

УДК 316.665.5

СОЦИАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОЛО-РОЛЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ОДИНОКИХ ЖЕНЩИН

Романова Н.П., канд. социологических наук, доцент
Читинский государственный университет

В статье предпринята попытка моделирования поло-ролевого поведения одиноких женщин. Эта попытка реализована путем анализа социально-демографических характеристик социальной группы одиноких женщин, контент-анализа брачных объявлений, а также анализа признаков, определяющих их поло-ролевое поведение.

This article endeavors to pattern gender role behavior referring to lonely females. This endeavor was put into effect by the analysis of social-demographic features of lonely female group, by the content-analysis of marriage advertisements and the analysis of the basis, determining female gender-appropriate social roles.

Социальное моделирование поло-ролевого поведения одиноких женщин реализовано путем анализа социально-демографических характеристик исследуемой социальной группы женщин, контент-анализа брачных объявлений, а также анализа признаков, определяющих их поло-ролевое поведение. Фактическая информация, положенная в основу моделирования, получена нами при анализе женских брачных объявлений. Проведенное исследование позволило выявить пять основных моделей одиноких женщин в их брачных установках. В качестве основного критерия при моделировании выбран возраст женщины, что позволяет проследить трансформацию их поло-ролевого поведения практически во всем возрастном диапазоне.

В эмпирических исследованиях в социологии и социальной психологии под типом личности понимают сконструированные с помощью определенной методики группы, с признаками которых соотносят показатели обследуемого лица, с тем чтобы отнести его к той или иной категории. Обращение исследователей к проблемам типологизации личности обусловлено потребностью прогнозировать ее поведение и развитие, а также необходимостью разработки наиболее оптимальных вариантов ее обучения и воспитания.

Типы личности – модели (исследовательские схемы) личности, используются в социологии в качестве образов, основ для группировки при описании, классификации, упорядочении, изучении различных множеств индивидов (личностей).

В общей массе женских брачных объявлений можно выделить три преобладающих стиля: "деловые" – их 61,2 % от всей выборки, "рекламные" (25,8 %) и "мелодраматические" (13 %). К "деловым" мы отнесли четко построенные лаконичные объявления с ясно сформулированной целью. Например: "Женщина, приятной внешности, 44/165, без в/п, имеющая дочь 10 лет, для создания семьи познакомится с мужчиной до 55 лет, материально обеспеченным, образованным и порядочным, в/п в меру, не пьющим, не судимым".

К разряду "рекламных" мы отнесли объявления с обилием внешних данных, представленных часто с завышенной самооценкой, например, "Симпатичная обладательница изумительной фигуры, длинных волос, красивых ног, соблазнительной походки, 21 г., желает познакомиться..."

К "мелодраматическим" отнесены объявления типа "Знаю, что ты также грустишь от одиночества. Благородный, добрый, ласковый, тоскующий по милой подруге, напиши мне!" Не рассуждая здесь о целевой эффективности названных стилей объявлений, отметим, что для их анализа наименее пригодными оказались "мелодраматические".

Для систематизации и анализа данных были разработаны кодировочные карты, включающие в общей сложности 133 смысловых единицы текста объявлений. Кодировочные карты построены по тематическому принципу, каждая из них объединяет ряд близких смысловых признаков и образует тематическую рубрику. Иногда один признак карты объединял две-три очень близкие смысловые единицы текста. Для обобщенной модели "Она" мы установили шесть тематических рубрик (табл. 1): "Материальное положение", "Внешние данные", "Личностные качества", "Семейное поло-

Таблица 1

**Основные категории и признаки, используемые респондентками
при самооценке в брачных объявлениях**

Материальное положение			Внешние данные		
Признаки	%	Ранг	Признаки	%	Ранг
Материально не обеспеченная	2,4	4	Приятной внешности	18,8	2
Материально обеспеченная	17,7	2	Нормальной внешности	10,3	8
Наличие автомашины	1,2	5	Не склонная к полноте	2,8	13
Наличие квартиры	20,2	1	Приятной полноты	10,1	9
Наличие дачи	4,5	6	Симпатичная	18,9	1
Жилья нет	1,0	3	Стройная	12,8	6
Личностные качества			Привлекат. внешн.	16,3	3
Признаки	%	Ранг	Обаятельная	14,6	4
Порядочная	12,5	2	Красивая	4,1	11
Надежная	2,6	8	Интересная	3,2	12
Хорошая хозяйка	8,3	4	Обыкновенной внешности	8,3	10
Верная	13,0	1	Цвет глаз	10,6	7
Скромная	1,2	10	Цвет волос	13,7	5
Не глупая	1,5	9	Не дурнушка	0,6	14
Доброжелательная	1,1	11	Наличие детей		
Добрая	11,6	3	Признаки	%	Ранг
Сентиментальная	3,7	6	Один ребенок	20,7	1
Нежная, ласковая	5,6	5	Два ребенка	6,5	3
Жизнерадостная	3,3	7	Более двух детей	0,4	5
Семейное положение			Детей нет	20,5	2
Признаки	%	Ранг	Дети взрослые, живут отдельно	3,5	4
Замужем	5,1	5	Прочие		
Разведена	10,3	2	Признаки	%	Ранг
Вдова	8,1	3	Образование	15,6	3
Замужем не была	6,2	4	Профессия	4,5	4
Одинокая до вступления в брак	14,6	1	Возраст	91	1
			Знак зодиака	21,3	2

жение", "Наличие детей", "Прочие". Для характеристики обобщенной модели "Он" также использованы шесть рубрик (табл. 2): "Материальное положение", "Внешние данные", "Личностные качества", "Уровень развития", "Негативные качества" и "Прочие". Второй координатой всех кодировочных карт являлись возрастные группы респонденток.

В процессе анализа каждое объявление расчленялось на ряд признаков, которые заносились в названные кодировочные карты в соответствии с возрастными группами респонденток. Таким образом, каждое объявление в определенной мере унифицировалось, что создавало возможность для их последующей статистической обработки.

Сложности анализа заключались в том, что по обычно короткому тексту объявления (4-5 строк) трудно было выделить типичные признаки. Затруднения возникали и при кодировке даже таких простых признаков, как возраст, так как он не всегда указывался или точная цифра заменялась абстрактными понятиями: "средний", "пожилой", "бальзаковский" и т.п. Однако в большинстве таких случаев назывался желательный возраст мужчины, что позволяло отнести (закодировать) возраст респондентки на ступень (пять лет) ниже, чем у мужчины.

Наиболее сложно оказалось кодировать психологические черты личности, особенно если они описываются следующим образом: "Ничто человеческое мне не чуждо", "Я то плачу, то смеюсь", "Совкам не писать" и т.д.

В нашей работе [1] дается детальный анализ всех основных признаков, приведенных в табл. 1 и 2 и используемых женщинами при самооценке и формировании модели потенциального партнера.

Полученный материал позволил выявить пять основных моделей одиноких женщин в их брачных установках. Выделенные нами модели, возможно, не отражают всего многообразия ценностных ориентаций женщин, но они как бы выявляют наиболее главные направления в развитии стереотипов их ценностных притязаний.

Таблица 2

**Основные требования, предъявляемые женщинами
к потенциальным партнерам-мужчинам**

Материальное положение			Внешние данные		
Признаки	%	Ранг	Признаки	%	Ранг
Материально независимый	45,3	1	Приятной внешности	6,2	2
Богатый	5,5	6	Рост	65,1	1
Обеспеченный	8,4	5	Красивый	2,8	5
Наличие квартиры	17,2	3	Высокий, сильный	10,6	3
Наличие дачи	1,2	7	Спортивного телосложения	0,8	7
Наличие автомашины	14,5	4	Внешность значения не имеет	1,3	6
Самостоятельный	18,3	2	Привлекательный	6,4	4
Личностные качества			Неприемлемые качества		
Признаки	%	Ранг	Признаки	%	Ранг
Порядочный	31,2	1	Пьянство	35,0	1
Трудолюбивый	6,5	3	Судимость	29,2	2
Верный, надежный	9,5	2	Грубость	7,3	5
Наличие юмора	5,1	4	Жадность	9,3	4
Интеллигентный	4,7	5	Злость	4,1	6
Обаятельный	2,6	6	Вредные привычки	13,7	3
"Золотые руки"	0,6	7	Сексуальная распушен.	2,7	7
Уровень развития			Психические отклонения	1,7	9
Признаки	%	Ранг	Занудство	2,1	8
Умный	5,4	4	Жестокость	1,6	10
Образованный	8,3	1	Склонность ко лжи	1,5	11
Наличие интеллекта	7,5	3	Прочие		
Воспитанный	8,1	2	Признаки	%	Ранг
Неглупый	5,0	5	Возраст	79,2	1
			Профессия	11,5	3
			Наличие детей	2,5	5
			Не женат	21,7	2
			Семейное положение значения не имеет	7,3	4

Модель 1 (Романтическая). К этой модели (20,5 % от всей выборки) мы отнесли респонденток первой возрастной группы (до 20 лет), т.е. того периода в жизни, когда у большинства девушек преобладают романтические, идеализированные установки, связанные с фазой добрачной любви. Примечательно, что возрастная мода этой модели составляет 16-17 лет. Именно этот возраст характеризуется большим числом влюбленностей и приходится на фазу эмоциональной незрелости [2].

В это время ведется поиск партнера для активного веселого времяпрепровождения, молодежных тусовок, дискотек. Для этой модели присущи групповые (от 2-4 подруг) обращения в службу знакомств, что косвенно подчеркивает стремление к приобретению друзей, а не партнера для семейной жизни. В качестве цели объявления этой моделью выбраны "Дружеские отношения" (29 %) и "Знакомство" (48 %).

Фактические данные в виде таблиц, детально характеризующие рассматриваемую модель (как и все последующие), приведены в нашей монографии [1]. В этих таблицах ранжированы категории с наборами признаков, используемые для самооценки респонденток, а также признаки-требования к потенциальным партнерам. Как следует из этих данных, абсолютный приоритет при самооценке респонденток этой модели занимает категория "Внешние данные", здесь собраны самые привлекательные признаки, характеризующие девичью внешность.

Второй приоритет занимает признак "Возраст", который в брачном объявлении этой модели выступает как опознавательный знак лиц определенного социального круга. Далее следует категория "Личностные качества", представленная минимальным набором признаков, в той или иной комбинации присутствующих практически во всех объявлениях.

Четвертый ранг принадлежит категории "Негативные качества". В ней присутствуют признаки, относящиеся к разряду "внемодельных", т.е.

общих для большинства объявлений рубрик «Знакомства». Для первой модели это как раз тот минимальный набор, который не окрашен еще собственным житейским опытом и базирующийся, в основном, на социально неодобряемых качествах.

Модель 2 ("Идиллическая"). Данная модель (около 18,8 %) наших респонденток являет собой органическое развитие первой, которое, конечно же, происходит с возрастом. Поэтому возрастной диапазон (интервал) этой модели мы очертили 19-25 годами. К этому времени девушки уже имеют некий идеал брачного партнера, составленный, с одной стороны, из социально одобряемых качеств, с другой, – из прагматических установок существующих реалий.

Как показал анализ объявлений этой категории респонденток, основой брачного союза они считают два момента, один из которых – обоюдная любовь, а другой – общность интересов и миропонимания.

"Хочу встретить человека с красивой душой и добрым сердцем, хочется найти взаимопонимание и, конечно, любовь. В мои годы еще грезят о чистой настоящей любви, когда любящие живут одними интересами и мыслями. О себе: 21/170, студентка..."

Семья, с точки зрения респонденток этой модели, – смысл человеческого существования. Ее создание – синоним устроенности и полноты жизни. «Никто замуж не возьмет» – это реальная угроза, это оценка-порицание, которая до сих пор постоянно употребляется в повседневном общении по отношению к незамужним девушкам. Замужество – это социальное признание, восхождение на более высокую общественную ступень, сопровождающееся повышением самооценки, изменением мироотношения в лучшую сторону. Это, таким образом, некоторая победа, достижение, которым можно гордиться и с которым бывает жаль расстаться. Замужнюю женщину можно отличить от незамужней по осанке, походке, манере говорить.

Поэтому для этой модели характерны только две цели, преследуемые в объявлениях: "Замужество" и более нейтральная "Знакомство". Первая цель имеет множество модификаций – от явной формы "хочу замуж", через вариации на тему любви: "встретить любимого человека", "подарить любовь и верность" до скрытой "только для серьезных отношений". Знакомство, как мы уже говорили, может перейти в фазу более серьезных отношений или при неприятии партнера закончиться.

Первый приоритет при самооценке, как и у предыдущей модели, занимает категория "Внешние данные". Здесь пущены в ход все эротические «приманки», свойственные этому возрасту:

- *"Брюнетка с бирюзовыми глазами, стройная, хорошенькая..."*
- *"Симпатичная девушка с фигурой фотомодели..."*
- *"Стройная кареглазая брюнетка с длинными волосами..."*

На втором месте в ряду категорий, используемых при самооценке респондентов этой модели, стоит категория "Личностные качества". Признаки этой категории, как и у предыдущей модели, соответствуют цели. Здесь на брачный рынок выставляются такие ценности как скромность, верность, нежность – неотъемлемые качества хорошей жены и спутницы жизни и такие качества как умение хорошо готовить и хорошо вести хозяйство – неотъемлемые качества хозяйки дома. Не обсуждая здесь степень соответствия этих качеств личностям респондентов, отметим, однако, что такой набор личностных качеств вкупе с предлагаемыми внешними данными полностью соответствует требованиям «первого круга».

Не диссонируют описанному портрету и требования, предъявляемые этой моделью к потенциальному партнеру. Здесь уже ощутима категория "Материальное положение", которая вобрала практически все признаки, описывающие материальное положение. Кроме этого достаточно весома и частота их встречаемости. Однако общий приоритет у этой модели отдан все же личностным показателям партнера: внешним данным (1 ранг) и личностным качествам (2 ранг). Характерным для описываемой модели

является высокая значимость этих категорий и небольшой разрыв в суммарной частоте встречаемости их признаков (без учета самого весомого признака “рост” категории “Внешние данные”). К общему фону категории "Негативные качества", составленному из "внемодельных" признаков: пьянство, су-димосьть, вредные привычки, у описываемой модели добавились, видимо, личные компоненты: грубость и жадность.

Модель 3 ("Зрелость"). Ранее при характеристике признаков, определяющих социальную группу одинокие женщины, мы уже использовали понятие «второй круг жизни», предложенное литовскими социологами. Напомним, что это понятие связано с распадом семейных отношений и переходом супругов во второй круг жизни.

Социологи выделяют несколько периодов распада семьи. Первый, приходится обычно на самое начало семейной жизни, которая вдруг оказывается далеко не такой легкой, полной удовольствий и развлечений, какой представлялась до обмена кольцами. Многие молодые люди воспринимают первые симптомы распада как конец всему, так как обыденный максимализм романтической любви не вмещает в себя иных представлений.

Когда двое встречаются, они практически ничего не знают друг о друге. Первый источник информации – это внешность, и некоторые выбирают себе пару именно по внешнему виду. Но это, как ни странно, не такое уж частое явление. Потому что привлекательность и даже сексапильность зачастую не зависят от роста, веса и иных параметров. Что еще? Голос, характер, увлечения, вредные и полезные привычки... Для дружеских отношений вроде бы достаточно, да и для интимного притяжения тоже.

При прогнозировании семейной совместимости все сложнее: в отличие от совместимости сексуальной, которую еще можно как-то прогнозировать, семейную гармонию предсказать очень трудно. Но как узнать,

смогут ли будущие супруги жить вместе, когда их встречи-праздники перерастут в ежедневную рутину.

Следующий "уровень" распада семей приходится на 25-29 лет, за ним – на 35-39 лет. В чем же кроются причины разводов в 25-29 лет? Ведь все устоялось, есть жилье, подросли дети... Видимо, эти причины можно определить как запоздалую реакцию на трудности первых лет жизни. Пока молодые воевали за место под солнцем, проводили бессонные ночи у постели первенца, им было некогда остановиться, оглянуться, присмотреться к живущему рядом человеку. И вот наступило время, когда можно расслабиться и зажить спокойно. Но происходит это далеко не всегда: выплескивается накопленное раздражение, усталость от борьбы с трудностями переносится на якобы невыносимый характер партнера... Брак распадается.

Следующая опасная черта – так называемый кризис середины жизни. В той или иной форме большинство супружеских пар переживают этот кризис и связанный с ним кризис супружеских чувств. Обозримость оставшегося отрезка жизни, необходимость подвести предварительные ее итоги, желание взять от нее то, что еще можно успеть, – все это настоятельно может встать перед человеком, заставить его пересмотреть образ своего "Я", а значит, и своего супруга. Эти глубинные и трудно поддающиеся анализу (а тем более – самоанализу) процессы могут внешне проявляться самым различным образом, однако общим знаменателем служит потребность в новом.

Мы очень кратко рассмотрели основные периоды жизни человека, переводящие его во "второй круг". Теперь приступим к описанию выделенной нами модели.

Стихийные социально-психологические нормы расценивают вступление человека во "второй круг жизни" как поражение, жизненную неудачу. Ни работа, ни развлечения не спасают. Женское одиночество, по-

рожденное неустроенностью личной жизни, сопровождается, как правило, продолжительным стрессом и может расцениваться как одна из самых разрушительных социальных болезней.

Возрастной диапазон модели "Зрелость" очень широк, он охватывает с первой по седьмую возрастные группы. За возрастной критерий выделенной модели нами принят фертильный возраст, верхняя граница которого в России установлена в 49 лет. К этой модели мы отнесли респондентов, имеющих детей, а также бездетных одиноких женщин, разведенных и вдов до 50 лет, всего 42,2 % от всей выборки.

Столь широкий возрастной диапазон подвинул нас к идее дифференциации респонденток внутри этой модели. В качестве критерия выделения подтипов послужило наличие (отсутствие) детей. К первому подтипу мы отнесли респонденток, имеющих детей. Ко второму – не имеющих, сюда же отнесены женщины, имеющие взрослых детей, живущих отдельно.

Вообще, тема "детей" звучит в большинстве интервью и объявлений респонденток этой модели: от простой констатации факта наличия детей до желания иметь "отца и воспитателя ребенку", от заявлений "хочу родить ребенка" до "заменю мать вашему ребенку". Критерий "наличие (отсутствие) детей" выступает также в качестве модификатора цели объявления у этой модели. Так сложилось, что многие материальные, социальные, личностные моменты, характеризующие сложившуюся жизнь, имеют "цену" в борьбе за привлечение внимания возможного партнера. Осознавая, что ребенок в большинстве своем оказывается негативным фактором, препятствующим новому браку, женщины первого типа исследуемой модели как бы уравнивают его такими своими качествами как молодость, здоровье, привлекательность, позитивными личностными достоинствами и формулируют конкретную цель – создание семьи.

–"Для создания семьи хочу познакомиться с надежным мужчиной, любящим детей, о себе: Марина, 32/162, не склонная к полноте, привлекательная шатенка, глаза карие, сыну 3 года..."

–"Молодая мама (сыну 2 года) хотела бы найти свою половинку в лице интеллигентного, порядочного мужчины. Симпатичная, с хорошей фигурой, не богатая, но современная блондинка, 25/159..."

Такая ясность и конкретность цели присуща самым молодым представительницам модели, еще считающим, что первый неудачный опыт семейной жизни и маленький ребенок, подрощенный мамой и бабушкой, – просто черновой набросок будущей счастливой жизни. Для этого типа еще характерны идиллические веяния, присущие двум предыдущим моделям.

–"Молодая (23), невысокая, стройная блондинка ищет своего единственного, обаятельного, привлекательного, высокого, материально независимого молодого человека, который не способен на ложь и предательство, который стал бы для меня любящим мужем, а для моего сына любящим отцом..."

Далее с возрастом и, особенно с появлением второго ребенка у первого типа женщин рассматриваемой модели однозначность цели постепенно исчезает, она становится вариантной.

–"Если тебе 37-43, выше 170, если для тебя национальность не имеет значения, напиши нам. Маме 37 лет, сын-школьник. Не нужны золотые горы, нужен настоящий друг, не увлекающийся спиртным..."

–"Разведенная женщина 33 лет, простой, приятной внешности, сыну 12 лет, желаю познакомиться с мужчиной от 30 до 45 лет. На брак не претендую, но возможно совместное проживание, т.к. устала от одиночества..."

В других объявлениях – сетования на неустроенность бытовых проблем и надежда найти мужчину-хозяина.

–"Ну вот, опять не наточены ножи. Ох уж эти ножи. И выключатель разболтался, и трубы текут. Мужчины! Неужели среди вас не осталось ни одного, который заметил бы все эти мелочи? Может быть найдется хотя бы один, способный справиться с этим и со многим другим. Мне 34/167, двое детей, разведена..."

Видимо крайним проявлением снижения целевых ожиданий является установка на "любого", встречающаяся у старших возрастных групп респонденток этой модели. Здесь цель объявления конкретно не обозначается. И тогда сквозящая неустроенность быта, приближающаяся старость

уже "согласны" на то, что "внешность значения не имеет", и лишь бы "мало пил"...

Мы рассмотрели целевые ожидания респонденток первого типа обсуждаемой модели. Каков же спектр этих ожиданий у второго типа – женщин, не имеющих детей?

Прежде заметим, что представительницы этого типа в меньшей мере испытывают гнет материально-бытовых проблем, нежели женщины, имеющие хотя бы одного ребенка. Так сложилось, что в ущерб всем другим социально-значимым функциям женщины приоритет их жизни переместился на работу и карьеру. Естественно, что они стоят на более высокой социальной ступени, больше времени могут уделить своей внешности, отдыху. Это делает их более предпочтительными на брачном рынке. Однако, осознавая это, целевые ожидания этого типа женщин не ограничиваются только созданием семьи:

–"Где вы, мужчины? Знаю, что среди вас есть много прекрасных одиноких людей, предлагаю вам свою нежность и дружбу и все, что нужно для счастья вдвоем. Мне 45/162, мат. независима, есть хорошая квартира. Надеюсь и жду..."

–"Подругой, любовницей, женой способна стать для нежного, спокойного мужчины. Лариса, 36/168, в/образование, материально независима, бездна достоинств, минимум недостатков..."

Признаки самооценки респонденток этой модели каких-либо комментариев не требуют. Отметим только, что и они твердо придерживаются правил "брачного рынка", понимая, что хотя нормативное поведение и предполагает скромность и умалчивание о собственных достоинствах, в условиях брачной конкуренции человек вынужден создавать выигрышный образ.

Анализ признаков-требований, предъявляемых этой моделью к потенциальному партнеру, показал следующее. По сравнению с предыдущими моделями здесь значительно "активизировалась" категория "Материальное положение" (2-й ранг), 1-й ранг отдан категории "Личностные качества", самой представительной по количеству признаков и весомой по

частоте их встречаемости. Характерной особенностью этой модели является значительное снижение значимости категории "Внешние данные". Ее поддерживают только самый весомый признак "Рост" и примерно равнозначимые признаки "Приятной внешности" и "Внешность значения не имеет".

Модель 4 ("Осень"). Респондентки данной модели (10,2 %) объединяют старшие возрастные группы исследованной выборки. Это в основном женщины пред- и пенсионного возрастов, которые испытывают гамму противоречивых чувств (сомнения, неловкость, надежду) при обращении в службу знакомств. Над ними, как ни над кем, еще довлеют прежние социально-психологические нормы, им труднее преодолеть женское самолюбие. Они прекрасно осознают, что "может быть и смешно выглядит, когда женщина такого возраста ищет по объявлениям знакомства с целью замужества", однако находят в себе силы противостоять этому.

Основной лейтмотив всех объявлений – одиночество. А в этом возрасте оно особенно тревожит: "одиночество сегодня, завтра, послезавтра..." "одиноким быть очень трудно, даже если ты материально независим..." Другой важный мотив, звучащий в объявлениях, – "надежда", которую респондентки связывают с их публикацией:

– "Вдова. Хотя мало верю в серьезность знакомств по объявлению, но все-таки надеюсь на встречу..."

– "Вдова. Умерла часть моей души, и я опустошила себя. Но еще надеюсь, что встречу..."

Исследуемую модель можно рассматривать как возрастное развитие моделей "второго круга". В чем же ее отличие? Во-первых, если у модели "второго круга" в качестве цели преобладало "замужество", то здесь эта цель практически не просматривается. Она трансформируется в другие: "нужен друг и помощник", "для дружеских отношений", "разделить свое одиночество", "найти попутчика жизни" и т.п. Во-вторых, при самооценке респонденток значительно сместились акценты. Так, первый приоритет теперь занимает признак "Возраст", второй отдан категории "Материальное

положение". Как таковой менее звучит признак "Материально независима", однако все другие признаки этой категории, имеющие высокие частоты встречаемости, позволяют нарисовать, в общем-то, материально благополучный портрет. Третий ранг принадлежит категории "Личностные качества". Признаки этой категории, характеризующие женщин этой модели как прекрасных хозяек с набором самых привлекательных женских качеств, удачно дополняют портрет и создают образ добропорядочной независимой женщины, обладающей прекрасными человеческими качествами и на склоне лет волею судьбы оказавшейся одинокой. И это действительно так:

– "Есть квартира, машина, дача, одиночество... Нет друга, мужа, водителя. 54/156, приятной внешности..."

–"Вдова. Все необходимое для нормальной жизни есть. Нет тебя..."

Определенное родство с моделью "Зрелость" обнаруживается в изменности акцентов при формировании приемлемого образа желаемого партнера. Здесь также приоритет за личностными качествами, хотя "окраска" признаков несколько сместилась из чувственной области (нежный, добрый, ласковый) в прагматическую (трудолюбивый, аккуратный, "умелые руки"). Отличительной особенностью исследуемой модели является практическое отсутствие притязаний к уровню интеллектуального развития потенциального партнера.

Модель 5 ("Интимные встречи"). Одной из современных тенденций развития "брачного рынка" является широкое появление предложений интимного характера. Оговоримся сразу, что целью нашего исследования не является анализ и обсуждение морально-нравственных аспектов этой проблемы, поэтому мы ограничимся только констатацией самого факта. Однако в качестве постановки проблемы, отличающейся от общепринятых взглядов на сферу интимных притязаний женщин, приведем выдержки из статьи психолога Н.Н. Нарницына [3]. В частности он пишет, что порой складывается ощущение, что в нашем обществе, точнее, в его сексуальной

культуре все поставлено с ног на голову. Так, если мужчина постоянно окружен огромным числом влюбленных в него женщин – такого в обществе, как правило, уважают и никто не вникает ни в причины такого поведения мужчины, ни в его ощущения по этому поводу.

Подобное поведение женщины традиционно считалось, да считается и сейчас как глубоко недостойное, заслуживающее общественного порицания. Причины такого поведения несколько: это и нимфомания, рассматриваемая как психиатрическое расстройство и связываемое с поражением психики, а то и непосредственно мозга, это и проституция – проблема не столько психологическая, сколько социальная. Подавляющее большинство "дам полусвета" относятся к этой профессии с холодным расчетом. Они занимаются ею не потому, что им хочется каждый день менять партнеров: просто другого способа заработать на жизнь они не видят.

Другое дело смена половых партнеров "ради удовольствия", а чаще для коллекции, она никак не связана с сексуальными желаниями. Иначе говоря, женщина может перебирать одного партнера за другим, не испытывая ни к кому из них интимного влечения. Зачем же в таком случае ей понадобились все эти мужчины? Такое поведение характеризует женщин демонстративного типа личности, которые постоянно нуждаются в новых впечатлениях. Такие женщины любят путешествовать по незнакомым местам, бывать в театрах и на концертах, часто меняют свой стиль одежды – в общем, всячески стремятся получить побольше внешних впечатлений от окружающего мира. Дамы такого типа (да и все демонстративные личности) очень общительны и легко сходятся с людьми, постоянно стремятся к новым знакомствам и встречам – в том числе и вне постели. Любят вечеринки, прекрасно чувствуют себя в толпе, особенно если на них обращают внимание – неважно, по какому поводу. И главное – такая женщина стремится к постоянным "психологическим поглаживаниям", к комплиентам, в первую очередь одобрению ее внешности, восхищению окружающих ее

физической привлекательностью. В частности, очень желаемы знаки внимания мужчин – только в целях дополнительного подтверждения этой привлекательности.

Такая женщина, обращающая на себя внимание в любой толпе, общительная и постоянно ожидающая ухаживаний. На нее первую мужчины обратят внимание, с ней будут беседовать и танцевать, а она не откажет никому в своей благосклонности – потому что чем больше у нее поклонников, тем более комфортно она себя чувствует как личность. Ведь что главное для демонстративной дамы? Постоянная уверенность в собственной неотразимости. И внимание мужчин – главный критерий собственной оценки.

Часто такие женщины набирают поклонников и сами целенаправленно доводят их до постели. Но цель у них более прозаичная. Они собирают коллекцию новых впечатлений, без которых жизнь кажется им бессмысленной. Новые лица, новые тела – такая коллекция порой составляет цель жизни ярко выраженной демонстративной дамы. Чаще всего этими женщинами движет действительно спортивный азарт – вернее, охотничий: они обращаются с мужчинами, как охотники с добычей. Эти женщины стремятся одержать как можно больше побед, как можно чаще разбивать мужские сердца – все это исключительно ради подтверждения собственной привлекательности. Причина подобного поведения – ее собственное бессознательное. Почему глубинные порывы толкают женщину на такие поступки, на такие оценки и предпочтения – она сама не знает, да и не может знать. Ответить на этот вопрос – задача специалиста-психотерапевта или еще лучше – психоаналитика. И часто такие женщины сами мучаются оттого, что чуть ли не насильно заставляют себя жить с одним и тем же мужчиной, даже порой выходят замуж. Но через некоторое время начинают изменять мужу или просто уходят от него.

Как свидетельствуют наши данные, обсуждаемая модель (8,3 % всей выборки) в возрастном спектре респонденток имеет стабильное распределение на уровне около 10 % со второй по седьмую возрастными группами и один выраженный максимум (23 %), приходящийся на 35-39 лет. Этот период как раз и соответствует упомянутому нами ранее кризису середины жизни.

Фактические данные показывают, что обсуждаемая модель предельно проста по своему оформлению как признаками самооценки, так и признаками-требованиями.

Таким оформлением создаются предпосылки предельно простых отношений между полами, напоминающими отношения купли-продажи или обмена. Действительно, с одной стороны, предлагаются красиво оформленные эротические приманки, спектр которых достаточно широк, в обмен на интимные услуги определенного рода:

–"Вдова 36/164, полненькая, с пышной грудью, симпатичная, хочет познакомиться с деловым мужчиной для приятных встреч..."

–"Красивая, стройная, изящная, длинноногая женщина ищет постоянного любовника 25-35 лет..."

Таким образом, ведущими категориями при самооценке этой модели являются "Внешние данные" (2-й ранг) и "Личностные качества" (3-й ранг). И если первая содержит практически максимальный набор наиболее привлекательных женских признаков, то вторая – только качества, усиливающие притягательный эффект первых: женственная, нежная, ласковая, темпераментная. Четвертый ранг занимает категория "Материальное положение". Признаки этой категории, по нашему мнению, играют достаточно большую роль в достижении цели брачного объявления, во всяком случае, однозначно разграничивают сферы возможных отношений. В одном случае это материально независимая женщина, желающая только удовлетворить свои сексуальные потребности:

–"Леди 26/180, есть квартира, машина, дача, ищу любовника любого возраста, только для секса."

В другом – на предполагаемого любовника ложатся определенные материальные обязательства.

Определенную смысловую нагрузку в категории "Семейное положение" несет признак "Замужем". Он играет, на наш взгляд, двоякую роль – во-первых, автоматически выводит респондентку из разряда женщин "легкого поведения" и, во-вторых, косвенно информирует о заметно меньшем риске венерических заболеваний.

–"Краснокаменцы! Познакомлюсь с мужчиной исключительно для секса, для встреч в дневное время. Мне 36, замужем. Вы – женаты, возраст 36 плюс-минус 5. Наличие интеллекта и а/м крайне желательно".

Анализ признаков-требований, предъявляемых данной моделью к потенциальным партнерам, выявил приоритет категории "Материальное положение", что поддается объяснению. Для одной категории респонденток материальный достаток партнера является обязательным условием, и отношения здесь можно квалифицировать как акт купли-продажи интимных услуг:

–"Молодая привлекательная девушка 24 лет ищет богатого спонсора на ваших условиях, мужчину до 35 лет. Желательно высокого и привлекательного".

Для другой – материальная состоятельность партнера является красивым фоном (автомашина, подарки, рестораны) их отношений. Особую категорию среди ищущих спонсоров составляют студентки.

–"Симпатичная молодая девушка будет любовницей мужчины с квартирой, который окажет материальную помощь и частично оплатит обучение в вузе. Внешность и возраст значения не имеют..."

–"Две красивые, молодые и умные студентки последних курсов ищут состоятельных спонсоров для продолжения учебы. Возраст значения не имеет, рассмотрим и ответим на любые предложения".

Каждая респондентка имеет свой образ "идеального любовника", который формируется при использовании признаков категории "Личностные качества", "Внешние данные" и "Уровень развития" (соответственно 2, 3 и

4-й ранги). Они представлены большим количеством признаков, однако каждый из них имеет небольшую частоту встречаемости. Исключение составляет лишь признак “Порядочность”, выступающий своеобразным гарантом конфиденциальности отношений.

Анализируя процентное соотношение рассмотренных мотивационных моделей женщин в общей выборке, можно отметить следующее [4]. Во всех выборках без исключения (как по годам, так и по источникам информации) преобладают респондентки, отнесенные нами к модели “Зрелость”. В ней собраны воедино все признаки, характеризующие социальную группу “одинокие женщины”. Здесь и длительное отсутствие постоянного партнера, и сформировавшееся состояние внутреннего разлада, воспринимаемое как неполноценность своих отношений с миром, и еще не угасшее чувство надежды. Хотя много пережито, но есть еще силы и здравые, сохранилась женская привлекательность...

Однако одиночество, порожденное неустроенностью личной жизни, сквозит постоянной доминантой, формируя стереотип безысходности. Он переживается по-разному – безропотно с чувством обиды, сопровождающимся претензиями к другим или к судьбе, либо с выраженной наступательной тактикой в решении своей судьбы.

Приведенный анализ целевых мотиваций женских брачных объявлений показал, что заявляемая цель определяет схему поло-ролевого поведения женщины, проявляющуюся в наборе собственных качеств и желательных – потенциального партнера.

Библиографический список

1. Романова Н. П., Осинский И. И. Одинокие женщины. Чита: изд-во ЧитГТУ, 2000. 231 с.
2. Тийт Э.-М. Проблемы выбора будущего спутника жизни у молодежи /Современная семья. М.: Финансы и статистика. 1982. С. 30-36.
3. Нарлицын Н.Н. Женщины нелегкого поведения. «Аиф-любовь» № 9, май 1998.
4. Романова Н.П. Мотивация добрачных контактов женщин в современных условиях (контент-анализ)// Вест. ЧитГТУ. Чита, 1997, вып. 4. С. 146-166.