект рекламы : (на материале социальных рекламных текстов) // Материалы летней школы «Общество и гендер». Рязань : Поверенный, 2003. URL: <http://www.gender-cent.ryazan.ru/tomskaaya.htm> (дата обращения: 06.06.2010).
13. ФОМ. Существует ли в России гражданское общество? URL: <http://bd.fom.ru/report/cat/notcomm/d010260> (дата обращения: 06.06.2010).
14. Ядов В. А. К вопросу о национальных особенностях модернизации российского общества. URL: <http://www.polit.ru/science/2010/02/16/yadov.html> (дата обращения: 06.06.2010).