Содержание

Введение

Разводы как социальный фактор демографического кризиса

Насилие в семье над женщиной

Изображение семьи и родительства в телерекламе

Заключение

Список литературы

## Введение

Демографическая ситуация и ее влияние на экономико-политическое положение внутри каждого государства регулируется по-разному. Одни государства заинтересованы в увеличении численности населения, другие борются с естественным приростом. Государства, страдающие от естественной убыли населения и сталкивающиеся с демографическим кризисом, прибегают к различным методам их решения. Государство, как орган, занимающий господствующее положение в регулировании этого вопроса, должно находить первопричины и способствовать их решению. Целью данного является не раскрытие отдельной ситуации влияющей на демографическое положение, а выявление влияния развода в частности на демографический кризис, и также обнаружение основных причин разводов.

## Разводы как социальный фактор демографического кризиса

В чем же заключается причина разводов? Для того чтобы ответить на этот вопрос нужно разобрать роль института семьи и его влияние на разводы. Если раньше сдерживающие факторы имели особую силу, то к настоящему моменту наблюдается их ослабевание. Что способствует росту числа разводов? К основным причинам разводов нужно отнести безработицу, жилищные проблемы, а также алкоголизм. К таким выводам автор пришел, проведя небольшое исследование*3* с участием членов студенческого совета, в ходе было опрошено 800 человек.51% респондентов полагает, что совместная жизнь с невменяемым человеком невыносима, 41% причиной разводов считают жилищную проблему, остальная же часть не выдерживает супружеской жизни в бедноте. Другая статистика, предоставленная ГосКомСтатом, говорит о росте числа разводов за последние 5 лет. Только лишь за последний год число зарегистрированных в записях актов гражданского состояния увеличилась на 4%.

Происходящие в настоящее время трансформационные социально-политические и социокультурные процессы в России изменяют институциональную матрицу общества, включая изменение фундаментальных основ института семьи.

Институциональный кризис, выраженный в фамилистической парадигме экзистенциальной ценностью семьи для истории общества и проявляющийся в конфликте ценностей и целей, ресурсов и средств жизнедеятельности, рассматривается в двух направлениях. Первое - с позиций функциональной социологии (Э. Дюркгейм, Т. Парсонс) и второе - с позиций альтернативной - семьецентристской социологии (Г. Спенсер, Ле Пле (корневая система семьи), К. Циммерман (тройственная типология семьи), А. Карлсон).

Функциональный подход подразумевает неустранимость социокультурных ролей членов семьи для стабильного функционирования общества и ведущую роль семьи в общественном развитии, альтернативный подход предполагает рассмотрение семьи как исходного элемента общества и общественных изменений, причём семейная стабильность закладывает основы общественной устойчивости. Социокультурный подход П. Сорокина отражает взаимосвязь вышеуказанных тенденций, так как социокультурные флуктуации (периодичность чувственной, идеациональной, идеальной и интегральной культуры) рассматриваются в контексте стабильности и нестабильности семьи, отражая кризисные, переходные и устойчивые состояния института семьи.

Институциональный кризис семьи сопровождается кризисом семейных структур и семейно-родственных ролей, конфликтами ролевых интеракций, ростом стрессогенности жизненного цикла семьи, проявляется в конфликтных представлениях о семье и браке мужчин и женщин, что выражается в двух противоположных тенденциях фамилизма и феминизма. Фамилизм как ориентация личности на благополучие семьи и через него на собственное благо даёт ключ к пониманию семей берущих на себя заботу о социальном контроле и социальной организации.

Джеймс Коулман, определивший "социальный капитал" как "набор ресурсов, заложенных в семейные отношения и социальную организацию сообщества, способствующих умственному или социальному развитию ребёнка", отмечает, что сотрудничество объяснятся биологической потребностью делиться ресурсами и генетическими родственниками в связи, с чем увеличиваются шансы на долговременное взаимодействие внутри группы. Склонность членов семьи к кооперации облегчает многие виды социальной активности, например мелкое предпринимательство в США (20%) частного сектора.

Многие культуры (Китай, Южная Европа, Латинская Америка) поощряют семейственность - обычай ставить семейные обязательства перед родственниками выше других видов социальных обязательств. В Китае этому также способствует существующая этическая система - конфуцианство. Роль расширенной семьи в передаче культурного опыта рассматривается в работах С. Ганна, Э. Силвы. Клановые родственные связи способствуют сохранению не только материального, но и культурного капитала. Как важная часть наследства культурный капитал передаётся в виде домов, книг, мебели, в виде накопленных связей, знаний и доступа к образованию. Социальная мобильность тесно связана с динамикой семейной жизни. Такое взаимодействие экономического, социального и культурного капиталов П. Бурдье называл социальной траекторией, которая формирует объективную возможность будущей семьи.

По мнению Т. Парсонса, семья представляет собой подсистему общественной системы, следовательно, анализируя отношения между частями системы, ориентированные на поддержание внутренней структуры, можно утверждать, что семья выполняет интегративную функцию по отношению к другим общественным институтам, а отношения "система-окружение", ориентированные на адаптацию к изменяющимся условиям, усиливают самосохранительное поведение семьи и индивида в частности. Особое значение приобретает религиозная коммуникация.

Феминистическая тенденция XIX-XX вв., проявившаяся наряду с экономической модернизацией общества, предполагала, что вследствие модернизации общества семья будет играть всё более незначительную роль, причём ориентация на семейные связи может тормозить развитие общественной системы, так как экономическая эффективность требует, чтобы партнёры выбирались на основании профессионализма, а не чувствах. Действительно, в модернизирующихся странах роль семьи уменьшилась. Расширенные семьи должны были распадаться на нуклеарные (супружеские), соответствующие индустриальному обществу.

Это, в свою очередь, поставило под угрозу базовую репродуктивную функцию семьи, так как вовлечённость в систему производства мужчин и женщин имела своим последствием малодетность, многоразводность и девиантность подростков. Крах расширенной семьи, майората, имел своим последствием дислокальность и отстранённость молодых семей от родительских, что формулировало новые шаблоны поведения. Конфликт между новыми способами деятельности и ограниченностью семейного потребления выразился в обособлении семейных ролей от производственных. Крах отцовства, супружества и родства проявился в вырождении "естественной, традиционной" семьи в последнюю форму - эгоцентрическую семью.

Согласно теории "общества и общины" Ф. Тённиса общность, примером которой может быть клановая семья, как первый тип социальности отличается от общества, характеристикой которого является "избирательная воля", сущностной волей (естественная воля, самость), обусловленная осознанием инстинктивно-чувственной органичности социальных отношений.

Различая общество в узком смысле как государственность, исключающая из себя общинность, и широком как включающее общинность, Ф. Тённис отмечал, что победа общественного над общинным означает проникновение рационального расчёта даже в самые интимные связи, превращение социальных связей и отношений во всё более внешние и случайные для их носителей.

## Насилие в семье над женщиной

В настоящее время в России, как и во всем мире, одной из наиболее распространенных и социально опасных форм агрессии является насилие в семье, поскольку около 30-40% всех тяжких насильственных преступлений совершаются именно в семье. Чаще всего потерпевшими от семейного насилия оказываются женщины (48,1%).

Проблема актуальна не только для крупных регионов страны, но и для отдельных районов. Это подтверждает анализ, проведенный в Калачинском районе Омской области за три года с 2005-2007 года (Муниципальный район Омской области - Калачинск, численность населения которого составляет 45 тысяч 200 человек). В 2005 году было рассмотрено и возбуждено 26 уголовных дел по семейному насилию над женщиной. Из них телесные повреждения (побои) составляют 78,3%, изнасилования - 8,7% и убийства - 17%. В 2006 году было возбуждено 36 уголовных дел, из них телесные повреждения - 75%, изнасилования - 13,9% и убийства - 11,1%. И в 2007 году было рассмотрено и возбуждено 34 уголовных дел, из них 67,6% - это побои, изнасилования - 17,6% и убийства составили 14,8%.

Таким образом, за последние три года в Калачинском районе было возбуждено 96 уголовных дел в отношении семейного насилия. Из всех насильственных преступлений, совершенных в семье, приоритетными являются телесные повреждения (побои), что составило в среднем 73,6%. Это объясняется тем, что в современном обществе до сих пор существует и доминирует двойной стандарт гендерной морали, а также культурные, социально-экономические и политические отношения, в которых главенствует мужчина, ставят женщину в ситуацию экономической и эмоциональной зависимости, превращая ее в собственность своего покровителя-мужчины. Незначительную долю насильственных преступлений в среднем составляют изнасилования (13,4%) и убийства (13%). Анализ показал, что преступления совершались в семьях, ведущих асоциальный образ жизни. Каждый третий преступник страдал хроническим алкоголизмом (76%), злоупотребляли наркотическими веществами 66%. У большинства насильников (79%) отмечался низкий образовательный и культурный уровень, что приводит к неумению правильно оценить обстановку и возможные последствия поведения. При этом люди с низким уровнем образования и культуры отличаются заметной агрессивностью и чаще совершают преступления насильственного характера. Также большинство преступников (88%) имеют низкий социальный статус в обществе, то есть, нигде не работают.

Вместе с тем, было выявлено, что за последний год женщинами, подвергшимися семейному насилию, были поданы только 28,2% заявлений на обидчика в Калачинский городской отдел внутренних дел, из них 9,6% были отозваны заявителями. В судебном порядке рассматривались 12,3% заявлений, в административном - 6,3%.

Среднестатистические данные по насилию в семье в Калачинском районе (33,3%) приближены к среднестатистическим показателям по Омской области (36,7%). За последние три года в Омской области доминирующее положение из всех видов насильственных преступлений совершенных в семье занимает физическое насилие - 73,3% (от числа всех преступлений, совершенных в семье), изнасилования составляют 13,5% и убийства 13,2%.

Из вышеизложенного следует, что в Омской области, как и по всей России, присутствуют все виды семейного насилия. Однако, по статистическим данным, следует, что 65,3% женщин в Омской области подвергались всем видам насилия в семье, а по России доля таких женщин составляет 70%. [1, с.126] В России около 40 тысяч женщин ежедневно страдают от побоев собственного мужа, от полученных травм ежегодно умирают 14 тысяч женщин. Причем надо отметить, что психологическую травму получают и дети на глазах, которых происходят побои. При этом 40% жертв семейного насилия не обращается в правоохранительные органы из-за неверия в их возможность раскрыть преступление и наказать виновного, а также из-за полной незащищенности.

Таким образом, проблема насилия в семье над женщиной является актуальной не только для России, но и для ее отдельных областей и районов. Доминирующим из всех видов насильственных преступлений, совершенных в семье является физическое насилие.

Домашнее насилие безнаказанно, так как большинство женщин (71,8%) стараются скрыть это явление, не вынося его на общественное мнение. Их самосознание позволяет это терпеть и не обращаться за помощью в правоохранительные органы. Есть вероятность, что женщины, которые не обращались в отдел внутренних дел, вели асоциальный образ жизни. Следовательно, возникает необходимость в осуществлении социальной работы с женщинами, подвергшимися семейному насилию. Для этого необходимо создание и расширение кризисных, профилактико-просветительских центров и социальных служб для женщин, пострадавших от насилия в семье, где разрабатываются и применяются различные технологии социальной работы (групповая терапия, технология кризисного вмешательства, комплексная реабилитация и т.д.), которые позволяют вывести женщину из кризисной ситуации, придают ей уверенность в себе, повышают ее самооценку и приводят к стабилизации в семейных отношениях.

В целом, можно сказать, что в России складывается неблагоприятная обстановка, связанная с тем, что в отдельных районах и областях отсутствуют специализированные социальные службы, а также несвоевременность и неэффективность реагирования правоохранительных органов.

Эволюция форм семьи и брака на современном этапе: социокультурный аспект.

Брачно-семейные отношения как одна из наиболее значимых сфер в функционировании общества на протяжении веков изучались многими исследователями. Э. Дюркгейм, К. Маркс Ф. Энгельс, М. Вебер, П.А. Сорокин трактовали семью как социальную структуру, являющуюся первоосновой общества.

Институт семьи в развитых странах Западной и Восточной Европы, в США после окончания второй мировой войны претерпел заметные метаморфозы. В России эти изменения стали значимыми на фоне глубокого системного кризиса. Возникли новые, по сравнению с советским периодом, семейные структуры, перераспределились акценты в выполнении социальных и индивидуально-личностных функций, стремительно меняется позиция в отношении числа детей, а более всего - в таком важнейшем проявлении брачно-семейных отношений, как моногамия. Современное российское общество развивается в направлении демократизации и гуманизации, что накладывает заметный отпечаток на все сферы его функционирования. Изменившемуся социуму соответствует обновленная модель семьи, которая уже нашла отражение в массовом сознании и фиксируется в массовом поведении.

В настоящее время помимо моногамных форм семьи появляются иные. Альтернативы моногамным моделям полигамные семьи. Это варианты - один муж и две жены или одна жена и два мужа.

Одно из описаний такой формы брака принадлежит М. Босонацу, который дал ей свое наименование "Конкубинат" - длительный союз мужчины и женщины, не намеревающихся юридически закреплять брак. Эта жизнь заранее предполагает верность, совместную заботу о потомстве, возможность содержания одним членом союза другого.

Внешне это похоже на брак де-факто. Но отличие есть, и существенное. Избыток женщин представляет мужчинам наряду с официальной семьей образовывать и параллельный союз с другой женщиной, имеющей от него "внебрачного" ребенка, или сохранить неформальную связь с женой, юридически оформив брак с бывшей конкубинаткой.

И как следствие этого, конкубинат - длительная, правом не закрепленная связь, в которой мужчина фактически имеет вторую сексуальную партнершу и общего с ней ребенка, а эта женщина - ребенка с отцом, но не узаконенного мужа.

Результаты проведенного нами социологического исследования показывают, что подобные отношения имеют место и в Курском регионе.

При таких союзах зафиксирована широкая эмоциональная гамма: от идиллии до откровенного отчуждения. Конструирование подобных отношений во многом зависит от толерантно - адаптационных возможностей женщины и автономного потенциала мужчины. Достигнуть такого состояния сложно. Ведь даже в единобрачии супруги ведут себя порой бескомпромиссно, а жизнь втроем (да еще при наличии детей) чревата мало предсказуемыми стрессами: психическими и эмоциональными.

Суньионтом - устойчивый брачный союз замужней женщины и преимущественно неженатого мужчины, который принимает на себя не только нравственную, но и экономическую обязанность заботиться о своем ребенке. Анализ данных проведенного исследования показал незначительное число подобных союзов.

Также существует еще одна форма сожительства людей, претендующая на именование "семья" это "Коммуна" или "Шведская семья". На протяжении ХХ века во многих странах в период социальных катаклизмов в молодой среде возникали специфические объединения - коммуны, которые претендуют на занятие места семьи. В России они были распространены преимущественно в 20-е годы. Практика подобной организации семейной жизни есть и в настоящее время, так анализ данных показывает о наличии в Курском регионе 0,5% подобных семей.

Совместное выполнение работ по дому и воспитанию детей дают то преимущество, что они могут быть распределены между большим количеством людей. Выполнение в идеальном случае по очереди дежурства по дому и уходу за детьми особенно разгружает женщин от одностороннего прикрепления к обязанностям матери и хозяйки. Группа контролирует справедливое распределение работ по дому. Община финансируется и ведет хозяйство из кооперативной казны. Остаток личного дохода члены сообщества, как правило, оставляют себе.

Возникает более высокая степень материальной защищенности для отдельного лица, потому что в момент отсутствия денег солидарность группы оберегает его от нравственного и физического упадка.

Коллективное владение средствами имеется в сельских коммунах, жилых и производственных кооперативах. Многие члены группы пользуются вместе предметами длительного пользования.

Как правило, парные семьи и в наши дни существуют в студенческих общежитиях, в отдельно снимаемых квартирах, которые в подавляющем большинстве не практикуют промискуитетные связи.

## Изображение семьи и родительства в телерекламе

В дискуссии о демографических проблемах и государственных мерах, направленных на их решение, очень редко затрагивается роль информационного воздействия на процессы воспроизводства. Одной из проигнорированных тем является вопрос влияния коммерческой и социальной рекламы на демографические тенденции. Вместе с тем, колоссальное значение информационного фактора на формирование потребностей, убеждений и всего образа жизни современного человека - очевидно.

Учитывая немаловажную роль информационного пространства как в созидании, так и в разрушении ценностного потенциала социума, автором проведен вторичный анализ опубликованных в литературе результатов социолого-демографического исследования, посвященного изучению семейной и детско-родительской тематики в содержании рекламного телеэфира на федеральных телеканалах ("Первый", "Россия" и НТВ) и имеющего целью выявить возможное влияние рекламного сегмента СМИ на демографические установки жителей России. Инструментарий исследования был представлен контент-анализом - одним из наиболее эффективных социологических методов, использующимся при работе с объемными информационными массивами.

Относительно высокий интерес специалистов по рекламе к семейной и детско-родительской тематике подтверждает тот факт, что теме семьи в различных ее формах и количественных вариациях в рассмотренном рекламном массиве было посвящено около 15% сюжетов от общего числа отобранного в ходе исследования видеоматериала.

Наиболее значительная часть рекламного контента, использующего изображения семьи и родительства, была представлена так называемыми "матерями-одиночками", то есть неполной семьей в формате "одна мама - один ребенок" или, в лучшем случае, в формате "одна мама - два ребенка". Причем двухдетный вариант встречался гораздо реже однодетного. В целом, на данную группу пришлось 47% от общего объема телерекламы, апеллирующей к семейным ценностям. Следующей по частоте встречаемости в телеэфире (27%) оказалась группа рекламных сюжетов, построенных на изображении полной однодетной семьи. Полная двухдетная семья как визуальная основа рекламной концепции была обнаружена лишь в 12% рекламных роликах. Четвертое место в "семейном рейтинге" заняла группа рекламных роликов, отнесенная нами к неполной семье, представленной отцом с ребенком. В этом "жанре рекламного творчества" было показано 10,4% рекламных роликов, каждый их которых утверждал ценность однодетного родительства. Наименее распространенной - можно сказать, практически проигнорированной рекламными технологами - оказалась семья с тремя и более детьми. Среди всех роликов, посвященных семейной и детско-родительской тематике, среднедетность (3-4 детей) была замечена всего лишь несколько раз в рекламе одного из стиральных порошков. Многодетность (5 и более детей) в качестве рекламного образа в исследованной нами совокупности не использовалась ни разу. Таким образом, удел демографически позитивной рекламной информации в ее общей телевизионной массе, использующей образ семьи, оказался не выше 2,6%.

Помимо представленных выше данных о процентном распределении рекламного контента по формам семьи и типам родительства, в ходе анализа было получено распределение телерекламы с семейным содержанием по конкретным товарным группам и видам коммерческих услуг: товары для дома (чистящие и моющие средства) и предметы личной гигиены - на эту товарную группу приходится около трети всех роликов по семейной и детско-родительской тематике. Наиболее распространенной при рекламе товаров данной группы выступает, опять-таки, неполная семья с женщиной-матерью, у которой нет мужа (его постоянное отсутствие в кадре создает именно такое восприятие), но зато есть ребенок/дети (55% от общего числа роликов данной группы); продукты питания - 27% от числа всех роликов, использующих тематику семейных ценностей. Здесь также превалирует тема "матерей-одиночек", на которую приходится около 60% рекламной информации данной группы. За "одинокими мамами" следует двухдетная семья (29% от общегруппового объема). В остальных случаях тема семьи и родительства встречалась при рекламе следующих товаров и услуг: лекарственные средства и медицинские услуги - доминирующим семейным образом здесь была однодетная семья (82%); реклама финансово-кредитных и страховых услуг включала как визуализацию одиночного отцовства (45,5%), так и использование "матерей-одиночек" (18%); спортивные товары - все 100% ее содержания пришлись на изображение семьи с одним ребенком.

Подводя итог, можно с уверенностью утверждать, что весь спектр брачно-семейных и репродуктивных установок, формируемых коммерческой рекламой, находится в узком диапазоне репродуктивно-демографической деградации. Выбор, предлагаемый потребителю с помощью профессиональных методов воздействия на массовое сознание, сводится либо к неполной семье (как правило, во главе с матерью-одиночкой), образуемой в большинстве случаев в результате внебрачного рождения или развода, либо к обзаведению малодетной (в большинстве случаев однодетной) семьей, выступающей первопричиной депопуляции российского населения.

В то же время мы не разделяем мнения о том, что в антисемейном характере современной рекламы присутствует чей-то злой умысел. Происходящее объясняется скорее наличием укоренившихся ментальных стереотипов, некоторым безразличием бизнес-сообщества и влиянием западных норм рекламного творчества. Конечно, в оправдание можно услышать, что реклама в данном случае просто отражает реалии жизни. И действительно, большинство российских семей практикуют однодетность. На момент последней переписи населения, их количество составляло 65%. Однако, на наш взгляд, бизнес не должен следовать на поводу у разрушительных тенденций, укрепляя тем самым депопуляционные репродуктивные стандарты. Бизнес и финансируемые им рекламные агентства могут и должны формировать позитивные модели поведения - демографического, репродуктивного, брачного, семейного, самосохранительного и т.д. Ведь сумели же посредством профессионально разработанной рекламы многократно повысить продажи пива и навязать подросткам алкогольные коктейли, воспринимаемые сегодня как неотъемлемый элемент современной молодежной субкультуры.

Для сравнения отметим, что социальная реклама встречалась в обработанном массиве почти с такой же регулярностью как и многодетная семья, т.е. практически отсутствовала. При этом, согласно федеральному закону "О рекламе", годовой объем социальной рекламы должен составлять не менее 5% от всей размещаемой рекламы. Опираясь на результаты проведенных исследований и наблюдения во время регулярного телепросмотра, а также учитывая современное состояние института семьи и характер демографических тенденций, представляется конструктивным увеличение доли социальной рекламы хотя бы до 20-30% более. Хочется особо отметить, что для бизнеса участие в социальной рекламе - это не только позиционирование своей социальной ответственности перед обществом и государством, но и возможность минимизации собственного рекламного бюджета. Итак, основная идея данной статьи заключается в простой, но очень важной мысли: колоссальную мощь информационно-рекламных возможностей можно с успехом обратить во благо демографического развития России. И решающая роль бизнеса здесь бесспорна.

## Заключение

Повышение числа разводов, а также вышеуказанные причины негативно сказываются на желании молодежи вступать в брак и создавать новые семьи. Итак, можно придти к выводу, что отрицательно влияя на институт семьи, разводы оказывают свое влияние на демографическое положение, способствующее расширению кризиса в данной ситуации. Государство не должно забывать уделять особое внимание решению проблемы разводов, для стабилизации демографического положения. Нельзя оставлять разводы за пределами поля зрения государства, оно должно способствовать вытеснению причин способствующих появления разводов.

## Список литературы

1. Антонов А.И. Социология семьи. - М.: Инфра - М, 2007.
2. Фукуяма Ф. Великий разрыв. - М.: Ермак, 2008.
3. Горшкова И.Д., Шурыгина И.И. Насилие над женами в российских семьях / Материалы общероссийского исследования. М.: МГУ им. Ломоносова, 2006.
4. Ильяшенко А.Н., Шмарион П.В. Криминологическая характеристика жертв насилия в семье // Российский следователь. 2008. №5.
5. Калачинский ГОВД / Годовые статистические отчеты за 2005-2007.
6. Межрайонная прокуратура Калачинского района / Годовые статистические отчеты за 2005-2007.
7. Букур Д. Роль средств массовой информации: Журналисты помогают изменить отношение к вопросам охраны здоровья // http://mdgazeta. by.ru. - Последнее посещение 29 ноября 2007 года.