

# Социологическая публицистика

© 2001 г.

С.Ю. БАРСУКОВА

## МОДЕЛИ УСПЕХА ЖЕНЩИН СОВЕТСКОГО И ПОСТСОВЕТСКОГО ПЕРИОДОВ: ИДЕОЛОГИЧЕСКОЕ МИФОТВОРЧЕСТВО

---

*БАРСУКОВА Светлана Юрьевна - доцент кафедры экономической социологии Государственного университета - Высшей школы экономики, кандидат социологических наук.*

---

Модели социально одобряемого поведения женщин внедряются в повседневные практики множеством способов. Не последнюю роль играет идеология. При этом действенность любой идеологической установки зависит прежде всего от того, насколько внедряемый постулат адекватен глубинным пластам сознания, хранящим генетическую память о мере *поощряемого терпения* и *оправданного протеста*. Идеология скорее корректирует, но не пишет заново кодексы нормы и отклонений в человеческой жизни, которые, в первую очередь, касаются таких инерционных материй, как например, взаимоотношения полов, способ социального позиционирования женщин, социальная одобряемость их поступков. Отсюда проистекает вполне прагматичное желание идеологической пропаганды "вписаться" в некоторую заданную канву. Одним из способов фиксации одобряемого и осуждаемого поведения является устное народное творчество - мифы, легенды, саги, сказки и т.д. Именно в них кристаллизуются представления народа о праведном и неправедном, о степени эластичности нравственных категорий, о возможных и недопустимых вариантах поведения. Специфика разнообразных жанров устного творчества создает возможности и задает пределы их востребованности со стороны идеологии. В отличие от саги, мифа, в которых герой живет в мире, управляемом богами и судьбой, персонаж сказок свободен и независим. В этом смысле мир сказок прост и прозрачен, как те законы бытия, к которым призывала советская пропаганда. Кроме того, ни один человек не миновал стадию детства. Это делает процесс социализации при помощи сказочного творчества практически тотальным. Наконец, "основным персонажем славянских сказок оказывается женщина" [1]. Все перечисленное объясняет широкую востребованность сказок в России со стороны идеологии в процессе формирования жизненных ориентации.

Отметим, что исследования, посвященные влиянию сказочных канонов на индивидуальные стратегии, довольно редки. Гораздо более распространена традиция изучения собственно сказочного текста как специфической формы фиксирования "чаяний народных" и легитимизированного поведения. Эволюция попыток классификации сказок (см. например [2, 3, 4]) прошла через стадии выделения интересных для нас так называемых мифологических и моральных сказок и на определенном этапе подошла к делению сказок по сюжетам [5, 6].

Одна из первых попыток такого деления была предпринята в 20-е годы одесским профессором Р.М. Волковым [4]. Что касается сказочных сюжетов с участием женщин, они, по мнению Волкова, делятся на три группы: о добывании невест, о мудрой деве и о неверной жене. Отметим в контексте нашего повествования, что в первом случае женский образ лишается действенной силы, превращаясь лишь в объект притязаний. Сказки такого рода не могли быть "матрицей" по созданию светских моделей для массового подражания со стороны женщин. Сказки о неверной жене также не способны задать канву идеологического мифотворчества, поскольку позитивный образ не всегда и не полностью может конструироваться по принципу "от противного". Сюжеты "про мудрую деву" в этом смысле

были более продуктивными. Их можно было брать за основу и трансформировать в зависимости от конкретных реалий жизни общества.

Позднее анализ сказок сосредоточился на изучении мотивов, определяющих сказочное действие [5, 6]. В.Я. Пропп выделил 31 так называемую функцию. Сочетание функций полностью, согласно Проппу, исчерпывает сюжетное многообразие сказок: важно, *что* делает персонаж [3, с. 20]. Среди вариантов того, *что* делает персонаж, отметим следующий: "Герой испытывается, чем подготавливается получение им волшебного средства". Наиболее адекватно в "женском исполнении" эта функция представлена в вариантах "Сказки про Золушку". Ш. Перро литературно оформил созданную народом сюжетную линию, которая с завидным упорством воспроизводилась в сказочном творчестве многих народов (вспомним русские "Хаврошечку" и "Морозко").

## Атрибуты "образа Золушки" как модели социальной мобильности

Итак, "Золушка" это не просто притягательный женский образ, но *символ жизненного успеха*, который, во-первых, принципиально *доступен* всем женщинам данного общества, во-вторых, принципиально *достижим* только в результате действий, не диссонирующих с идеологически заданными канонами "хорошести" и "праведности".

В основе предлагаемой социализируемой модели непременно должен лежать *социально узнаваемый образ*. "Я одна из вас!" - обязательный атрибут Золушки. Однако для массовости подражания необходима *доказательность посильности и доступности предложенной поведенческой модели*. В этом случае возможен не просто обывательский интерес к чудесному превращению, но как бы "примеривание" его на себя, попытка следовать предложенной схеме, желание достичь аналогичного результата. "Все зависит только от Вас!" - второй постулат "раскрутки" образа Золушки. И, наконец, необходима вера в то, что всем воздастся по заслугам. Следование образу-примеру становится массовым только в случае возникновения в обществе *атмосферы гарантированности обещанной награды*. "Вас ждет то же!" - третий необходимый элемент подачи образа Золушки.

Сюжет о Золушке создавал своего рода матрицу для идеологического мифотворчества. Золушка являет собой прообраз восходящей вертикальной мобильности, наиболее яркий пример *героизации будничных страданий*, сюжетную реализацию темы *испытания во имя последующего вознаграждения*. Не удивительно, что в стране, где увещевания о неотвратимо приближающемся счастье (в образе коммунизма или рынка) призваны заглушать ропот уставших и изверившихся, подобный "рецепт" жизнесприятия был активно задействован для создания моделей жизненного успеха женщин. Но поскольку цели общества и условия их достижения довольно быстро менялись, то и "подналадка" образа Золушки требовалась довольно оперативная. Задачей советских и постсоветских "сказочников" было определение конкретных обстоятельств чудесного превращения, целиком зависящих от актуальных задач общественного развития.

В данной статье мы проанализируем алгоритм идеологического мифотворчества советского и постсоветского периодов в контексте сказки о Золушке, логическую структуру трансформации использования данного сказочного образа, основные черты и качественную ротацию "Золушек" советской эпохи. Логическим продолжением такого анализа является разговор о наших днях, о моделях современных "Золушек", адекватных целям и задачам современного российского общества.

## "Золушки" советской эпохи

В годы Советской власти образ Золушки имел множество персонификаций. Любая попытка их простого перечисления является заведомо ущербной, поскольку наряду с "Золушками", олицетворяющими основную интенцию целых десятилетий, существовали и "Золушки"-однодневки, быстро набирающие популярность, но так же быстро и теряющие ее. Кроме того, помимо "Золушек" союзного значения существовали образы-примеры и более мелкого масштаба, вплоть до поселковых вариантов.

Принципиальная невозможность поименного перечисления всех "Золушек" советской

эпохи делает тем более оправданной попытку остановиться лишь на наиболее значительных именах, среди которых выделяются трактористка 30-х годов Паша Ангелина и космонавт 60-х Валентина Терешкова. Ни в коей мере не умаляя заслуг этих действительно великих женщин социалистической эпохи, все же подчеркнем: в общественном сознании эти конкретные женские судьбы выполняли функцию иллюстративного примера результатов достижительной мотивации, на которую советское государство ориентировало женскую половину. В каждом из этих случаев идеологическим лейтмотивом было уже упомянутое "герой испытывается, чем подготавливается получение им волшебного средства". Менялись лишь коллизии "испытаний" и формы вождя "волшебного средства". Но сама фабула рассматриваемой сказки неизбежно присутствовала в идеологической пропаганде как важный элемент формирования тендерных паттернов. Мы не пытаемся ответить на вопрос о том, в какой мере осознанной была опора идеологической машины на укорененный в сознании сюжет. Важно другое. На наш взгляд, на всем протяжении советской истории женская благодетель, моделируемая и поддерживаемая идеологией, соответствовала сюжетной коллизии сказки про Золушку: одна из многих стала избранной в силу долготерпения и трудолюбия. Проследим логику трансформации образа советских "Золушек".

В первые годы Советской власти, в период индустриализации и коллективизации явно осозналась необходимость массового задействования женских рабочих рук в общественном производстве. В 30-е годы оно началось. При этом потребность в женском участии возникла в условиях нехватки времени и средств на адаптацию традиционно мужских рабочих мест под физиологические и психологические особенности женщин. Так что рождение образа П. Ангелиной как символа принципиальной совместимости традиционно мужского занятия и женской природы оправданно и закономерно. Напомним, что Паша Ангелина была первой (по официальной версии) женщиной, управлявшей трактором.

Вариантов П. Ангелиной было множество. И чем более "мужской" вид деятельности осваивали эти героические женщины, тем более громкая слава их ждала. Чем кардинальнее они "взламывали" традиционные представления о тендерной сегрегации трудовой деятельности, тем более старательно ретушировали их изможденные лица художники соцреализма. Такие женщины-образы были просто необходимы молодому Советскому государству. Годы гражданской войны и красного террора дали о себе знать сокращением мужской части населения [7]. Кроме того, в городах и на промышленных стройках значительная часть женщин была вынуждена работать, так как заработков мужа не хватало, чтобы прокормить семью [8]. Учтем и то, что Советское государство постоянно находилось в ожидании возможной агрессии извне. Мы не будем касаться того, насколько эти ожидания являлись оправданными, а в какой мере сами служили оправданием внутренней политики тех лет. Но факт остается фактом: мобилизационная активность Советского государства была чрезвычайно высока. Одной из форм мобилизационного поведения является экономическая, психологическая и идеологическая подготовка замены, в случае необходимости, мужских рабочих рук женскими [9]. Впоследствии война востребует этот потенциал. В годы

Великой Отечественной женщины трудились наравне с мужчинами, фактически были сломаны все традиционные представления о разделении работ на мужские и женские. Безусловно, в этом жесткая необходимость военных лет. Но общество и, в первую очередь, женская его часть были подготовлены к возможности заменить мужчин, ушедших на фронт, заранее. Образ женщины, выполняющей традиционно мужскую работу, тиражировался как высшая форма женской социальной активности, сознательности и приверженности социалистическим идеалам задолго до военного лихолетия. В том смысле и значении образа П. Ангелиной и ей подобных женщин 30-х годов.

Но вот отгремела война, завершился восстановительный период. (По сути, народное хозяйство не восстанавливалось, а отстраивалось заново.) По мере нормализации послевоенной жизни совершенно отчетливо обозначились рецидивы активного вовлечения женщин в общественное производство наравне с мужчинами. Бесполость понятия "работник" давала о себе знать все яснее и ошутимее. Забили тревогу медики, робко засомневались социологи, указали на тревожную динамику специалисты в области семьи и т.д. Безусловно, никто не ставил под сомнение принципиальную возможность вовлечения женщин в общественное производство, ограничиваясь частными предложениями. Не делали это по трем причинам.

Во-первых, образ советской женщины как соратника мужчины по борьбе (за что бы не боролись: за производственный план, за порядок на улицах города, за победу в соцсоревновании) являлся предметом гордости и своего рода символом страны Советов. А посягать на то, что является гордостью, никому не позволительно, даже в условиях хрущев-

ской оттепели. Во-вторых, альтернативы у общества, и это все понимали, по сути, не было. В условиях значительных потерь мужского населения в годы Великой Отечественной войны и при экономической ориентации преимущественно на экстенсивный путь развития отказаться даже в малой степени от женских рук было невозможно. Хотя советская женщина 60-х годов уже и без зазывного подвига П. Ангелиной сплошь и рядом заменяла мужчину в производственной деятельности. Из подвига это превратилось в каждодневную практику. Быть "наравне с мужчинами" вошло в систему ценностей советских женщин. "Семейно-очаговые" ценности сдавали свои позиции перед натиском ценностных ориентации, завязанных на карьеру, на деловую активность. По совокупности этих причин серьезная ревизия идеи всеохватывающей вовлеченности женщин в общественное производство представлялась невозможной.

Было очевидно, что советские женщины и далее будут трудиться наравне с мужчинами, но потребовался новый светлый образ, подтверждающий ценность равенства полов. В этих условиях значимость полета В. Терешковой, первой женщины-космонавта, трудно переоценить. Общество 60-х нашло образ Золушки, адекватный целям и задачам общественного развития страны, вышедшей на баррикады НТР. Образ "космической Золушки" дарил надежду на временность рутины, на рост творческого начала в любой производственной деятельности, на изобилие и процветание.

Советское общество осознало необходимость быстрого рывка в области науки и техники. Иного, как говорится, дано не было. В этих условиях образ "женщины на тракторе" явно терял свою актуальность. Был нужен образ, символизирующий не просто включенность женщин в производство наравне с мужчинами, но их способность конкурировать с мужчинами в наиболее наукоемких, высокотехнологичных производствах и видах деятельности. Статистика свидетельствует, что в 60-е годы доля женщин в общей численности специалистов с высшим и средним образованием превосходила соответствующий показатель у мужчин и постоянно увеличивалась. Так, в 1960 г. она составляла 59% и сохранялась на уровне 60% вплоть до 1985 г. [10, с. 68]. Рождение образа "космической Золушки" в лице В. Терешковой было легко прогнозируемой закономерностью. Одних пример В. Терешковой вдохновлял штурмовать вузы, вторым дарил несбыточные надежды на вторжение космоса в их земную жизнь и, пожалуй, всех переполнял гордостью за страну Советов, которая "вперед планеты всей" совместила женщину и космос. Последнее было крайне важно. Идеологические средства мобилизации энергии масс в условиях игнорирования материальных стимулов выходили на первый план.

Но вот забрезжили 70-е годы. От хрущевского "догнать и перегнать" страна перешла к затяжному противостоянию капиталистической системе. Ни быстрой победы космического свойства, ни успехов, удивляющих мир, страна предложить уже не могла. Требовались новые "Золушки", долготерпящие, исполнительные и менее романтические. Стало понятно, что советские женщины еще не одно поколение будут выполнять технически не облагороженную работу. Подвиг Светланы Савицкой уже не имел заметного общественного резонанса не потому, что она была не первой, а второй женщиной-космонавтом. Суть была в ином: С. Савицкая не могла быть символом жизненного успеха для миллионов советских женщин, когда несбыточность надежд на глобальное изменение содержания труда как результата НТР стала очевидной.

Начавшееся в годы оттепели брожение в умах привело к невозможности кристаллизации отчетливого нового образца для подражания. К тому же к 70-м годам четко обозначилась половая сегрегация промышленного производства. Так называемые традиционно женские отрасли предьявляли спрос на деятельность, основанную более на навыках, нежели на знаниях, более на повторении простейших операций, нежели на высоком уровне профессионализма. Как следствие — появление неярких образов, таких, как ткачиха В. Голубева. Доведенные до автоматизма движения, сосредоточенность на выполнении определенного набора простейших операций, скорость и аккуратность их выполнения, неприхотливость по отношению к содержанию труда и его условиям - таковы слагаемые "успеха" этого образа. Хотите быть столь же любимы и признаны партией и народом? Развейте у себя эти качества.

В целом наблюдалось устойчивое отставание женщин от мужчин по уровню квалификации. В промышленности, например, женщины составляли 2/3 всех работников, имеющих минимальные разряды [10, с. 84]. (Низкий уровень квалификации ограничивает возможности повышения заработной платы). Это вело к закреплению значительной части женщин на работах с неблагоприятными условиями, где система надбавок за тяжесть и вредность рассматривалась женщинами как наиболее реальная возможность увеличения их

заработков. Не случайно в бывшем СССР среди занятых в ночные смены численность женщин превышала численность мужчин [11]. И это при том, что законодательно труд женщин в ночное время был запрещен<sup>1</sup>.

### "Золушки" постсоветского периода

Коренная ломка прежней социально-экономической и политической системы диктовала необходимость поиска адекватного женского образа как персонификации жизненного успеха, возможного именно благодаря рыночным преобразованиям общества.

Для наиболее энергичных и верящих в свои силы (а также имеющих стартовый капитал в виде денежных накоплений, связей, профессиональных знаний и менеджеральных навыков) был предложен образ женщины-предпринимателя. Персонификаций - множество. Наиболее яркая - И. Хакамада. К тому же этот образ обозначал заманчивую для нашего сильно политизированного общества перспективу плавного перетекания успешной предпринимательской деятельности в политическую.

Но таких женщин (увы или к счастью) - немного. Алгоритм превращения в "Золушку" такого рода для большинства российских женщин, во-первых, малодоступен, во-вторых, неприемлем. Что касается малой доступности превращения в "Хакамаду", то здесь, как говорится, комментарии излишни. Все-таки управлять трактором или довести трудовые навыки до состояния автоматизма и организовать процветающий бизнес - задачи разнопорядковой сложности. Конечно, в космос тоже не все могли полететь, однако значимость образа В. Терешковой этим не умаляется. Да, действительно, космос для большинства был закрыт, но некоторое приближение к нему в виде получения высшего образования, освоения современных технологий, научно-исследовательской деятельности было реальностью для миллионов советских женщин. Образ на то и образ, чтобы показывать лишь направление движения, но не гарантировать тождественности результатов. С бизнес-леди все оказалось сложнее. Даже некоторое приближение в виде открытия карликовых фирм, взятия патента на индивидуальную-трудовую деятельность и прочих видов так называемого экономически активного поведения оказались уделом немногих, исключительно сильных и энергичных представителей женского рода. В условиях криминальных поборов, налогового пресса, чехарды законов, дороговизны кредитов и прочих атрибутов российского рынка вхождение женщин в число предпринимателей оказалось более чем проблематично. Для России середины 90-х годов как ничто подходит: "Легко делают только большие деньги". Женский бизнес ориентирован на традиционно женские отрасли (общественное питание, бытовое обслуживание, дошкольное воспитание и т.п.), где "большие деньги" скорее исключение, чем правило [13].

Кроме того, в общественном мнении предпринимательство более соответствует особенностям мужского характера. (Это хорошо видно при анализе стилистических приемов и содержательных фабул, с помощью которых средства массовой информации рисуют образ женщины-предпринимателя [14].) В прошлом равноправие полов, узаконенное законодательно, не вошло в структуру социальных предпочтений на советских предприятиях. В бывшем СССР представительство женщин среди руководителей всех уровней управления было невелико. Даже в тех отраслях экономики, где женщины составляли подавляющее большинство занятых, их доля среди руководителей не соответствовала распределению работников по полу [15]. Эта ситуация породила "эффект эха" применительно к современному российскому деловому миру. В основе значительного числа проблем и ограничений, испытываемых женщинами-предпринимателями, лежат тендерные стереотипы общества. Движение по направлению к сияющему образу И. Хакамады оказалось для большинства российских женщин проблематично и, наконец, нежелательно.

Речь идет об отторжении этого образа многими российскими женщинами по причине их сдержанного отношения к ценностям феминистского толка, что, думается, объясняется следующими причинами. Во-первых, на наш взгляд, российское общество - общество крайностей. Возможно, не отдавая себе в этом отчета, россиянки интуитивно опасаются экстремизма в усвоении феминистской идеологии. Во-вторых, равенство полов в советском варианте помимо бесспорных достижений имело и явно выраженные негативные по-

<sup>1</sup> Заметим, что эта ситуация сохранилась и в 90-е годы: "...несмотря на ограничения и запреты в неблагоприятных условиях на производстве работает 3,5 млн. россиянок, а 285 тыс. - даже в особо тяжелых и вредных условиях" [12].

следствия в виде сокращения рождаемости, роста числа женских преступлений. В результате в общественном сознании возникло смешение собственно идеи и конкретной практики ее реализации в конкретной стране.

Итак, образ бизнес-леди мог консолидировать лишь часть женского населения, что, в принципе, и сделал. Но у каждого времени должна быть своя версия Золушки. Если в "Золушку"-Хакамаду верят далеко не все (и с полным основанием, если брать в расчет социально-политические и экономические условия, в которых должно произойти обещанное превращение), то нужно продублировать этот образ иным типом Золушки, что и было сделано средствами массовой информации посредством светских репортажей о жизни жен "новых русских". У такого варианта Золушки есть явные преимущества: во-первых, он может претендовать на массовость; во-вторых, жизнь этих жен, с подачи СМИ, действительно представляется сказочной; в-третьих, для достижения этой модели женского успеха важны не столько профессиональные, сколько чисто женские таланты и навыки, изрядно подзабытые, а потому особенно притягательные. Внедрение в массовое сознание символа успеха, понимаемого как выверенное замужество, было подготовлено тем обстоятельством, что конфликт между домом и работой, семейными и профессиональными обязанностями являлся неотъемлемой чертой образа жизни советских женщин на протяжении десятилетий. Исследования 70-х годов свидетельствуют, что для более чем половины опрошенных женщин проблема совмещения семейных и профессиональных ролей являлась трудноразрешимой [16]. В постсоветской практике этот конфликт сохранил свою актуальность. Усталость от совмещения семейных и профессиональных обязанностей проявляется, в частности, так: 76% россиянок согласны с тем, что "вся семейная жизнь страдает, если женщина работает полный день" (для сравнения: только 25% канадских женщин согласны с этим утверждением) [17].

Таким образом, жены "новых русских" - это не просто некая социальная группа со специфическим образом и стилем жизни, ценностной системой и семейными установками, но и некий обобщенный образ жизненного успеха, который внедряется в сознание российских женщин и который некоторые из них пытаются реализовать. С подачи СМИ жены "новых русских" являются как бы демонстрантами соблазнительных возможностей эпохи рынка. Отсюда такое открытое любование и столь же явная неприязнь к их стилю и образу жизни со стороны социального окружения в зависимости от степени рыночной ориентированности последнего. Трактовка положения жены "нового русского" как модели жизненного успеха уникальна тем, что впервые за весь период с 1917 г. успех определяется не непосредственными результатами достигательной мотивации, а принадлежностью к определенной социальной группе по факту замужества.

Безусловно, и в советский период специфика образа жизни и уровня потребления жен высокопоставленных чиновников имела место. Привилегии, о которых так мучительно долго вспоминают нынешние демократы, распространялись на все семейство. Однако принципиально важно отметить два момента, отделяющие дни минувшие от нынешних.

Первое: возможности, получаемые семейством в связи с должностным продвижением, всячески вуалировались. Делалось это как на государственном уровне, так и на уровне семьи. Официально признанным был миф о принципиальной схожести условий и образа жизни всех и каждого. От семейств тех, кто "наверху", требовалось своего рода мимикрия. Иногда она балансировала на грани абсурда, а фрагменты интервью высокопоставленных чиновников вопиюще расходились с жизненными наблюдениями "простого советского человека". Однако к корректировке официальной версии это не приводило. Второе: всячески акцентировалось то обстоятельство, что семья людей, наделенных властью (почетом, славой и т.д.), создавались задолго до того, как к ним пришли вышеупомянутые атрибуты социальной выделенности<sup>TM</sup>. Чем выше был пост должностного лица, тем ревностнее осуществляли контроль за сохранением его семьи как ячейки общества. Совместность пройденного пути (обязательно долгого и трудного) как бы реабилитировала в общественном сознании специфику образа жизни и уровня потребления: "Сначала жили в общезжитии...", "Костюм на свадьбу одолжил у друга". Подчеркивалась постепенность результата, что, в условиях плановой экономики, было синонимом справедливости и разумности.

Применительно к женам "новых русских" ситуация диаметрально противоположная. Безусловно, жизнь - чрезвычайно разнообразна, и какие только сценарии она ни реализует, однако мы ведем речь о наиболее типичной модели, получившей своего рода "прописку" в общественном сознании. Диаметральность ситуации проявляется не просто в отсутствии попыток социальной мимикрии, а, наоборот, в афишировании повышенных возможностей потребления самых различных благ. Кроме того, "новых русских" отличает чрезвычайно

Идеологическое пестование определенной модели социально одобряемого поведения женщин включает в себя три обязательных элемента. Во-первых, акцентируется социальная узнаваемость образа; во-вторых, модулируется вера в то, что успех заключен в способности личности воспитать в себе демонстрируемые этим образом качества; в-третьих, рекламируется гарантированность обещанного вознаграждения.

Эволюция рекламируемого и символизирующего успех женского образа отражает смену общественных ориентации и, на наш взгляд, выглядит следующим образом. П. Ангелина - символ слома традиционной тендерной сегрегации производства, утверждения принципиальной совместимости мужских видов деятельности и женской природы. Однако мужчины, уступив место на тракторе, устремились в космос. Образ В. Терешковой являет собой надежду на возможность равноправия мужчин и женщин не только в низкоинтеллектуальных видах деятельности и видах деятельности с тяжелыми условиями труда, но и в высокопрестижных, а также на скорое и существенное улучшение условий и содержания труда как результата НТП. Несбыточность последнего, а также очевидность сохранения монотонного труда даже при множественности космических побед, потребовала корректировки образа, на который бы равнялись миллионы женщин. Нужно было настроить общество на добросовестный каждодневный труд, причем в его наиболее узнаваемых формах. Соответственно, пришло время "высокотехнических ткачих", чей образ символизировал придание каждодневному труду статуса героических будней.

Применяя эту логику к России 90-х годов, думается, не будет преувеличением сказать, что в общественном сознании середины 90-х наиболее притягательными женскими образами являются: женщина-предприниматель и жена "нового русского". Антагонистичность этих образов - кажущаяся. И тот, и другой - маяки рыночных отношений, появлению которых данные образы и обязаны самим фактом своего существования. Первый - символизирует успех, который в условиях рынка может прийти к наиболее энергичным и предприимчивым представителям женского рода; второй - утешительная лотерея для тех, кто этими качествами не обладает.

У каждого времени свои Золушки... Отметим: по тому, каков женский кумир данного общества, можно сказать, что это за общество, каковы его цели и какими средствами оно пытается их реализовать.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Элиаде М.* Аспекты мифа / Перевод с франц. М.: Академический проект, 2000, с. 182.
2. См. *Миллер В.Ф.* Всемирная сказка в культурно-историческом освещении // Русская мысль. 1893. XI.
3. *Пропп В.* Морфология сказки. Л., 1928.
4. См. *Волков Р.М.* Сказка. Розыскания по сюжетосложению народной сказки. Т. 1. Сказка великорусская, украинская, белорусская. Киев, 1924.
5. См. *Веселовский А.Н.* Соч. в 3 т. Вып. 1. Т. 2. М., 1913.
6. См. *Пропп В.* Исторические корни волшебной сказки. Л., 1946.
7. См. *Харькова Т.Л.* Демографический баланс России: 1927-1959 гг. // Мир России. 1999. № 4.
8. См. *Волков А.Г.* Эволюция российской семьи в XX веке // Мир России. 1999. № 4.
9. *Ильин В.И.* Государство и социальная стратификация советского и постсоветского общества 1917-1996 гг. Сыктывкар, 1996, с. 227.
10. Тенденции социокультурного развития России. 1960-1990 гг. / Отв. ред. *И.А. Бутенко, К.Э. Разлогов.* М., 1996.
11. См. Женщины и социальная политика (гендерный аспект). М., 1992.
12. *Силласте Г.Г., Кожамжарова Г.Ж.* Социальная дискриминация женщин как предмет социологического анализа // Социол. исслед. 1997. № 12, с. 117.
13. См. *Барсукова С.Ю.* Женское предпринимательство: специфика и перспективы // Социол. исслед. 1999. № 9.
14. См. *Барсукова С.Ю.* Образ Женщины-предпринимателя в средствах массовой информации // ЭКО. 1998. № 2.
15. См. *Сергеева Г.П.* О концептуальном подходе к проблеме участия женщин в управлении обществом // Женский вопрос: точки зрения и подходы к новому осмыслению. М., 1991.
16. См. *Янкова Я.* Советская женщина. М., 1978.
17. См. *Чернова И.И.* Женщины и работа: мнения россиян и канадцев // Социол. исслед. 1999. № 12.
18. См. *Барсукова С.Ю.* Кто такие "новые русские"? // Знание - сила. 1998. № 1.