институционализированы. Неформальные практики связаны с использованием ценностных регуляторов, не закреплены нормативно и не связаны с использованием жестких оценочных критериев. Формальные практики, как правило, используются административным истеблишментом; неформальные – творческой интеллигенцией и «рядовыми» гражданами;

3) субъективизм. Поскольку область культуры включает в себя предельно широкий круг феноменов, которые в рамках метаболического процесса «захватывают» не только социальную сферу, но технику, технологию и природную среду, участникам селектората приходится выносить публичные или «закрытые» решения по проблемам, в которых они часто являются недостаточно компетентными. К тому же культурная деятельность сама по себе изначально ориентирована на преимущественно субъективное восприятие и освоение реальности, что признается большей частью участников как данность. Попытки ряда представителей административно-бюрократического истеблишмента объективизировать процесс селекции чаще всего не имеют успеха и вносят во взаимоотношения участников городского сообщества элемент напряженности.

Таким образом, в целом, метаболический процесс функционирования городской субкультуры определяется как специфический способ обмена веществом и энергией, с одной стороны, между городом и внешней средой; с другой стороны, внутри городского пространства, основанный на сочетании формальной и неформальной селекции природных и искусственных феноменов.

- 1) Бармина А.С., Сафонов А.М. Идентичности и связи в петербургском секторе креативных индустрий // Социологические исследования. – 2016. – № 7. – С. 82-92.
- 2) Горшков М.К., Шереги Ф.А. Молодежь России: социологический портрет. – Москва: Центр социального прогнозирования, 2010. – 592 с.
- 3) Птичникова Г.А., Антюфеева О.А. Искусство в архитектурном пространстве современного города // Социология города. – 2017. – № 2. – С. 62-74.
- 4) Римская О.Н. Феноменология субкультурных религий: дис. ... канд. филос. наук : 09.00.14. – Тула, 2011. – 172 с.
- 5) Смирнова И.Н. Культурно-досуговые практики населения малого города как характеристики образа жизни // Социология города. – 2016. – № 2. – С. 45-57.
- 6) Трофимова И.Н. «Мегаполис» и «глубинка» как модели ценностных установок и политических ориентаций россиян // Социологическая наука и социальная практика. – 2014. – № 3 (7). – С. 60-78.
- 7) Яницкий О.Н. Метаболическая концепция современного города // Социологическая наука и социальная практика. – 2013. – № 3. – С. 16-32.
- 8) Яницкий О.Н. Метаболическая концепция современного города // Социологическая наука и социальная практика. – 2016. – № 3 (15). – С. 5-22.

Костина С.Н.¹, Зайцева Е.В.¹, Банных Г.А.^{1,2}

Особенности формирования электронными СМИ образа многодетности

¹ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

²ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

(Россия, Екатеринбург)

doi: 10.18411/lj-08-2019-19

idsp: ljjournal-08-2019-19

Аннотация

Статья посвящена изучению феномена многодетной семьи, который становится актуальным для исследователей, практиков и социальных акторов из-за происходящих социокультурных и экономических трансформаций современного общества. Образ многодетности в сознании россиян формуется очень активно за счет масс-медиа, социальных сетей и др. социальных акторов информационного общества. Цель статьи –

определить образ многодетной семьи, формируемый в общественном сознании россиян, электронными СМИ. Результаты исследования позволили авторам сделать вывод о неоднозначности формируемого образа многодетности: в отношении эмоциональной составляющей многодетности преобладает позитивная окраска, а в отношении социально-экономической – негативная. При этом основная масса публикаций в электронных СМИ связана с темой социальной поддержки.

Ключевые слова: многодетная семья, семья, электронные СМИ, масс-медиа, образ

Abstract

The article is devoted to the study of the phenomenon of a large family, which becomes relevant for researchers, practitioners and social actors due to the ongoing socio-cultural and economic transformations of modern society. The image of large families in the minds of Russians is being formed very actively due to the mass media, social networks and other social actors of the information society. The purpose of the article is to determine the image of a large family, formed in the public consciousness of Russians by electronic media. The results of the study allowed the authors to conclude that the formed image of large families is ambiguous: in terms of the emotional component of large families, a positive color prevails, and in relation to the socio-economic one, negative. Moreover, the bulk of publications in electronic media is related to the topic of social support.

Keywords: large family, family, electronic media, mass media, image

Происходящие социокультурные и экономические трансформации современного общества затронули базовые социальные институты, в том числе семью. Переход от многодетной модели семьи к мало, средне-, или бездетной модели, связанный в том числе с изменением репродуктивных установок населения и ценностных ориентаций, привел к формированию нового образа многодетности в массовом сознании россиян. Этот образ формируется очень активно за счет масс-медиа, социальных сетей и др. социальных акторов информационного общества.

Отношение к многодетности в России и мире в целом претерпело значительные изменения в последнее столетие. Если ранее многодетность воспринималась как социальная норма, то в 20 веке многодетные семьи уже становятся скорее нетипичными. Изменилось и само содержание понятия многодетности – в настоящее время в России в основном под многодетной понимается семья с 3 и более детьми, а средняя многодетная семья имеет 3,3 ребенка [5, с.555].

В данных условиях важнейшим инструментом формирования позитивного образа многодетной семьи выступают информационные технологии, в том числе СМИ, которые должны работать на повышение престижа семейного образа жизни, популяризацию позитивных моделей семьи, возрождение отечественных семейных традиций [6].

Отношение к многодетности и многодетной семье в современном российском обществе носит неоднозначный характер. Прежде всего, в последние десятилетия происходит формирование нового пласта концепта «семья», семантическими доминантами которого являются: «дисгармония», «обособленность», «индивидуализм». В то же время концепт «семья» сохраняет традиционные константные компоненты: «родные люди», «тепло», «поддержка», «дом» [2].

В общественном сознании россиян сложилось двойственное восприятие многодетности, что позволяет говорить о поляризации представлений социума о многодетной семье [1]. С одной стороны, многодетность ассоциируется с позитивными проявлениями (сплоченность, поддержка и взаимовыручка, дружелюбие и соучастие, трудолюбие и уважение труда), с другой – с такими негативными характеристиками как бедность, девиантное поведение, трудная жизненная ситуация в семье и др. [3, 4], а

члены многодетных семей воспринимаются как иждивенцы, асоциальные личности, которые рожают лишь для личного обогащения и получения социальных благ. В соответствии с этим представители многодетных семей очень часто сталкиваются не только с непониманием их роли в обществе, но и с достаточно агрессивным поведением в отношении их, обвинениями в распущенности и низкой сексуальной культуре, в неумении подумать о завтрашнем дне [8].

Контент-анализ образа многодетной семьи проводился среди публикаций в электронных СМИ Свердловской области за 2018 год. Для анализа в качестве смысловых единиц были взяты «многодетность» и «многодетная семья». Были выбраны восемь наиболее популярных СМИ Свердловской области - четыре областных СМИ (URA.RU, Аргументы и Факты Урал, ТАСС-Урал, РИА Новости) и четыре СМИ городов Свердловской области (Е1, Асбест-гид, Тагилсити, Каменск-Уральский.ру).

Применялся следующий алгоритм составления «облака». На сайтах СМИ происходил поиск статей, содержащих слово «многодетность» хотя бы один раз, и соответствующие тематике, связанной с семьями и прочим. Найденные статьи проходили семантический анализ с помощью сервиса istio.com на наиболее используемые в текстах слова. «Технические» слова, такие как «рублей», «свердловский» и т. д. из дальнейшей выдачи исключались.

Охват конкретных новостей можно просчитать лишь с помощью специальных программ. Можно говорить только о средней посещаемости конкретных публикаций. Так, среднее число посетителей екатеринбургского портала Е1 и областного URA.RU составляет 6,7 млн и 13,5 млн человек соответственно. По муниципальным ресурсам объективных данных о посещаемости нет.

Рассмотрим результаты контент-анализа региональных электронных СМИ Свердловской области. Большая часть данных публикаций носит новостной характер, что и обусловило в значительной степени наполненность «облака тэгов». В Таблице 1 представлены наиболее часто встречающиеся слова по запросу «многодетность». Анализ показал, что наиболее часто упоминаются такие смысловые единицы как ребенок и семья. При этом в городских СМИ на первом месте по частоте находится «ребенок», а в областных – «семья». Далее в порядке убывания – «многодетный», «мама», «дети», «человек», «дом», «женщина», «участок» и «социальный».

Таблица 1

Таблица 1. ТОП-10 слов по запросу «многодетность»

№	Среди всех СМИ	В областных СМИ	В городских СМИ	Екатеринбург	Нижний Тагил	Асбест	Каменск-Уральский
1	Ребенок (422)	Семья (188)	Ребенок (236)	Дети (160)	Ребенок (12)	Семья (65)	Услуга (44)
2	Семья (360)	Ребенок (186)	Семья (172)	Ребенок (158)	Многодетный (6)	Многодетный (55)	Семья (42)
3	Многодетный (209)	Многодетный (93)	Дети (160)	Год (91)	Семья (6)	Год (48)	Обращение (38)
4	Мама (108)	Дом (55)	Год (157)	Мама (61)	Тагил (6)	Область (35)	Региональный (37)
5	Дети (160)	Мама (47)	Многодетный (116)	Жизнь (24)	Лагерь (5)	Ребенок (34)	Ребенок (32)
6	Человек (60)	Женщина (44)	Мама (61)	Семья (59)	Информировать (4)	Участок (34)	Многодетный (27)
7	Дом (55)	Человек (42)	Участок (34)	Екатеринбург (18)	Пособие (4)	Льготный (17)	Город (24)
8	Женщина (44)	Социальный (26)	Жизнь (24)	Многодетный (28)	Обращение (3)	Социальный (15)	Помещение (24)
9	Участок (34)	Получить (24)	Отцы (24)	Отцы (24)	Администрация (3)	Правительство (13)	Человек (18)
10	Социальный (26)	Проверка (19)	Человек (18)	Очередь (27)	Загородный (3)	Муниципальный (12)	Год (18)

На муниципальном уровне большое количество упоминаний получило слово «участок», вошедшее в итоговый топ, а конкретно в Екатеринбурге уникальным словом, не встречающимся в других муниципалитетах, стало слово «очередь». В областных СМИ выделяющимися словами стали «социальный» и «проверка». Значительное количество встречающихся единиц «социальный», «муниципальный», «региональный» «очередь», «льготный», «пособие», «участок», «обращение», «информировать» позволяет сделать выводы о том, что многодетность в электронных СМИ прежде всего связана с социальной поддержкой со стороны государства и муниципалитетов.

Эмоциональную окраску отдельных слов в процессе анализа определить трудно, но можно выделить некоторые закономерности. В целом, так как анализируемые тексты были опубликованы на порталах СМИ, они имели нейтральную эмоциональную окраску. Однако преимущественное большинство статей областных СМИ повествовали о негативных событиях, например, пожарах в домах многодетных семей, в то время как публикации городских СМИ освещают более широкий перечень вопросов. Примером публикаций с позитивной эмоциональной окраской является серия статей на екатеринбургском портале E1 о «Мисс Екатеринбург», в которой говорится о многодетных матерях, участвовавших в конкурсе.

Еще одним аргументом в поддержку данного утверждения выступают полученные авторами результаты анализа образа многодетной матери в электронных СМИ, который показал, что ему в представлении социума свойственна бинарность. Негативный образ многодетной матери – это женщина асоциального поведения – от гламурной красотишки, не особо уделяющей внимание детям, используя их только как доказательство своей состоятельности и, наоборот, женщины, которая находится в тяжелой жизненной ситуации или ведет асоциальный образ жизни. Позитивный образ многодетной матери включает как идеализированную социальную роль асексуальной женщины-матери, мечты которой заканчиваются на семье, детях, семейно-брачных обязанностях, так и женщину, с той или иной мерой успешности выполняющую не только трудовые обязанности, но и время от времени выключается из этого процесса на рождение и патронаж детей. Кроме этого, многодетность в современный период начинает восприниматься как статусный атрибут – его демонстрируют матери со «звездным» статусом. [1].

В то же время, как отмечает С.В. Белковский, спектр освещаемых СМИ тем семейной проблематики узок и во многом носит случайный характер. При этом можно выделить два типа основных информационных поводов для обращения СМИ к теме семьи – это, во-первых, праздники, связанные с детством и семьей (8 марта, 15 мая Международный день семьи, 1 июня, 1 сентября, 8 июля – День семьи, любви и верности, День матери), во-вторых, поводом становятся трагические события в семейной жизни [2].

Результаты проведенного исследования позволяют сделать выводы о том, что дискурс многодетности в электронных СМИ Свердловской области достаточно неоднозначный. Несмотря на наличие публикаций как позитивного, так и негативного характера, основной тон остается нейтральным. В электронных СМИ Свердловской области проблематика многодетности в основном связана с системой социальной поддержки со стороны региональных органов государственной власти и местного самоуправления, о чем говорит частое упоминание таких семантических единиц как «социальный», «очередь», «льготный», «пособие», «участок», «обращение».

В итоге, в современный период пространство российского и регионального Интернета не решает задачи формирования позитивного образа многодетности и многодетной семьи. С одной стороны, это является отражением отношения социума к данной проблематике, в котором продолжается трансформация норм в отношении многодетности. С другой стороны, региональные и местные СМИ продолжают

оставаться консервативными, а при формировании «повестки дня» исходят из интересов, прежде всего, органов власти, зачастую формируя деформированную картину мира [7].

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №19-011-00566А.

1. Банных Г. А., Зайцева Е. В., Костина С. Н., Кузьмин А. И. 2019. Образ многодетной матери в пространстве российского Интернета. Социум и власть 1 (75): 42-52.
2. Белковский С. В. 2013. Концепт «Семья» в современной массовой российской прессе. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, (4-2), 193-199.
3. Грудина Т.Н. 2014. Социологический портрет многодетной семьи в России. [Электронный ресурс]. Научный интернет-журнал «Семья и демографические исследования». Режим доступа: <https://riss.ru/demography/demography-science-journal/5274/> (дата обращения 01.08. 2019).
4. Грудина Т. Н. 2012. Ценность многодетной семьи. Социология 3: 102-104.
5. Костина С. Н., Зайцева Е. В., Кузьмин А. И. 2018. Состояние системы государственной поддержки многодетности на региональном уровне. В сборнике IX Уральского демографического форума: Демографическая и семейная политика в контексте целей устойчивого развития, Институт экономики УрО РАН, Екатеринбург, Россия 8-9 June 2018, Том I., pp. С.553-563.
6. Мищенко В. А. 2013. Образ российской семьи в средствах массовой информации. Вестник Новосибирского государственного педагогического университета, (6 (16)), 77-82.
7. Новак А. А. 2018. Особенности формирования повестки дня региональных СМИ. Вопросы теории и практики журналистики 7 (1): 129-144.
8. Хуснутдинова Г. Ф. 2015. Отношение социума к феномену многодетности (региональный аспект). Современные проблемы науки и образования 1-1: 1448-1456.

Кошелев А.А.

Феномен предпринимательства и молодежного предпринимательства сквозь призму концепций западных и отечественных исследователей

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/lj-08-2019-20

idsp: ljjournal-08-2019-20

Аннотация

В данной статье автором рассмотрены теоретические аспекты предпринимательства и молодежного предпринимательства в контексте различных социальных и гуманитарных концепций. Целью исследования являлось теоретическое осмысление различных подходов для выявления категории молодежное предпринимательство. В качестве метода был использован теоретический анализ, позволяющий рассмотреть данный феномен с различных позиций научного знания. Основным результатом исследования стала авторская попытка систематизировать и интегрировать различные взгляды для выявления определения молодёжного предпринимательства, что на наш взгляд, может использоваться в преподавании дисциплин социологического факультета, специальности «Организация работы с молодежью»

Ключевые слова: предпринимательство, молодежное предпринимательство, ценности, бизнес, молодежь.

Abstract

In this article the author considers the theoretical aspects of entrepreneurship and youth entrepreneurship in the context of various social and humanitarian concepts. The aim of