

Г.В. Антонов, канд. социол. наук, доц. кафедры социологии Волгоградского государственного университета*

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ УСТАНОВОК НАСЕЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

G.V. Antonov

THE BASIC FACTORS OF DEMOGRAPHIC ATTITUDES FORMING OF POPULATION IN CONTEMPORARY RUSSIA

В статье представлены основные результаты исследования демографических установок населения современной России и социальных факторов их формирования. В качестве объекта исследования выступили категории населения, ответственные за воспроизводство поколений в настоящее время, в ближайшем будущем, в среднесрочной перспективе. Выявленные факторы формирования демографических установок были проранжированы по характеру (положительные, смешанные, отрицательные) и интенсивности (сильные, умеренные, слабые) воздействия на каждую из указанных категорий населения. Такая информация позволит более эффективно планировать мероприятия государственной демографической политики.

Ключевые слова: демографические установки, воспроизводство населения, демографическое поведение, рождаемость, депопуляция, демографическая политика.

The main results of population demographics attitudes research in contemporary Russia, and social factors of its forming are presented in this article. The research object were population groups, which should reproduce generation in present, in the near future, in the medium term. The found factors of demographic attitudes forming were ranked by sort (positive, mixed, negative) and intensity (strong, moderate, weak) effects on each of these population groups. This information will enable better planning of state demographic policy measures.

Key words: demographic attitudes, population reproduction, demographic behavior, birth rate, depopulation, demographic policy.

Для решения большинства демографических проблем в современной России необходимо постоянно выявлять источники и социальные факторы формирования как позитивных, так и негативных образцов и стереотипов демографического поведения с тем, чтобы усилить влияние первых и нейтрализовать, свести к мини-

* Антонов Георгий Вячеславович, e-mail: antonovgv@mail.ru

муму влияние вторых. Под демографическим поведением мы традиционно понимаем брачно-семейное, репродуктивное и самосохранительное поведение (последнее есть поведение, направленное на поддержание индивидуального здоровья). По сути речь идет о демографической социализации, что особенно актуально по отношению к подрастающим поколениям.

При исследовании демографической социализации требуется максимально полная информация как о самих демографических установках населения, так и о факторах их формирования (каналах демографической социализации). Такое исследование было проведено научным коллективом кафедры социологии Волгоградского государственного университета под руководством автора настоящей статьи¹. Результатом проведенного исследования стало аналитическое описание демографических установок (их характера, направленности, интенсивности) и источников их формирования, основных каналов и агентов демографической социализации для следующих возрастных категорий населения:

- категории, ответственные за воспроизводство поколений в настоящее время;
- категории, ответственные за воспроизводство поколений в ближайшем будущем;
- категории, ответственные за воспроизводство поколений в среднесрочной перспективе.

К первым относятся возрастные группы, в которых число рождений, согласно официальным статистическим данным², по Волгоградской области и в целом по России максимально, т.е. это группа населения в возрасте 21–35 лет. Ко вторым — группы, в которых рождения биологически возможны, но это происходит достаточно редко — это группа населения в возрасте 13–20 лет. К третьим — группы, в которых рождение почти исключено биологически — и это группа населения в возрасте 7–12 лет, а социально с большой долей вероятности состоится не ранее, чем через 10–15 лет. В качестве методов сбора первичной социологической информации были использованы:

- для возрастной группы 21–35 лет — массовый анкетный опрос (n = 557), глубинные интервью (n = 20), экспертный опрос с сотрудниками отделов ЗАГС (n = 20);

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках исследовательского проекта № 12-13-34000 “Социальные факторы формирования демографических установок населения”.

² Россия в цифрах 2014: Крат. стат. сб. М., 2014; Регионы России. Социально-экономические показатели 2013: Стат. сб. М., 2013; Волгоградская область в цифрах 2013: Краткий стат. сб. Волгоград, 2014.

– для возрастной группы 13–20 лет — анкетный опрос самих представителей этой группы ($n = 391$), а также опрос экспертов, в качестве которых выступали учителя школ, школьные психологи, преподаватели средних специальных и высших учебных заведений и т.п. ($n = 20$);

– для возрастной группы 7–12 лет — анкетирование ($n = 565$) и глубинные интервью родителей ($n = 20$), представителей школ, детских и юношеских центров и т.д. ($n = 20$).

Указанным группам населения была предложена анкета (бланк интервью), содержащая перечисленные ниже основные блоки вопросов:

1. Демографические установки (репродуктивные установки, в том числе индексы “предпочитаемого” числа детей, а также общие брачно-семейные и самосохранительные установки).

2. Каналы формирования демографических установок:

- телевидение (частота и характер просмотра);
- радио (частота и характер прослушивания);
- интернет (частота и цели использования);
- кинотеатры (частота посещения, предпочитаемые жанры);
- музыка (частота прослушивания, предпочитаемые жанры);
- книги (частота прочтения, предпочитаемые жанры);
- театры, музеи, выставки и т.п. (частота и характер посещения);
- отношения с родственниками, друзьями, знакомыми, коллегами (интенсивность, характер, темы, круг общения);
- иные каналы и факторы.

3. Социально-демографический блок (пол, возраст, доход, образование и т.п.).

4. Уровень религиозности (несколько прямых и косвенных индикаторов этого уровня, в том числе соблюдение постов).

5. Вопросы, не входящие ни в один из четырех первых блоков (например, вопросы, направленные на выявление того, как часто и о чем, каким способом, лично или опосредованно, респонденты общаются со своими родственниками, друзьями и знакомыми, а также с коллегами по работе или учебе помимо чисто служебных контактов и коммуникаций).

Массовый анкетный опрос проводился на территории г. Волгограда и нескольких районов Волгоградской области, выбранных случайным образом. Тип выборки — случайная, многоступенчатая; ошибка выборки для каждой из выделенных возрастных групп не превышает 5%. Метод отбора респондентов в выборку: поквартирный опрос с шагом не менее, чем пять квартир, опрос в частном секторе с шагом не менее, чем три дома по одной стороне улицы. Выбор конкретных улиц, домов и квартир в рамках выде-

ленных территорий осуществлялся с помощью генератора случайных чисел.

В результате массового анкетного опроса, глубинных и экспертных интервью было выявлено, где, как именно и посредством чего современный российский обыватель активного репродуктивного возраста (а также тот, которому в данный возраст вступить еще предстоит) формирует свои личные демографические приоритеты. Вопросы о религиозности были необходимы по той причине, что религия является одним из важнейших институтов социализации, в том числе демографической (по крайней мере, провозглашается таковым). Хорошо известно, что любая мировая религия резко осуждает аборты, разводы, отказ от деторождения и тому подобные образцы поведения, массовое следование которым приводит к ухудшению демографической ситуации. Анкета (бланк интервью) для детей и подростков была несколько короче (по сравнению со “взрослыми”), поскольку их спрашивали то же самое про каналы формирования установок (в том числе у их родителей, учителей и т.п.), а вот о самих установках в силу возрастных особенностей их спрашивали только одного: сколько, по их мнению, должно быть детей в семье.

Таким образом, в рамках первого этапа проведенного нами социологического исследования было выяснено, насколько часто и интенсивно используется каждый из основных факторов демографической социализации, т.е. мы изучили каналы социализации и проранжировали их по объему воздействия на целевую аудиторию. Также были детально измерены сами демографические установки, полученные значения которых позволяют сделать однозначные выводы о направленности таких установок среди трех групп населения (21–35 лет, 13–20 лет и родителей, имеющих детей в возрастах 7–12 лет), а именно: среди всех выделенных нами категорий населения репродуктивные и самосохранительные установки мы оцениваем как негативные, а общие брачно-семейные — как нейтральные (смешанные). Это означает, что массовая реализация в демографическом поведении существующих на данный момент репродуктивных и самосохранительных установок будет способствовать дальнейшему ухудшению демографической ситуации в нашей стране, а реализация брачно-семейных — не изменит ее ни в лучшую, ни в худшую сторону, что тоже плохо, потому что демографическую ситуацию в современной России не достаточно “просто не ухудшать”, она требует существенного улучшения.

На втором этапе исследования изучалась содержательная сторона передаваемой по каналам демографической социализации информации. В результате были получены сводные данные о срав-

нительной направленности (положительной или отрицательной) и интенсивности воздействия основных социальных факторов, формирующих демографические установки ответственных за воспроизводство (в настоящем или в будущем) групп населения. Такая информация позволит в дальнейшем разрабатывать мероприятия, направленные на нейтрализацию факторов, источников и каналов социализации, формирующих негативные демографические установки (отказ от рождения детей, невнимание к собственному здоровью и т.д.), а также на стимулирование факторов позитивного характера. Поэтому на данном этапе наиболее популярные у категорий населения, ответственных за демографическое воспроизводство, а также у подрастающих поколений, телепередачи, музыка, сайты, кинофильмы и т.п. были проанализированы на предмет их содержания. Это предполагало выявление тех образцов брачно-семейного, репродуктивного и самосохранительного поведения, которые формируют у населения соответствующие позитивные либо негативные установки.

Среди агентов, каналов и факторов формирования демографических установок по результатам первого этапа исследования выделены следующие: семья, телевидение, интернет (в том числе коммуникации в социальных сетях), ближайшее социальное окружение (друзья, коллеги, знакомые), религиозные институты, система формального образования и воспитания, книги, музыкальная продукция, кинотеатры, разнообразные культурные учреждения (театры, музеи, выставки и т.п.), радио, а также иные источники, каналы и факторы (например, разнообразная кино- или видеопродукция, мультипликационные фильмы и т.д.). Содержательно проанализированные социальные факторы формирования демографических установок были классифицированы как по характеру их влияния (положительные, нейтральные, отрицательные), так и по интенсивности их воздействия (сильное, умеренное, слабое) с дифференциацией для каждой возрастной группы. В качестве методов сбора первичной социологической информации на данном этапе исследования использовался в основном контент-анализ той информации, которая воздействует на возрастные группы, ответственные за воспроизводство поколений в настоящее время или в будущем.

Главным предметом контент-анализа выступили брачно-семейные, репродуктивные и самосохранительные нормы и ценности, транслируемые через наиболее популярные (согласно мнениям респондентов, выявленным на первом этапе) каналы коммуникации либо от наиболее влиятельных агентов демографической социализации, т.е. был проведен подробный анализ содержания

каждого источника информации на предмет выявления в нем норм демографического поведения, соответствующих ценностей, образцов и стереотипов. Всего таким образом было проанализировано более 100 единиц телевизионной, видео- или музыкальной продукции, сайтов в интернете, в том числе станиц или групп в социальных сетях³. Смысловыми единицами здесь выступали слова, словосочетания, зрительные образы (как статические, так и динамические) и т.п., имеющие отношение как к демографическому поведению или гендерным стереотипам, так и к формированию жизненных целей.

Также на данном этапе исследования использовались экспертные опросы школьных учителей и психологов, сотрудников детских и юношеских внешкольных учреждений, специалистов отделов ЗАГС и глубинные интервью с ними. В результате были получены и систематизированы подробные данные о сравнительной направленности (положительные или отрицательные) и интенсивности воздействия основных социальных факторов, формирующих демографические установки групп населения, ответственных за воспроизводство поколений. При этом, как уже отмечалось, эти источники и факторы были дифференцированы в соответствии с выделенными нами категориями населения в зависимости от того, когда их представителям предстоит активно реализовывать свои демографические установки: 21–35, 13–20 и 7–12 лет. Далее подробнее рассмотрим характеристики этих факторов для каждой группы.

Категория населения 21–35 лет

Факторы формирования демографических установок этой группы населения в порядке убывания значимости располагаются следующим образом: 1) интернет, в том числе социальные сети; 2) первичное окружение (родственники, друзья, знакомые); 3) книги (чтение книг); 4) музыка (музыкальная продукция, произведения, включая клипы); 5) телевидение; 6) религиозные институты; 7) фильмы в кинотеатрах; 8) радио; 9) культурные учреждения (театры, музеи, выставки и т.д.).

При этом интенсивность воздействия интернета мы оцениваем как высокую; первичного окружения, книг, музыки и телевидения — как среднюю; религии, фильмов в кинотеатрах, радио и культурных учреждений — как низкую.

³ См., например: Антонов Г.В., Лактюхина Е.Г. Мультсериал “Клуб Винкс”: формирование демографических установок и гендерных стереотипов у детей в возрасте 7–12 лет (по материалам контент-анализа) // Вестн. Волгоградск. гос. ун-та. Сер. 7. Философия. Социология и социальные технологии. 2013. № 2 (20). С. 92–99.

По результатам проведенных глубинных интервью и контент-анализа были сделаны следующие выводы относительно направленности воздействия основных социальных факторов демографической социализации представителей данной категории населения:

- интернет, в том числе социальные сети — отрицательное;
- родственники, друзья, знакомые — отрицательное;
- музыкальная продукция (включая клипы) — отрицательное;
- книги — нейтральное (смешанное, разнонаправленное);
- 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 (и тот относится к группе со слабым социализирующим воздействием). Ниже представлены обобщенные данные о сравнительной направленности и интенсивности влияния основных социальных факторов на процесс демографической социализации населения г. Волгограда и Волгоградской области в возрастах 21–35 лет:

- сильные положительные факторы — не выявлено;
- умеренные положительные — не выявлено;
- слабые положительные — религия;
- сильные нейтральные — не выявлено;
- умеренные нейтральные — книги;
- слабые нейтральные — театры, музеи, выставки;
- сильные отрицательные — интернет, в том числе социальные сети;
- умеренные отрицательные — родственники, друзья, знакомые, музыкальная продукция, телевидение;
- слабые отрицательные — кинотеатры, радио.

Совершенно очевидно, что в условиях массированного отрицательного воздействия на процесс демографической социализации населения целого комплекса значимых факторов просто невозможно ожидать сколько-нибудь заметных положительных изменений демографической ситуации в нашей стране.

Категория населения 13–20 лет

Применительно к этой категории населения наблюдается аналогичная обозначенной выше картина: все четыре фактора демографической социализации, попавших в группу факторов с силь-

ным влиянием на этот процесс (интернет, в том числе социальные сети; коллеги по учебе или работе; родственники, друзья, знакомые; музыкальная продукция), имеют негативную направленность. Интенсивность воздействия всех других социальных факторов, выделенных нами на основании результатов опроса жителей г. Волгограда и Волгоградской области в возрасте 13–20 лет, мы оцениваем как среднюю (умеренную) или слабую. При этом принцип и методы оценки направленности воздействия (положительное, нейтральное/смешанное или отрицательное) на процесс демографической социализации остаются прежними. Результаты такой оценки оказались следующими:

- группа факторов с умеренным влиянием: книги — нейтральное, телевидение — отрицательное, кинотеатры — отрицательное;
- группа факторов со слабым влиянием: система формального образования — нейтральное, религия — положительное, культурные учреждения (театры, музеи, выставки и т.д.) — нейтральное, радио — отрицательное.

Обобщенные данные о сравнительной направленности и интенсивности влияния основных социальных факторов на процесс демографической социализации 13–20-летних выглядят следующим образом:

- сильные положительные факторы — не выявлено;
- умеренные положительные — не выявлено;
- слабые положительные — религия;
- сильные нейтральные — не выявлено;
- умеренные нейтральные — книги;
- слабые нейтральные — система формального образования; театры, музеи, выставки;
- сильные отрицательные — интернет, в том числе социальные сети; коллеги по учебе или работе; родственники, друзья, знакомые; музыкальная продукция;
- умеренные отрицательные — телевидение; кинотеатры;
- слабые отрицательные — радио.

Обращаем внимание, что и здесь выявлен только один социальный фактор, положительно влияющий на процесс формирования демографических установок — институт религии, причем он принадлежит группе факторов со слабым воздействием. Больше ничего в современном обществе, в том числе российском, не ориентирует человека на заключение пожизненного брака с рождением нескольких детей и ведение здорового образа жизни. Кроме религии, ни один институт, канал или агент социализации не предоставляет индивиду таких норм и образцов демографического поведения, массовое следование которым позволило бы преодолеть депопуля-

цию. В таких условиях никакие меры социально-экономического характера, никакое повышение уровня жизни и никакое улучшение ее качества не способны заметно повлиять на демографическую ситуацию.

Категория населения 7—12 лет

Все выделенные факторы демографической социализации детей в возрасте 7—12 лет в порядке убывания их значимости (включая подпункты) располагаются следующим образом:

1. Факторы с наибольшей значимостью:
 - 1.1. Семья.
 - 1.2. Телевидение.
 - 1.3. Компьютерные игры.
 - 1.4. Мультипликационные фильмы.
2. Факторы со средней значимостью:
 - 2.1. Интернет.
 - 2.2. Книги.
 - 2.3. Музыка.
3. Факторы с наименьшей значимостью:
 - 3.1. Кинотеатры.
 - 3.2. Театры, музеи, выставки и т.п.
 - 3.3. Система формального образования.
 - 3.4. Религия.
 - 3.5. Радио.

Следовательно, наиболее значимым фактором здесь является семья (что ожидаемо), а наименее значимым — радио. Все четыре фактора демографической социализации детей (семья, телевидение, компьютерные игры, мультфильмы), попадающие в группу факторов с сильным воздействием, имеют выраженную негативную направленность. Именно вокруг них в первую очередь должны быть сформированы долгосрочные мероприятия государственной демографической политики, направленные на преодоление депопуляции в нашей стране. Но если в сферу семейного воспитания и социализации детей вмешательство государства либо недопустимо, либо допустимо в самых крайних случаях, то максимально жесткая политика государства в отношении трех других “сильных” факторов демографической социализации не только возможна, но и крайне необходима. Без этого любые другие меры демографической политики, имеющие целью снижение депопуляции, будут неэффективны.

На первый взгляд может показаться парадоксальным вывод о негативном воздействии семьи на процесс демографической социализации 7—12-летних. Однако этот вывод полностью и одно-

значно подтверждается результатами проведенного исследования. Во-первых, дети указанной возрастной группы в подавляющем большинстве случаев воспитываются и социализируются в одно- или двухдетных семьях, причем чаще в однодетных, чем в двухдетных, что само по себе накладывает существенный отпечаток на всю их дальнейшую демографическую социализацию (одно- или двухдетность они воспринимают как норму). Во-вторых, абсолютное большинство родителей в современной России (во всяком случае — из обследованных нами) ориентирует своих детей любого пола согласно одной и той же модели: “сначала учеба, работа, карьера, а только потом семья, дети”, причем с самого раннего возраста, т.е. индивидуальное благополучие и личные достижения ставятся однозначно выше семьи и деторождения.

Прочие социальные факторы формирования демографических установок детей в возрасте 7–12 лет относятся либо к группе факторов со средним (умеренным) воздействием (например, книги или музыкальная продукция), либо к группе со слабым воздействием (религия, система образования, кинотеатры, разнообразные культурные учреждения, радио и ряд других). При этом воздействие книг на основании выборочных результатов контент-анализа мы оцениваем как умеренное нейтральное (смешанное), а воздействие музыкальной продукции — как умеренное негативное. Поэтому меры государственной демографической политики должны быть направлены и на современную популярную музыку с целью ограничить при необходимости ее воздействие на подрастающие поколения. Из группы факторов со слабым воздействием на процесс демографической социализации кинотеатры и радио мы относим к отрицательным, а театры, музеи, выставки и прочие культурные учреждения, а также систему формального образования — к нейтральным.

Единственным фактором выраженной положительной направленности как среди “слабой” группы, так и среди всех факторов вообще, является религия. Это проявляется, в частности, в том, что респонденты, которые соблюдают основные религиозные обычаи, обряды и традиции, включая посты, демонстрируют более высокие значения предпочитаемого числа детей в семье, они в меньшей степени ориентированы на возможное расторжение брака и в существенно меньшей — на аборт, а также несколько ответственнее относятся к своему здоровью, по сравнению с теми, кто не соблюдает регулярно хотя бы посты, причем эта зависимость наблюдается примерно одинаково и у православных, и у мусульман (представительство других конфессий в выборке оказалось недостаточным

для межгрупповых сравнений в силу их малочисленности на территории Волгоградской области). Поэтому государству следует стимулировать и поощрять влияние института религии на процесс социализации детей и подростков хотя бы в части формирования у них демографических установок.

Ниже представлены обобщенные данные о сравнительной направленности и интенсивности влияния основных социальных факторов на процесс демографической социализации детей в возрастах 7–12 лет:

- сильные положительные факторы — не выявлено;
- умеренные положительные — не выявлено;
- слабые положительные — религия;
- сильные нейтральные — не выявлено;
- умеренные нейтральные — книги;
- слабые нейтральные — культурные учреждения, система формального образования;
- сильные отрицательные — семья, телевидение, компьютерные игры, мультипликационные фильмы;
- умеренные отрицательные — интернет, музыкальная продукция;
- слабые отрицательные — кинотеатры, радио.

Таким образом, и применительно к этой возрастной группе (7–12 лет) мы видим массированное отрицательное воздействие факторов демографической социализации. Именно вокруг этого факта должна в первую очередь строиться государственная демографическая политика в современной России: уже как минимум два десятилетия подрастающим поколениям просто неоткуда и не у кого заимствовать или воспринимать положительные образцы и стереотипы брачно-семейного, репродуктивного и самосохранительного поведения. В этих условиях никакие социально-экономические, политические или административные методы и меры не в состоянии сколько-нибудь заметно улучшить демографическую ситуацию в нашей стране, способствовать преодолению депопуляции. Для реального улучшения демографической ситуации в России необходимо, чтобы сложилась ситуация, противоположная той, которая существует сейчас: когда будет сразу несколько сильных и умеренных положительных факторов при полном отсутствии сильных и умеренных отрицательных, а не наоборот. Осуществить подобные кардинальные изменения в процессе демографической социализации как подрастающих поколений, так и лиц репродуктивного возраста, под силу только государству при условии согласованных действий в этом направлении всех его институтов. Разработка соответствующих социально-экономических и политико-правовых механизмов — предмет будущих исследований.

Принципиально важным представляется то, что для всех рассмотренных нами категорий населения единственным агентом социализации, формирующим положительные демографические установки, является религия. Только этот социальный институт в современном обществе продолжает еще формировать положительные демографические установки, но его социализирующее воздействие слишком незначительно на фоне нормативного давления всех остальных каналов и агентов социализации. Однако конкретный источник распространения “современных” норм демографического поведения установить не удалось, поскольку его, скорее всего, не существует. Для современного общества характерны следующие явления: большие массы людей начинают думать и вести себя одинаково, нормы, в соответствии с которыми ведет себя большинство, есть везде, они возникают словно из ниоткуда и распространяются, не имея единого центра или источника, т.е. появляются одновременно в сознании у миллионов людей.

Чтобы большинство людей снова захотели иметь много детей и все свои интересы подчинили только этому, нужно какое-то мощное внешнее воздействие, например, угроза вымирания, как это часто было в традиционном обществе, или целенаправленное вмешательство в процесс демографической социализации, т.е. искусственное формирование положительных социальных норм брачности и детности, что в условиях современного развития средств массовой информации и коммуникации не только возможно, но и необходимо. Без этого никакая демографическая политика, основанная на мерах социально-экономического и административного характера, не в состоянии помочь преодолеть депопуляцию. В лучшем случае подобные меры помогут поднять рождаемость и другие демографические показатели в рамках существующих социокультурных норм поведения (например, у родителей есть один ребенок, они хотят, но не решаются завести второго, тогда меры социально-экономического характера вполне способны привести к его рождению).

При этом обращаем особенное внимание, что в современной медиапродукции западного типа, передаваемой через самые разнообразные средства массовой информации и коммуникации, имеет место целенаправленное разрушение традиционной системы семейных ценностей и существовавшей столетиями модели воспитания/социализации (в том числе демографической) подрастающих поколений, а именно — практически полное исчезновение (высмеивание, придание им негативной окраски) традиционных отношений по типу “родители — дети”, “муж — жена”, “учитель — ученик”, “мужчина — женщина”, “старший — младший” и т.п.

Результаты воздействия этой продукции на детей, подростков и молодежь мы уже вполне отчетливо наблюдаем в странах Запада, где все представленные в ней модели поведения и отношений практически полностью перенесены в повседневную жизнь, а, если не предпринять никаких мер, через 10–15 лет можем увидеть подобное и в нашей стране.

Чтобы не допустить такого развития событий, мероприятия долгосрочной государственной демографической политики должны в обязательном порядке включать в себя, помимо всего прочего, и эффективные средства противодействия негативному влиянию на подрастающие поколения западной массовой культуры: от полного запрета к показу/распространению на территории Российской Федерации единиц медиапродукции, которые не прошли экспертизу на соответствие традиционным семейным ценностям, до массового производства таких фильмов, мультфильмов, книг и т.п., которые активно провозглашают эти ценности в качестве приоритетных. Без полномасштабной реализации данного направления государственной демографической политики все остальные ее мероприятия не окажут заметного положительного воздействия на демографические процессы в нашей стране.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Антонов А.И. Современные демографические тенденции и аналитические прогнозы, проблемы семейно-демографической политики в социальном государстве // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2010. № 4. С. 134–150 (*Antonov A.I. Sovremennyye demograficheskie tendencii i analiticheskie prognozy, problemy semejno-demograficheskoy politiki v social'nom gosudarstve* // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Sociologiya i politologiya. 2010. N 4. S. 134–150).

Антонов Г.В., Лактюхина Е.Г. Мультсериал “Клуб Винкс”: формирование демографических установок и гендерных стереотипов у детей в возрасте 7–12 лет (по материалам контент-анализа) // Вестн. Волгоградск. гос. ун-та. Сер. 7. Философия. Социология и социальные технологии. 2013. № 2 (20). С. 92–99 (*Antonov G.V., Laktyuhina E.G. Mul'tserial "Klub Vinks": formirovanie demograficheskikh ustanovok i gendernykh stereotipov u detej v vozraste 7–12 let (po materialam kontent-analiza)* // Vestn. Volgogradsk. gos. un-ta. Ser. 7. Filosofiya. Sociologiya i social'nye tekhnologii. 2013. N 2 (20). S. 92–99).

Архангельский В.Н. Репродуктивное и брачное поведение // Социологические исследования. 2013. № 2. С. 129–136 (*Arhangel'skij V.N. Reproaktivnoe i brachnoe povedenie* // Sociologicheskie issledovaniya. 2013. N 2. S. 129–136).

Волгоградская область в цифрах 2013: краткий стат. сб. Волгоград, 2014 (*Volgogradskaya oblast' v cifrah 2013: kratkij stat. sb. Volgograd, 2014*).

Гольцова Е.В., Лещенко Я.А. Факторы социальной среды как детерминанты брачности и рождаемости // Социологические исследования. 2010. № 2. С. 125–130 (*Gol'cova E.V., Leshchenko Ya.A. Faktory social'noj sredy kak determinanty brachnosti i rozhdaemosti* // *Sociologicheskie issledovaniya*. 2010. N 2. S. 125–130).

Гурко Т.А. Репродуктивные планы супругов и влияющие на них факторы // Социологические исследования. 2014. № 9. С. 77–85 (*Gurko T.A. Reproductivnye plany suprugov i vliyayushchie na nih faktory* // *Sociologicheskie issledovaniya*. 2014. N 9. S. 77–85).

Кучмаева О.В., Марыганова Е.А., Петрякова О.Л., Синельников А.Б. О современной семье и ее воспитательном потенциале // Социологические исследования. 2010. № 7. С. 49–55 (*Kuchmaeva O.V., Maryganova E.A., Petryakova O.L., Sinel'nikov A.B. O sovremennoj sem'e i ee vospitatel'nom potentsiale* // *Sociologicheskie issledovaniya*. 2010. N 7. S. 49–55).

Немова О.А., Бурухина А.Ф. Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно-нравственных ценностей // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2014. № 1. С. 152–173 (*Nemova O.A., Buruhina A.F. Mul'tiplikacionnye fil'my kak sredstvo formirovaniya semejnyh duhovno-nravstvennyh cennostej* // *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Sociologiya i politologiya*. 2014. N 1. S. 152–173).

Новосёлова Е.Н. Однополый “брак” — тупиковая ветвь эволюции семьи и общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 2013. № 4. С. 85–103 (*Novoselova E.N. Odnopolyy “brak” — tupikovaya vetv' ehvolyucii sem'i i obshchestva* // *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Sociologiya i politologiya*. 2013. N 4. S. 85–103).

Регионы России. Социально-экономические показатели 2013: Стат. сб. М., 2013 (*Regiony Rossii. Social'no-ehkonomicheskie pokazateli 2013: Stat. sb. M.*, 2013).

Римашевская Н.М., Кондратьев Ф.В., Антонов А.И., Маркова Н.Е. Телепроект “Дом-2”: экспертное исследование // Народное образование. 2008. № 5. С. 268–274 (*Rimashevskaya N.M., Kondrat'ev F.V., Antonov A.I., Markova N.E. Teleproekt “Dom-2”: ehkspertnoe issledovanie* // *Narodnoe obrazovanie*. 2008. N 5. S. 268–274).

Россия в цифрах 2014: Крат. стат. сб. М., 2014 (*Rossiya v cifrah 2014: Krat. stat. sb. M.*, 2014).