

Трансформация семьи в начале XXI века: сравнительный анализ концепта «чайлдфри» в зарубежном и российском интернет-пространстве.

Научный руководитель – Козлов Вадим Евгеньевич

Замолдинова Роза Ильдаровна

Студент (бакалавр)

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт международных отношений, истории и востоковедения, Казань, Россия

E-mail: marionetka.hanagumi@yandex.ru

Одним из современных феноменов, демонстрирующих трансформацию семейных ценностей, стала идеология «чайлдфри». Этот концепт отношений бросает вызов традиционной семье с ее базовой функцией демографического воспроизводства.

В данной работе рассматриваются вопросы, связанные с социально-демографической идеологией - чайлдфри, рассмотренной в виде сравнительного анализа российских и зарубежных тематических интернет-сообществ.

Проанализировав литературу, можно сказать, что лишь незначительное количество работ посвящено изучению данной идеологии. К тому же, подробного анализа и информации касательно «работы» субкультуры в сети Интернет, а тем более в сравнении с западным движением - нет.

В русскоязычном интернет-пространстве была выбрана самая крупная группа с приверженцами данной идеологии в сети «ВКонтакте» «**Подслушано Чайлдфри**». То же касается первого сообщества, посвященного субкультуре, - «**ru_childfree**» (Сообщество русскоязычных чайлдфри).

Говоря о распространенности идеи на Западе, то для анализа были выбраны такие социальные сети, как: «**NoKidding!**», «**childfree.net**». А также сообщество «**ChildfreeHumor**» в сети Facebook.

Так, у русскоязычных чайлдфри социальная активность сводится, в основном, к ведению групп и страничек в популярных социальных сетях (Vkontakte.ru и LiveJournal.com). Первое русскоязычное крупное сообщество было создано еще в 2004 году в «**ЖЖ**», которым более **5 тысяч** участников. А в группе «**Подслушано Чайлдфри**» на декабрь **2016 г.** состоит более **43.500** подписчиков. Однако у них нет одного руководителя, который бы следил за активностью в сетях: в русскоязычном интернет-пространстве сколько сообществ, столько и администраторов. Так же нет и ресурсного информационного центра, откуда бы новичкам подсказывали и давали базовую информацию.

По-другому обстоят дела на западе. У участников есть сообщества и группы, однако они не предоставляют информацию об идеологии, а занимаются созданием популярных на сегодняшний день демотиваторов (картинки и фото с демотивирующими надписями) и мемов (культурный репликатор). То есть, участниками таких сообществ являются люди, уже заведомо знакомые с идеологией (в группе «**ChildfreeHumor**» более **40 тысяч** подписчиков на сайте Facebook). И вступают они в эти сообщества не для получения информативной составляющей, а для развлечения.

Но у представителей из США есть сайты-клубы (в отличие от русскоязычных, где эта информация комбинируется и компилируется), позволяющая разделить их по тематике: сайты знакомств, история появления идеологии, юмор и т.д.

Проанализировав контентную составляющую российских групп, необходимо отметить особую сплоченность их членов. Об этом говорит так же *Грицай Л. А.*, когда проводила

опрос среди приверженцев субкультуры.[1] По ее мнению, чайлдфри стремятся огородить себя от мира, создать свое собственное общество, вследствие чего занимаются пропагандой образа жизни свободного от детей. Из-за закрытости их общества и возникает навязчивая идея, что миру необходимо, что бы ты родил, отсюда желание видеть во всем некое ущемление своих прав.

В целом, российские группы характеризуются более жестким и агрессивным поведением, когда как западные сторонники идеологии более сдержанны. Показателем такого агрессивного поведения является факт закрытия самой первой и многочисленной группы, посвященной чайлдфри «Вконтакте».

Но существует ли *собирательный образ* человека-чайлдфри? Анализ исследований контингента чайлдфри показал, что эти люди более успешны в своих профессиональных устремлениях. Чайлдфри-пары самостоятельны в финансовом плане, проживают в крупных городах, менее религиозны и чаще всего не признают традиционные обычаи и роли.

В Американском сообществе чайлдфри «такие же»: женщины так же преобладают в численном соотношении, но только на просторах Интернета, однако, если верить социологическим опросам, то мужчин, не желающих иметь детей, в стране все же больше. Хотя мужчины-чайлдфри в Америке характеризуются в среднем более низкими уровнями дохода и образования. Говоря об образовании, то больше тех, кто закончил бакалавриат или получил степень выше. Также большинство чайлдфри составляет те, кто родился в США, а не мигрировал впоследствии. [2] И в Американском сообществе (в отличии от Российского) больше тех, кому уже за 40 лет.

Для того, чтобы узнать, как и по каким причинам люди вступают в эти сообщества, мы провели опрос, в ходе которого представителям российского и зарубежного сообщества был задан единственный вопрос: «*Как вы примкнули к субкультуре чайлдфри?*», просили ответить на него максимально развернуто. Он задавался по-рандомному принципу (случайная выборка): в не зависимости от пола, возраста (единственное возрастное ограничение - от 18 лет), места жительства и семейного положения. Так, среди 15 респондентов российского и 15 - американского сообщества, были такие ответы, как: «прочитал статью в Интернете», «рассказали знакомые/друзья», «увидел телепередачу» и др. Но среди ответов было одно общее сходство:

- У тех, кто состоит в российском сообществе, ответ в большинстве своем опирается на «личный опыт» - сначала человек узнал о сообществе, потом понял, что также придерживается этой идеологии. *Сообщество* выступает как источник распространения и привлечения новых сторонников;

- У западных же последователей все немного по-другому: поначалу они могут и не быть ознакомлены о сути или об идеологии вообще, они просто не обзаводятся детьми, пока, скорее всего, им не зададут личностный вопрос, касающийся детей. И, желая доказать другим, и себе, в первую очередь, что это не отклонение, а норма, и что можно всегда найти тех, кто поддержит (по крайней мере, в Сети) - люди приходят в это сообщество. Здесь *сообщество* - тоже источник, но уже подтверждения и так устоявшейся идеологии.

Таким образом, при анализе западного и русского чайлдфри сообщества в Интернете можно сделать следующие *выводы*:

- Основная цель создания американского веб-сайта чайлдфри — общение и проведение совместного досуга, для российских чайлдфри Интернет-сообщество - место, где они могут «слить» негативную энергию и информацию о детях;

- Какого-либо движения под названием чайлдфри в России не существует, так как нет ни одного признака данного движения - нет лидера, нет структуры организации, нет устава и налаженной сети общения.

Это и есть самое главное отличие от запада - то, что в России чайлдфри существует

только в виртуальном пространстве, в отличие от Америки, где чайлдфри официально зарегистрированная организация.

Источники и литература

- 1) Грицай Л. А. Некоторые аспекты научного изучения феномена «чайлдфри» // Культура и образование. 2013. Октябрь. № 2. URL: <http://vestnik-rzi.ru/2013/10/1003>
- 2) DeAnna L. Gore. I Don't Want Any Children...Ever: Gender Differences in Voluntary Childlessness in the US. 2002. URL: <http://paa2008.princeton.edu/papers/80315>