

Антонов Георгий Вячеславович

ФАКТОРЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ, ОТВЕТСТВЕННЫХ ЗА ВОСПРОИЗВОДСТВО ПОКОЛЕНИЙ

В статье представлены основные результаты социологического исследования факторов демографической социализации категорий населения г. Волгограда и Волгоградской области в возрастах 21-35 лет как ответственных за воспроизводство поколений в регионе. Дан сравнительный анализ направленности и интенсивности влияния таких факторов на процесс формирования демографических установок указанных категорий населения. Обоснован вывод о невозможности в условиях существующих социокультурных норм брачности, детности и поддержания индивидуального здоровья реализации эффективной демографической политики только мерами социально-экономического или административного характера.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2013/9/3.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2013. № 9 (76). С. 17-21. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2013/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

6. Ансокова Д. В. Англоязычный политический дискурс: функциональная характеристика // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2012. № 2. С. 58-61.
7. Артхаус [Электронный ресурс]. RL : . /Арт-хаус (дата обращения: 30.07.2013).
8. Барт Р. Фрагменты речи влюбленного. М.: Ad Marginem, 1999. 431 с.
9. Бахтин М. М. Работы 1940-х – начала 1960-х годов. М.: Русские словари; Языки славянских культур, 1997. 152 с.
10. Борботько В. Г. Общая теория дискурса: принципы формирования и смыслопорождения: дисс. ... д. филол. н.: 10.02.01. Краснодар, 1998. 250 с.
11. Волкова Т. А. Дипломатический дискурс в аспекте стратегичности перевода и коммуникации: на материале английского и русского языков: дисс. ... к. филол. н.: 10.02.20. Челябинск, 2007. 231 с.
12. Гийому Ж., Мальдидье Д. О новых приемах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса // Квадратура смысла: французская школа анализа дискурса / пер. с франц. и португ.; общ. ред. и вступ. статья П. Сервио; предисл. Ю. С. Степанова. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 1999. С. 124-136.
13. Горшкова В. Е. Концепция «культурной дистанции» и перевод кинодиалога // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М. Ф. Решетнева. Красноярск, 2006. Вып. 2 (9). С. 178-179.
14. Зайченко С. С. Некоторые особенности кинодискурса как знаковой системы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 4 (11). С. 82-86.
15. Зарецкая А. Н. Особенности коммуникации адресата и адресанта кинодискурса // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). Филология. Искусствоведение. Вып. 60. С. 152-153.
16. Кох В. Предварительный набросок дискурсивного анализа семантического типа // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста / сост., ред. и вступ. статья Т. М. Николаевой. М.: Прогресс, 1978. Вып. VIII. С. 149-171.
17. Кристева Ю. Французская семиотика. От структурализма к постструктурализму. М.: ИГ «Прогресс», 2000. 481 с.
18. Левенкова Е. Метафорические параллели в институциональном политическом дискурсе Великобритании и США // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2010. № 4. С. 65-69.
19. Лисс З. Эстетика киномузыки. М.: Музыка, 1970. 497 с.
20. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллинн: Ээсти Раамат, 1973.
21. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
22. Мейнстрим [Электронный ресурс]. URL: ru.wikipedia.org/wiki/Мейнстрим (дата обращения: 13.08.2013).
23. Пятигорский А. М. С отвращением отношусь к подтексту // Искусство кино. 2000. № 12.
24. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе [Электронный ресурс]. URL: http://www.vspu.ru/~axiology/ggs/ggsbook02.htm (дата обращения: 30.07.2013).
25. Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине: по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. М.: Касталь, 1996.
26. Brown G., Yule G. Discourse Analysis. Cambridge University Press, 2008. 288 p.
27. Jenny L. L st t e l f m . P s: E t ns S l, 1976. 281 .

УДК 316.36+314.1

Социологические науки

В статье представлены основные результаты социологического исследования факторов демографической социализации категорий населения г. Волгограда и Волгоградской области в возрастах 21-35 лет как ответственных за воспроизводство поколений в регионе. Дан сравнительный анализ направленности и интенсивности влияния таких факторов на процесс формирования демографических установок указанных категорий населения. Обоснован вывод о невозможности в условиях существующих социокультурных норм брачности, детности и поддержания индивидуального здоровья реализации эффективной демографической политики только мерами социально-экономического или административного характера.

Ключевые слова и фразы: демографическая социализация; воспроизводство населения; активный репродуктивный возраст; агенты социализации; демографическое поведение; прикладная социология.

Антонов Георгий Вячеславович, к. соц. н., доцент
Волгоградский государственный университет
antonovgv@mail.ru

ФАКТОРЫ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ, ОТВЕТСТВЕННЫХ ЗА ВОСПРОИЗВОДСТВО ПОКОЛЕНИЙ[©]

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований № 12-13-34000 «Социальные факторы формирования демографических установок населения».

Обычно, когда речь заходит о социализации индивида, подразумеваются детские или подростковые возраста. Это вполне справедливо, поскольку данный процесс наиболее интенсивно проходит именно в периоды детства и юношества. В более зрелых возрастах усвоение норм и ценностей, образцов и стереотипов

поведения может происходить столь же активно только в случае резких изменений повседневного уклада жизни, например, из-за переезда на постоянное место жительства в другую страну. Группы населения, ответственные за воспроизводство поколений, безусловно, относятся к категории взрослых людей, в связи с чем может возникнуть вопрос: какой смысл изучать факторы социализации взрослого человека, то есть уже сформированной личности?

Этот смысл состоит в следующем. Во-первых, социализация протекает на протяжении всей жизни человека, пусть у взрослых это происходит и не настолько явно, как у детей и подростков. Во-вторых, демографическая социализация, то есть формирование брачно-семейных, репродуктивных и самосохранительных установок, по сравнению с социализацией общей имеет целый ряд особенностей, достаточно подробно описанных в научной литературе [3]. В-третьих, как бы вяло не происходили формирование новых демографических установок или трансформация уже имеющихся, они всё-таки формируются либо видоизменяются и уже в таком (новом) качестве могут быть переданы следующему поколению, например, собственным детям, у которых процесс социализации, и демографической в том числе, как раз в данный момент наиболее активен.

В этой связи сравнительный анализ интенсивности (сильные/слабые) и направленности (положительные/отрицательные) основных социальных факторов социализации категорий населения, ответственных за демографическое воспроизводство, представляется более чем актуальным. В качестве такой категории в рамках проводимого нами исследования выступили жители г. Волгограда и Волгоградской области в возрастах 21-35 лет как группа населения, находящаяся в активном репродуктивном возрасте (статистически частота рождений в этой группе наиболее высока по сравнению с другими возрастными категориями [2]). Методы сбора первичной информации – анкетный опрос (n=557), глубинные интервью (n=20) и контент-анализ той информации, которую постоянно транслируют указанной категории населения наиболее значимые (по мнению самих респондентов) каналы и агенты социализации, на предмет выявления в ней ценностей, норм и образцов демографического поведения.

Как уже было выявлено в рамках нашего исследования ранее, основные социальные факторы формирования демографических установок у 21-35-летних по интенсивности их воздействия подразделяются на следующие группы (в порядке убывания интенсивности):

- сильное воздействие – (1) Интернет, (2) коллеги по работе, учёбе или бизнесу;
- выше среднего – (1) родственники, друзья, знакомые, (2) музыкальная продукция, (3) книги;
- среднее (умеренное) – (1) телевидение;
- ниже среднего – (1) кинотеатры;
- слабое – (1) религия, (2) культурные учреждения (театры, музеи, выставки и т.п.), (3) радио [1].

Для примера рассмотрим направленность влияния факторов с сильным воздействием.

Интернет

Опрошенные чаще всего (по их собственным оценкам) посещают следующие сайты:

- социальные сети – 25,86%;
- новостные – 15,62%;
- поисковые – 11,85%;
- познавательные/Википедия – 7,37%;
- электронная почта – 7,24%;
- сайты организаций – 6,83%;
- магазины «он-лайн» – 2,88%;
- разные / всё подряд – 1,80%;
- прочие сайты чаще всего посещают менее 1% каждый.

Среди социальных сетей наибольшую популярность у опрошенных имеют следующие:

- «Одноклассники» – 21,73%;
- «Facebook» – 12,03%;
- «ВКонтакте» – 7,18%;
- «Мой мир» – 6,82%;
- «Twitter» – 4,31%;
- прочие социальные сети – 1-2% или доли процента каждая.

Глубинные интервью показали, что обмен информацией в социальных сетях или просто поиск информации на перечисленных выше сайтах с точки зрения формирования установок на пожизненный брак с несколькими детьми и здоровый образ жизни можно оценить как частично нейтральный, а частично отрицательный. Это означает, что общение в социальных сетях либо наиболее популярные сайты в лучшем случае не ориентируют на позитивное демографическое поведение, а в худшем – ориентируют на прямо противоположное. Под позитивным демографическим поведением мы понимаем такое, которое ведёт к простому или расширенному воспроизводству населения, то есть способствует преодолению депопуляции, тогда как негативное демографическое поведение в массе своей приводит к суженному воспроизводству.

Информант № 1: *...в «Одноклассниках» женщины в возрасте 21-35 лет чаще всего обсуждают болезни своих детей и чем их лечить (это очень популярные форумы), обсуждают, как лучше развивать своего ребёнка, обсуждают школы, развивающие центры для детей... Если нет детей, то обычно обсуждают, где, что и сколько стоит, где можно получить скидку на ту или иную услугу или товар, что и где попить...*

Информант № 2: *...после просмотра сайта «Одноклассники» складывается впечатление, что там выкладывают информацию какие-то очень прагматичные люди, они постоянно ищут какую-то выгоду (скидки какие-то, подешевле купить, подороже продать), некоторые своё богатство показывают, многие очень обеспечены – могут позволить себе многое, любят красоту и вообще у них идиллия...*

Информант № 3: *...социальные сети заменяют нам общение на лавочках, как это было раньше...*

Приведённые мнения типичны. Кроме того, выборочный контент-анализ информации, передаваемой посредством социальных сетей, полностью подтверждает данные глубинных интервью. В частности, в сети «Одноклассники» наиболее часто размещается следующая информация: фотографии с мероприятий, где человек выглядит презентабельно (например, со свадьбы), фотографии своих детей и их успехов (соревнования, медали, дипломы, грамоты), фотографии с мест отдыха (море, курорт, турбаза); женщины часто обсуждают то, что продают в магазинах, услуги (например, парикмахерские); демонстрируются свои интересы, а также участие в различных играх, которые предлагает социальная сеть.

В сети «ВКонтакте», помимо уже перечисленного, 25-30% информации – объятия, поцелуи, обнажённые тела (без порнографии). Для мужчин в изучаемом возрастном интервале гораздо более характерно распространение следующей информации: рыбалка (фотографии с рыбой, информация о рыбе, о самой рыбалке, информация об очередном улове), охота (по такому же принципу); интересы, хобби (чаще всего внесемейные), фотографии с шашлыком в кругу друзей (не с семьёй); мужчины практически не размещают в социальных сетях фото семьи и дома, не обсуждают своих детей, не заботятся, как правило, о своём внешнем виде на фотографиях (в отличие от женщин); кроме того, у мужчин очень много информации с сайта «y t b . c m» (видео с автогонками, с юмором, с техникой и т.д.).

Коллеги по работе, учёбе или бизнесу

Информант № 4: *...мои коллеги? они все очень практичные, продуманные, все свои покупки обдумывают, взвешивают все «за» и «против»...*

Информант № 5: *...обязательно отдыхают летом и обязательно в другом городе (регионе) – не там, где живёшь. Обязательно есть желание иметь второго ребёнка, если есть первый – это очень обсуждаемая тема...*

Информант № 6: *...живут в канонах современного общества: ходят в кафе, к врачам и вообще следуют большинству современных тенденций, не задумываясь о них – хорошие они или плохие...*

Информант № 7: *...о чём в основном говорят? Обо всём: о проблемах, о детях, об ипотеке, о проблемах в семье – мужа/жены, успехи или болезни детей; где что купить/продать, могут фотографии принести на флешке/телефоне показать...*

Эти мнения также типичны. Более того, они вполне подтверждают мнения об общении в социальных сетях и результаты контент-анализа той информации, которой 21-35-летние обмениваются в социальных сетях. Поэтому и вывод напрашивается аналогичный: это практичные и прагматичные люди, живут в основном материальными интересами, любят своих детей, беспокоятся о них, но при этом гордиться принято не количеством, а «качеством» детей, то есть их успехами, достижениями, «незаурядными» (в представлении родителей) качествами. Причём для подобной гордости вполне достаточно и одного ребёнка, а второй рассматривается уже как идеальный и часто недостижимый вариант. Тех же в возрасте 21-35 лет, кто уже имеет двоих детей и при этом всерьёз задумывается о третьем, нам в рамках проведения глубинных интервью встретить не удалось. Поэтому влияние Интернета, а также коллег по работе, учёбе или бизнесу на процесс формирования демографических установок мы оцениваем как отрицательное.

Из вышеизложенного можно сделать и более общий вывод: само современное общество в лице его основных институтов таким образом ориентирует среднестатистического человека в сфере демографического поведения, что потребности отдельной личности или семьи приравниваются к потребностям общества либо даже ставятся выше последних, из чего следует, что потребности общества не должны удовлетворяться в ущерб потребностям отдельной семьи или личности. В частности, это касается и репродуктивного поведения (репродуктивной функции семьи): если существует противоречие между потребностью общества в среднем числе детей в семье и средним уровнем потребности в детях на уровне отдельной семьи или личности, то должна быть реализована потребность семьи или личности, но не общества, то есть выполнена репродуктивная индивидуальная, а не социальная функция.

Противоречие между потребностью в детях личности и общества с точки зрения структурно-функционального анализа является противоречием между двумя видами социальной необходимости: в поддержании уже существующих поколений и в воспроизводстве новых. В традиционном обществе институт семьи, помимо всего прочего, обеспечивал необходимый баланс между поддержкой ныне живущих членов общества и рождением новых. Однако по мере модернизации традиционного общества, усложнения социальной структуры, образования многочисленных специализированных институтов, изменения характера труда, производства и поддержания существующих членов общества изменяется и характер воспроизводства новых поколений, а институт семьи, как правило, уже не компенсирует указанное противоречие. Существенными моментами в этом процессе являются во-первых, развитие и дифференциация институтов, специализирующихся именно на поддержании существующих поколений, а не воспроизводстве новых, а во-вторых, усиление ценностей индивидуализма и выдвигание их на первый план по сравнению с ценностями семейными и, более широко, – с социальными целями.

Аналогичная ситуация складывается и со всеми другими, менее значимыми, агентами и каналами демографической социализации (кроме религии). Все они, независимо от интенсивности воздействия на процесс формирования демографических установок, характеризуются нейтральной либо отрицательной направленностью такого воздействия, то есть или просто не способствуют формированию позитивных демографических установок, или способствуют формированию негативных. Только религия (основные мировые конфессии, наиболее распространённые в современной России) имеет положительное влияние на рассматриваемый процесс, но в силу низкой интенсивности такого влияния не может заметно повлиять на демографическую ситуацию в масштабах всей страны (исключение составляют отдельные регионы Северного Кавказа).

В частности, на основании результатов проведённых глубинных интервью и контент-анализа можно сделать следующие выводы относительно направленности воздействия основных социальных факторов демографической социализации:

- родственники, друзья, знакомые – отрицательное;
- музыкальная продукция (включая клипы) – отрицательное;
- книги – нейтральное;
- телевидение – отрицательное;
- кинотеатры – отрицательное;
- религия – положительное;
- культурные учреждения (театры, музеи, выставки и т.п.) – нейтральное;
- радио – отрицательное.

Таким образом, единственным агентом социализации, формирующим положительные демографические установки, является институт религии. От всех других агентов демографической социализации его отличают две ключевые особенности. Во-первых, транслируемые социальные нормы демографического поведения данный институт создаёт самостоятельно, не заимствуя их ни откуда. Все остальные рассмотренные нами агенты демографической социализации указанные нормы только передают, не являясь их первоисточниками. Во-вторых, нормы демографического поведения, распространяемые институтом религии, имеют очень древнее происхождение: им уже как минимум несколько столетий, а чаще всего и тысячелетий. Образцы демографического поведения, передаваемые другими агентами социализации, напротив, появились относительно недавно – им всего несколько десятков лет.

Эти особенности имеют решающее значение. Нормы демографического поведения, транслируемые институтом религии, сформировались в то время, когда многодетность была ключевым фактором выживания семьи, рода, общины или общества в целом. В условиях постоянных войн, эпидемий, полного отсутствия медицинской помощи и, как следствие, высокой смертности в молодых возрастах, в том числе в младенчестве, высокая рождаемость выступала единственным способом компенсировать перечисленные негативные тенденции. Именно поэтому любые отклонения от многодетного демографического поведения резко осуждались окружающими и, более того, за это полагались серьёзные негативные санкции. Многодетное демографическое поведение автоматически подразумевает раннее вступление в брак, а также недопустимость добрачных и внебрачных сексуальных контактов, разводов, аборт и тому подобных явлений. Кроме того, отдельно взятой расширенной патриархальной семье было выжить тем проще, чем больше было «рабочих рук», которыми в силу простоты и однообразия большинства внутрисемейных трудовых операций могли считаться дети уже с достаточно раннего возраста.

Такая система норм демографического поведения продолжала по инерции действовать и некоторое время после того, как острая необходимость в их неукоснительном соблюдении отпала (этот период длился от нескольких десятилетий до нескольких столетий в разных странах). Так происходило потому, что эти нормы какое-то время всё ещё передавались новым поколениям через механизмы социализации. Разрушаться же система традиционных норм демографического поведения стала тогда, когда агенты социализации один за другим перестали транслировать эти нормы детям и подросткам. Только религия в современном обществе продолжает ещё формировать положительные демографические установки, но её социализирующее воздействие слишком незначительно на фоне нормативного давления всех остальных каналов и агентов социализации.

Иначе говоря, система социального контроля, прямо навязывая индивиду в традиционном обществе многодетное демографическое поведение, в современном неявно и опосредованно способствует обратному, выдвигая на первый план ценности благосостояния, индивидуального бытового комфорта, материальных благ. При этом названные ценности в современных западных обществах провозглашаются в качестве приоритетных при активном и целенаправленном содействии государства – основного института социального контроля в любом обществе. Личность же в процессе социализации всего лишь усваивает господствующие в обществе нормы, ценности, образцы и стереотипы мышления и поведения, результатом чего является массовое стремление к материальным благам в ущерб всему остальному. Возможно, лёгкость, с которой усваиваются эти нормы и ценности, обусловлена тем, что они очень «удобны» для индивида, совпадают с индивидуальными потребностями.

Однако конкретный источник распространения «современных» норм демографического поведения установить невозможно, поскольку его не существует. В современном обществе присутствуют такие тенденции, что большие массы людей начинают думать и вести себя одинаково, и эти нормы присутствуют везде, словно бы ни откуда и не возникая, они просто распространяются, не имея единого центра распространения или источника, то есть они как будто возникают одновременно в сознании у миллионов людей. И чтобы большинство людей снова захотели много детей и все свои интересы подчинили только этому, нужно какое-то мощное

внешнее воздействие, например, угроза вымирания, как это было в традиционном обществе. Из этого следует, что никакая демографическая политика, основанная на мерах социально-экономического и административного характера, не в состоянии помочь преодолению депопуляции. В лучшем случае подобные меры помогут поднять рождаемость и другие демографические показатели в рамках существующих социокультурных норм поведения (например, в семье есть один ребёнок, и они хотят, но не решаются завести второго, тогда меры социально-экономического характера вполне способны привести к его рождению).

Список литературы

1. Антонов Г. В., Лактюхина Е. Г. Основные факторы формирования демографических установок категорий населения, ответственных за воспроизводство поколений // Научный диалог. 2013. № 6 (18): История. Социология. Этнография. С. 122-136.
2. Волгоградская область в цифрах 2011: краткий стат. сбор. Волгоград: Волгоградстат, 2012. 372 с.
3. Гольцова Е. В., Лещенко Я. А. Факторы социальной среды как детерминанты брачности и рождаемости // Социологические исследования. 2010. № 2. С. 125-130.

УДК 519.6

Физико-математические науки

Предложен метод построения графических изображений, которые иллюстрируют данные, относящиеся к значениям температурных полей водоемов. Графическое представление этих данных позволит осуществлять оперативную оценку результатов во время процесса моделирования термических полей водоема, а также корректировку расчетов с учетом первичного анализа полученных изображений.

Ключевые слова и фразы: визуализация; сеточная область водного пространства; графические изображения; термические поля водоема; температура.

Баклагин Вячеслав Николаевич, к.т.н.

*Институт водных проблем Севера Карельского научного центра Российской академии наук
slava.baklagin@mail.ru*

МЕТОД ПОСТРОЕНИЯ ГРАФИЧЕСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ ТЕРМИЧЕСКИХ ПОЛЕЙ ВОДОЕМА[©]

При моделировании термических процессов, происходящих в водоеме, очень важно получать результаты во время процесса счета модели, поскольку они служат в качестве предварительного анализа получаемых промежуточных данных [1; 2; 6]. Графическое отображение этих результатов является наиболее наглядным для первичного анализа. Поэтому необходимо разработать метод, который позволит получать изображения термических полей водоема.

Данными для графического построения термических полей водоема являются значения температуры точек водного пространства, полученные в результате расчетов значений температуры. Водное пространство водоема представлено трехмерной сеточной областью, узлы которой характеризуются температурой в точке водного пространства, где расположен этот узел.

Таким образом, температура представлена трехмерным массивом t , тип значения которого $double[,,]$. Элементы массива, которые не попадают в сеточную область водного пространства, имеют значение 10^{-9} , это определяется конфигурацией сеточной области, обусловленной батиметрией котловины.

Изображения строятся попиксельно, где каждому пикселю присваивается цвет, который характеризует значения температуры в данном узле. Размер изображения для каждой из отображаемых плоскостей соответственно равен $N_x \times N_y$, $N_y \times N_z$, $N_x \times N_z$, где N_x – количество узлов сеточной области по оси X , N_y – количество узлов сеточной области по оси Y , N_z – количество узлов сеточной области по оси Z .

Размеры сеточных областей для крупных водоемов, таких как Ладожское, Онежское озера, могут достигать сравнительно небольших значений в 100-200 узлов по каждой из осей сеточной области для их попиксельного отображения. Наглядное представление изображений, выводимых на экран, затруднено, поскольку их размер весьма мал для анализа. Проблема размеров может быть разрешена соответствием узлу сеточной области не одного, а четырех или девяти (и больше) пикселей. В этом случае изображение будет увеличено в два, три (и больше) раз. Но следствием принятия этого решения будет являться снижение общего качества изображений, выводимых на экран. В связи с этим предложен метод, при котором значения смежных узлов соответствуют цвету пикселей, находящихся в углах некой квадратной области $range$.

Пиксельные области, из которых состоит изображение, визуализирующее термические поля водоема, представлены матрицей: