

рекомендации по корректировке содержания и характера реализуемого ими родительского труда.

© Быкова Д.Г. Текст. 2016

Список источников

1. Багирова А.П., Быкова Д.Г. Оценка результатов родительского труда: методические принципы и система показателей // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 27. – С. 2-12.
2. Говорухин Г.Э. Семья как ценность и семейные ценности в российском обществе (социологическое исследование семейных ценностей студентов КНАГТУ) / Говорухин Г.Э., Андросова И.С. // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2015. – Т. 2. – № 3 (23). – С. 71-81.
3. Илышев А.М., Багирова А.П. Введение в репродуктивистику. Становление науки о воспроизводстве человека. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 304 с.
4. Лазарева М.С. Ценностные ориентации многодетной семьи в России // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – 2015. – № 7. – С. 359-362.
5. Об отдельных вопросах осуществления опеки и попечительства в отношении несовершеннолетних граждан: Постановление Правительства РФ от 18.05.2009 № 423 (ред. от 10.09.2015) // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
6. Рашитова Л.К. Монородительская семья как особый тип семьи // Электронный научный журнал. – 2015. – № 2 (2). – С. 523-526.

Информация об авторе

Быкова Дарья Георгиевна (Россия, Екатеринбург) – помощник депутата, Екатеринбургская городская Дума (620014, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 24а; e-mail: bykovadarya91@gmail.com)

Bykova D.G.

STRUCTURE OF THE INTEGRAL PARENTAL LABOR RESULTS' ASSESSMENT AT PRE-SCHOOL AND SCHOOL STAGES: RESEARCH EXPERIENCE

Methods for parental labor results' assessment include integral and group index. The paper presents the results of practical application of methods for assessing parental labor results at pre-school and school stages.

Keywords: parental labor, integral assessment, pre-school stage, school stage, group index

Information about the author

Bykova Daria Georgievna (Russia, Yekaterinburg) – assistant of local councilor, Yekaterinburg city Duma (Russia, 620014, Yekaterinburg, Lenina ave., 407; e-mail: bykovadarya91@gmail.com)

УДК: 314.172/60.5

А. И. Ворошилова

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СООБЩЕСТВА ПО СЕМЬЕ И РОДИТЕЛЬСТВУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ: ОСОБЕННОСТИ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

Статья посвящена анализу сообществ по семье и родительству в самой крупной социальной сети в России и СНГ «ВКонтакте». Данная сеть рассматривается в качестве одной из детерминант репродуктивного поведения молодежи.

Ключевые слова: социальные сети, интернет-сообщества социальных сетей, контент-анализ.

За последние 10 лет численность пользователей сети Интернет возросла в России в 10 раз. По данным ВЦИОМ, на сегодняшний день 70 % граждан в возрасте от 18 лет ежедневно пользуются интернетом [5]. Аналитические ресурсы сети Интернет фиксируют 84 млн уникальных пользователей на территории России. Проникновение Интернета в среду молодых россиян (16-29 лет) достигло предельных значений еще в 2014-2015 годах, по данным интернет-статистики, составляет сейчас 97 % [2].

Помимо этого, за последний год более чем в два раза (до 37,2 %) выросла доля россиян, пользующихся Интернетом со смартфонов. Это говорит о том, что более трети населения имеют непрерывный доступ в сеть в течение дня. Социальные сети охватывают 80 % дневной аудитории пользователей Интернета. Ежедневно в среднем пользователи тратят на онлайн-общение 40-60% времени [3]. В 2015 году самая крупная социальная сеть России и СНГ «ВКонтакте» оставила позади все крупнейшие российские телеканалы по охвату аудитории в день и месяц.

Совокупность вышеперечисленных характеристик (охват аудитории, частота использования, количество времени, проводимого в социальных сетях) делает социальные сети мощным инструментом информационной политики. Информация, подаваемая через столь мощный канал воздействия на молодежную аудиторию, несомненно, оказывает влияние на восприятие определенных социальных фактов, смыслов и образов. Тотальное проникновение социальных сетей как способа общения накладывает отпечаток и на ежедневные социальные практики. Исследователи отмечают, что социальные сети играют сегодня все более значимую роль в социализации и самовыражении молодежи [1, 6, 7], становясь ведущим и авторитетным информационным каналом, доводящим порой кого-то до крайних форм интернет-зависимости. В этой связи информационный контент социальных сетей, а также характеристики транслируемых в сети образов представляют собой несомненный интерес для анализа с точки зрения прогнозирования отношения в обществе к тому или иному вопросу. Влияние социальных сетей на аудиторию, в особенности молодежную, выступает значимой детерминантой социально одобряемых моделей поведения. С учетом неоднозначных прогнозов развития демографической ситуации в России [4] особенно актуальным становится исследование социальных сетей как детерминант моделей репродуктивного поведения. Изучение социальных сетей на предмет представленности в них темы семьи и родительства позволит определить основные тренды в формировании моделей репродуктивного поведения.

При анализе контента социальных сетей следует учитывать особенности способа подачи информации. В отличие от традиционных СМИ, в социальной сети контент поступает непрерывно, почти круглосуточно, небольшими дозами, тематически разрозненно, образуя некое «лоскутное одеяло» из смыслов и образов. Это разрывает цельность информационной картины, усиливает компоненту бессознательного в восприятии сообщений, затрудняя его рациональное осмысление.

Согласно интернет-статистике [2], половину времени в социальных сетях пользователи проводят за просмотром новостной ленты, которая формируется сообществами сети. Отметим, что под категорией «сообщества» в нашем исследовании понимаются виртуальные страницы социальной сети, объединяющие людей по интересам и представляющие собой площадку для обмена информацией. Новостная лента – это непрерывный новостной информационный поток сообщества, особенность которого заключается в отображении сообщений ленты у всех участников сообщества. Пост (от

итал. *posto*, прич. прош. вр. от *porre* «помещать», ср.: народнолат. *positum* – «помещённый») – это обособленная информационная единица сообщения в новостной ленте сообщества, содержащая законченную мысль.

Исследование было проведено в несколько этапов.

1. В качестве поля для контент-анализа образа родительства была выбрана уже упомянутая выше социальная сеть «ВКонтакте». Это было сделано на основании ряда характеристик: 1) «ВКонтакте» – наиболее крупная по количеству пользователей среди социальных сетей на территории России и СНГ, ежемесячная аудитория составляет порядка 47 млн чел. и охватывает 88 % пользователей Интернета; 2) данная сеть имеет наибольшую долю молодежи в своей структуре – 53 % пользователей в возрасте до 34 лет; 3) «ВКонтакте» является наиболее динамично развивающейся социальной сетью на территории России по совокупности показателей интернет-статистики (количество пользователей, охват аудитории, количество посещений) [2].

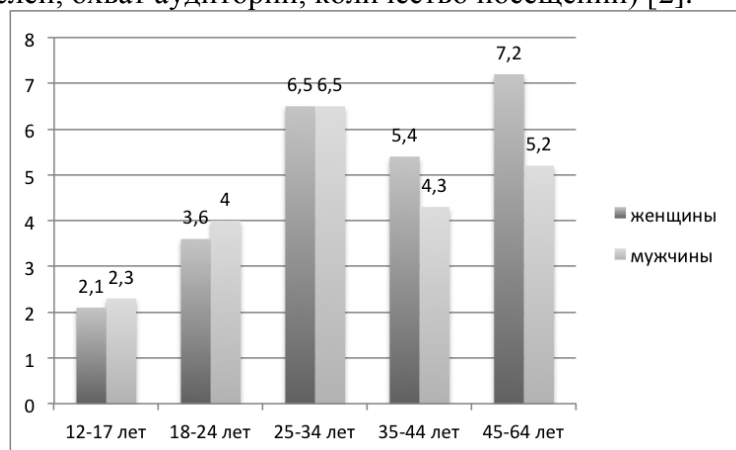


Рис. 1. Половозрастная структура социальной сети «ВКонтакте» ([2]; декабрь 2015, Россия (все города и населенные пункты, 12–64 лет), MAU, млн человек)

2. В структуре выбранной социальной сети были выделены сообщества, связанные с семьей и родительством, найденные по следующим ключевым словам: «семья», «родители», «мама», «мать», «ребенок», «папа», «отец». По результатам отбора было получено следующее распределение (табл. 1).

Следует сразу отметить погрешности количественного способа оценки. Так, обманчиво большое количество сообществ, содержащих в названии слово «папа», на самом деле особого отношения к семье не имеют, просто являются излюбленной темой для метафор и вариаций на тему «папина дочка», вульгарного выражения «папик» и проч. и по содержанию являются «цитатниками». Аналогичная ситуация с запросом по слову «мать» – это слово в сети приобрело несколько скабрёзный оттенок и соответствующее направление тематических сообществ. Слово «отец», напротив, приобрело религиозное значение и большая часть сообществ по этому запросу посвящена тематике духовной культуры. Особенности смыслового содержания сообществ были учтены при анализе, и все не относящиеся к теме семьи и родительства сообщества были исключены из выборки.

Таблица 1

Распределение количества и размера сообществ по ключевым словам поиска

№ п/п	Ключевое слово	Количество сообществ, шт.	Число подписчиков в самом крупном сообществе каждой из категорий, чел.
1	Мама	83 061	2 063 619
2	Семья	79 546	939 610
3	Папа	21 655	328 217
4	Родители	20 474	1 318 795
5	Мать	14 132	15 151
6	Ребенок	12 192	133 078
7	Отец	4 633	13 315

По запросу «Семья» среди сообществ «ВКонтакте» обнаруживается порядка 80 тыс. страниц, но ни одно из данных сообществ не набирает числа подписчиков хотя бы в 1 млн чел. Наиболее крупное сообщество насчитывает 856,8 тыс. подписчиков, остальные – значительно меньше. На запрос «родители» поиск отображает 18 840 страниц, однако здесь есть два наиболее крупных тематических сообщества с аудиторией в 1,2 млн чел. Наиболее успешные результаты поиска по запросу «мама» – 83 061 сообщества, 3-4 из которых имеют аудиторию, близкую к 2 млн чел. Однако даже в совокупности данные сообщества не могут составить конкуренцию по популярности развлекательным порталам. Для сравнения отметим, что самое крупное развлекательное сообщество социальной сети имеет аудиторию в 8,3 млн подписчиков.

3. Десять наиболее крупных сообществ, тематика которых максимально близка к семье и родительству, были найдены по запросу «мама». Среди них было отобрано наиболее крупное – с аудиторией 2 107 133 подписчиков. В нем серийно-гнездовой выборкой был отобран материал для анализа: генератором случайных чисел было выбрано 5 недель (10 % от 52 недель года), содержащих 1473 записи. В результате анализа было установлено, что наибольшей популярностью (по количеству отметок «мне нравится» и «рассказать друзьям») пользуются «статусы» – посты, содержащие эмоционально окрашенное (юмором, смыслом, игрой слов) короткое послание, обычно сопровождающееся изображением. Такие эмоционально окрашенные посты-статусы составили примерно половину всего контента сообщества.

4. Семантический анализ (SEO-анализ) текста статусов как чистой, максимально образной и воспринимаемой информации показал, что наиболее часто встречающиеся слова – это смысловая связка «ребенок» («дети») и «счастье». За ним идут повторения слов «веселье», «счастье», «быть», «жизнь», «любить», «муж». Слово «женщина» стоит на 8-м месте по частоте, «жена» на 11-м месте (после слова «бог»), а слово «мама» по частоте упоминания в тексте находится в тематическом паблике по материнству только на 15-м месте (см. рис. 2).

подчеркивается визуальными образами. Центральным объектом внимания становится ребенок, затем – муж, целью – счастье и благополучие близких. Не случайно данные ключевые компоненты выделены обилием указующих местоимений. Обилие эмоционального контента свидетельствует о формировании образа семьи прежде всего как духовного, ментального союза, а не только как совокупности хозяйственно-родственных связей. Вероятно, это связано с облегчением быта и высвобождением времени женщины на себя, эмоции и внимание к отношениям.

Интернет-коммуникации постепенно вытесняют традиционные средства массовой информации, становясь ведущим информационным каналом, в особенности для молодежи. Они сложнее поддаются контролю, стихийны, менее прогнозируемы и имеют большое количество разнонаправленных акторов, источников информации и векторов деятельности. Эти особенности необходимо учитывать при разработке и внедрении современных методов продвижения определенных ценностей в обществе, а также различных форм информационной политики.

© Ворошилова А.И. Текст. 2016

Список источников

1. Артишевская Т. М. Психологический портрет пользователя социальными сетями // Журнал «Знак»: проблемное поле медиаобразования. – Челябинск: ООО Центр интеллектуальных услуг «Энциклопедия», 2012. – Т. 1. – № 9. – С. 6-9.
2. База данных интернет-статистики // Маркетинговый информационный сервис TNS Web Index [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tns-global.ru/> (дата обращения: 20.04.2016).
3. Иванова Т.В. Интернет-зависимость как проблема современного общества // Журнал «Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания». – Новосибирск: Центр развития научного сотрудничества, 2014. – № 24. – С. 49-53.
4. Илышев А. М., Багирова А. П. Демографическая ситуация в России до 2025 года: вызовы времени и альтернативы развития // Национальные приоритеты и безопасность. – 2008. – № 6. – С. 7-19.
5. Новое о цифровой грамотности, или россияне осваиваются в сети // Пресс-выпуск Всероссийского центра изучения общественного мнения, 15.04.2016. № 3084 [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115657> (дата обращения: 20.04.2016).
6. Овчинникова И. Г. Коммуникация и идентификация в социальных сетях: факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети твиттер) // Вестник Пермского университета. Серия: политология. – 2013. – № 2. – С. 143-156.
7. Ушкин С. Г. Отношения дружбы в виртуальных социальных сетях (на примере социальной сети «ВКонтакте») // Социум и власть. – М.: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2015. – № 6 (56). – С. 71-76.

Информация об авторе

Ворошилова Анжелика Игоревна (Россия, Екатеринбург) – ассистент кафедры социологии и социальных технологий управления Института государственного управления и предпринимательства Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (620002, Екатеринбург, ул. Мира, 19; e-mail: a.i.voroshilova@urfu.ru).

Voroshilova A. I.

THEMATIC COMMUNITIES ON FAMILY AND PARENTHOOD IN A SOCIAL NETWORK: FEATURES OF THE CONTENT ANALYSIS

The article is devoted to analysis of the communities on family and parenthood in the largest social network in Russia and CIS "Vkontakte". The network is considered as one of the determinants of reproductive behavior of young people.

Keywords: social network, an online community of social networks, content analysis.

Information about the author

Voroshilova Anzhelika Igorevna (Russia, Ekaterinburg) – Assistant of the Department of Sociology and Social Technologies of the Institute of Public Administration Management and Entrepreneurship of the Ural Federal University (Russia, 620002, Yekaterinburg, Mira st., 19; e-mail: a.i.voroshilova@urfu.ru).

УДК 314.04

О.В. Гокова

МОЛОДЕЖНАЯ ПРОНАТАЛИСТСКАЯ ПОЛИТИКА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

На основе результатов трех эмпирических исследований, проведенных в РФ, Германии и Франции, в данной статье выявлены репродуктивные ориентиры современной молодежи данных стран. С опорой на опыт Германии и Франции разработан комплекс мер российской молодежной пронаталистской политики.

Ключевые слова: молодежная пронаталистская политика, репродуктивное поведение современной молодежи, семейные ценности, демографическая политика Германии, Франции и России, «work-life balance».

Россия, несмотря на улучшение демографической ситуации в последние годы, все еще находится в демографическом кризисе, который, по мнению многих исследователей, может усилиться в перспективе. Современная демографическая политика российского государства сводится в основном только к мерам экономического характера, не устраняя основную причину демографического кризиса, и может иметь лишь частичный и временный характер. В настоящее время меры, направленные на стимулирование рождаемости, реализуются российскими органами власти на фоне недостаточного исследования и понимания факторов, оказывающих влияние на развитие репродуктивной активности населения, отсутствия региональной дифференциации этих мер, понимания их связей с региональной социально-экономической политикой, реализации усредненного подхода к стимулированию рождаемости для разных групп населения [1, с. 137-138]. Это требует систематизации и учета всех условий обеспечения должного качества жизни населения и разработки отдельного демографического направления – пронаталистской политики, формирование которой должно начинаться с регионального уровня для последовательного решения демографического кризиса в масштабах страны.

Демографическая, и особенно пронаталистская, политика, безусловно, должна учитывать специфику различных социально-демографических групп населения, иначе она просто будет иметь крайне низкую эффективность. Отдельное внимание следует уделять молодежи как основному субъекту пронаталистской политики и потребителю государственных услуг в демографической сфере. Молодежь является главным ресурсом