

здорово! Дети – это счастье!	ленный на ребенка		
Просто так	Неосознанная аксиологическая мотивация	0%	0%
Ради Бога	Осознанная аксиологическая мотивация	2%	2%
Не знаю	Присутствие неосознанной аксиологической мотивации	2%	1%
Другое		2%	2%

Возможно, это связано со сложностью интерпретации трансформации собственных установок непосредственно после активного информационно-аксиологического воздействия и инерцией существующих в сознании стереотипных формулировок (то, что хочу больше рожать понятно, а почему, я еще не могу сформулировать). Однако, очевидно более осознанное отношение молодых людей к своему репродуктивному поведению: более чем в 2 раза (с 10% до 4%) сократилась неосознанная нормативная мотивация. Существенно выросла демографическая озабоченность (гражданская ответственность): (с 3% до 5%). Также необходимо отметить переориентацию психологической мотивации от себя к детям: первая сократилась с 35% до 31%, а вторая зеркально выросла с 38% до 42%. Здесь можно предполагать эффект присутствующих в лекции аксиологических установок на альтруизм. Некоторое увеличение (с 9% до 11%) экономической мотивации скорее означает снижение «экономического страха» перед рождением ребенка (данный посыл имел место в лекции).

Возможно первый эффект со временем ослабеет: ценности и установки во многом вернуться на свои прежние места. Однако столь резкие изменения репродуктивных установок оставляют право надеяться на закрепление эффекта у некоторых слушателей. Также можно предположить, что некоторые инертные или антагонистически настроенные слушатели даже в анонимном опросе не пожелали продемонстрировать изменения своих репродуктивных установок, однако, при реальном жизненном выборе они могут все-таки учесть те сведения, которые получили на лекции. Тем более, что после окончания лекции всем желающим предоставляются наглядные пособия, видеоматериалы, научная и медицинская литература по данному вопросу, а также сама лекция с аудиозаписью в электронном варианте.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что отечественные и зарубежные практики, формирующие позитивные репродуктивные установки молодежи на основе аксиологического воздействия демонстрируют свою эффективность и высокий потенциал использования аксиологического фактора в регулировании репродуктивного поведения, который может быть реализован в полной мере посредством использования инструментов, воздействующих на массы населения, прежде всего СМИ, системы образования, социальных институтов, искусства и литературы.

Список литературы:

1. Антонов А. И. Снижение репродуктивных установок и ориентаций российского населения в 1991—2007 годы // Демографические исследования. - № 7. URL: http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=20&idArt=1084 (дата обращения: 20.05.10).

УДК 159.9

ФЕНОМЕН ПРОШЛОГО В СИСТЕМЕ ЭМОТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ

Шуб Мария Львовна

кандидат культурологии, доцент

Челябинская государственная академия культуры и искусств, Челябинск

shubka_83@mail.ru

THE PAST PHENOMENON IN SYSTEM OF EMOTIVNY PERCEPTION

Shub Maria Lvovna

АННОТАЦИЯ – Отношение ко времени, в том числе и прошлому, является важной составляющей картины мира в любом историческом типе общества. Изучение восприятия прошлого способствует более глубокому пониманию актуального социокультурного пространства. Это и обуславливает чрезвычайно высокий исследовательский интерес к данной проблематике. В силу своей сложности и неоднозначности изучение феномена прошлого осуществляется в разных контекстах – субъективном и объективном, коллективном и индивидуальном, рациональном и эмоциональном. Именно последнему аспекту и посвящена данная статья.

ABSTRACT – The relation at the right time including to the past, is an important component of a picture of the world in any historical type of society. Studying of perception of the past promotes deeper understanding of actual sociocultural space. It also causes extremely high research interest in this perspective. Owing to the complexity and ambiguity studying of a phenomenon of the past is carried out in different contexts – subjective and objective, collective and individual, rational and emotional. This article is also devoted to the last aspect.

Ключевые слова: время, прошлое, восприятие прошлого

Keywords: time, past, perception of the past.

В современной исследовательской гуманитарной практике практически не осталось «белых пятен» - проблемных полей, которые бы не были охвачены учёными. Однако есть те из них, которые можно назвать по-настоящему актуальными. К ним можно отнести и феномен прошлого. Останавливаться подробно на причинах такой востребованности мы не будем, заметим лишь, что они связаны как с теоретическими, так и с практическими аспектами. В силу сложности и неоднозначности феномена прошлого его анализ подразумевает системность – изучение его в самых разнообразных контекстах: субъективном и объективном, коллективном и индивидуальном, рациональном и эмоциональном. В рамках данной статьи мы поговорим о последнем.

В 2012-13 гг. кафедра культурологии и социологии Челябинской государственной академии культуры и искусств проводила социологическое исследование, направленное на комплексное изучение отношение современных россиян к различным модусам времени, в том числе и к прошлому. В исследовании, согласно квотной выборке, приняло участие 550 жителей г. Челябинска. Инструментом исследования выступила анкета.

В рамках каждого блока анкеты мы обращались и к эмоционально-чувственным, и к рационально-знаниевым ресурсам респондентов, что позволило понять, как они ощущают прошлое и что они думают о нём. Таким образом мы хотели максимально расширить и углубить картину представлений о прошлом, продемонстрировав их сенсуалистскую и рациональную аспектации. Они интересовали нас в равной степени, однако представим более подробный анализ эмотивного восприятия прошлого. Для его осмысления мы предложили респондентам определиться с ассоциативными по отношению к прошлому категориями:

Таблица 1

Ассоциативные по отношению к прошлому категории

Варианты	%
Ретро	24,6
Традиция	21,2
Консервация	3,4
Классика	17,2
Память	52,6
Преемственность	8,3
Забывтое	10,2
Несостоявшееся	4,9

Далёкое	12,9
Старое, старость	6,2
Зрелое, надёжное	3,7
История	32,3
Наследие	11,4
Опыт	17,9
Архаика	0,6
Ностальгия	31,1
Другое (детство, юность, молодость)	2,2
Затрудняюсь ответить	0,6

Предложенные ассоциации тематически можно разделить на следующие блоки.

По форме представленности:

- эпитетные (подразумевающие раскрытие качества, свойства, особенности): зрелое, забытое, далёкое и пр.;
- феноменальные (называющие явление, а не его свойства): история, опыт, память, ностальгия и пр.

По вектору направленности:

- персонально-ориентированные (эмоционально связанные с внутренним миром человека, с его индивидуальными ощущениями): преемственность, зрелое, надёжное, старое, забытое, несостоявшееся, далёкое, опыт, детство, юность;
- социо-ориентированные (в некотором смысле абстрактные, имеющие общеисторический характер, относящиеся к обществу вообще, а не к конкретному человеку): ретро, традиция, консервация, классика, архаика, история, наследие;
- смешанные (с трудноопределимым или бинарным статусом): ностальгия, память.

По характеру эмоциональной окрашенности:

- нейтральные: ретро, память, традиция, опыт;
- позитивные: зрелое, классика, надёжное;
- негативные: старое, несостоявшееся;
- смешанные: ностальгия.

Каждая группа ассоциаций, точнее выбор в пользу той или иной из них, является репрезентативным инструментом определения эмоциональных, оценочных параметров отношения к прошлому, того, каким образом оно трактуется человеком – как нечто внешнее по отношению к нему, а потому эмоционально переживаемое весьма нейтрально (экстериорный статус прошлого) или как нечто, соотносимое с личностью, биографией, событийной реальностью респондента, а потому вызывающее остроэмоциональную реакцию как позитивного, так и негативного характера (интериорный статус прошлого).

Данную корреляцию между двумя статусами оценки прошлого подтверждают и ответы респондентов. Так, например, у выбравших среди прочих социо-ориентированную и нейтрально-эмоциональную ассоциацию «ретро» (а выбрать можно было от одного до трёх вариантов) наиболее востребованными оказались аналогичные по статусу варианты «память» (42,5%), «наследие» и «традиция» (по 26,3%).

В ситуации выбора в пользу, например, персонально-ориентированного эпитета «далёкое» параллельно осуществлялся выбор статусно близких категорий «память» (36,4%) и «опыт», а эпитета «зрелое, надёжное» – категорий «старое» (33,3%) и «ностальгия» (25%).

Таким образом, в целом можно сказать, что человек, у которого образ прошлого отождествляется с чем-то внешним, общеисторическим, социальным, а не личностно-переживаемым, чужим, а не своим, его (прошлое) оценивает в плоскости нейтрального эмоционального фона. И, напротив, человек, ощущающий прошлое в контексте собственной судьбы, трактующий его как собственное прошлое, и переживает его выражено позитивно или негативно в зависимости от личного опыта.

Интересно, что анализ корреляционных линий между выбором ассоциаций и возрастом респондентов не выявил никакой существенной динамики мнений. Все семь возрастных групп определили в качестве наиболее значимых в целом одни и те же варианты. Правда, для респондентов в возрасте от 18 до 49 лет третьим по популярности ответом стал «ретро» (36,8%, 22,7%, 40,4%, 26,3% соответственно), тогда как для респондентов более зрелого возраста он не попал в число востребованных. Это, вероятно, объясняется, прежде всего, коннотацией категории «ретро» и спецификой его восприятия людьми, находящимися на разных возрастных позициях. Для более молодых «ретро» – это нечто устаревшее, немодное, отсылающее к в глубокому прошлому, для более же зрелых людей, напротив, – часть их собственной жизни, а потому являющееся скорее феноменом настоящего, а не прошлого.

В целом же наиболее востребованными ассоциациями оказались «память» (52,6%), «история» (32,3%), «ностальгия» (31,1%) – нейтральными или смешанными по признаку эмоциональной оценки и по признаку вектора направленности, а также феноменальными по признаку формы представленности (выбор в пользу наименования явления, а не его признаков). Нам видится, что такая ситуация свидетельствует о том, что прошлое для основной части респондентов является интегративным феноменом, совмещающим в себе и свойства лично переживаемого явления и явления, отождествляемого с масштабными историческими и социокультурными процессами. При этом эмоциональная оценка прошлого воплощается в достаточно сбалансированных формах – и память, и история, и ностальгия не имеют вне конкретного смыслового контекста каких-либо ярко выраженных позитивных или негативных коннотаций, являясь скорее носителями потенциальных, нежели видимых смыслов.

УДК: 303.425:379.822 (072)

ПАРТИСИПАТИВНЫЙ МУЗЕЙНЫЙ ПРОЕКТ: ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Шуклина Елена Анатольевна
доктор социологических наук, профессор
Уральский федеральный университет, Екатеринбург
E-mail: shuklina_elena@mail.ru

A TARGET AUDIENCE OF THE PARTICIPATIVE MUSEUM PROJECT: RESEARCH RESULTS

Elena Shuklina
Doctor of Sociology, professor,
Ural Federal University, Ekaterinburg

АННОТАЦИЯ – В статье анализируется новое направление в развитии музейной сферы – «партиципативный музей», на материалах конкретно-социологического исследования целевой аудитории показана эффективность разработки музейных проектов в этой сфере, представлен опыт создания методологии и методики партиципаторного исследования, наиболее адекватного для изучения данной проблематики.

ABSTRACT – This article describes a new type of the museum - participative museum, and its target and actual audience. Sociological research reveals the efficiency of such museum projects, the article touches upon the methodology and methods of the participatory research used by the author.

Ключевые слова: партиципативная культура, культура участия, партиципативный музей, партиципаторное исследование.

Keywords: participative culture, participative museum, participative research.