

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ИЗМЕНЕНИЕ РОЖДАЕМОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В 70-е годы прошлого века в Западной Европе начались изменения в характере формирования семьи: распространение брачных и внебрачных союзов, рост внебрачной рождаемости, увеличение возраста вступления в брак, уменьшение количества детей в семье. Изменение демографических настроений в Европе привело к тому, что суммарный коэффициент рождаемости в среднем по региону уже в середине 70-х годов XX века опустился ниже уровня, необходимого для простого воспроизводства населения. Следует отметить, что начиная с 1970 г. до начала XXI века демографическое развитие Республики Беларусь также характеризовалось тенденцией к устойчивому сокращению естественного прироста населения, существенно изменившей структуру нагрузки на население в трудоспособном возрасте. В связи с этим рассмотрены возможности влияния средств массовой информации на демографическое поведение населения.

Согласно определению российского социолога Ж. Т. Тощенко социальное настроение есть целостная форма жизнеощущения, доминантная форма реально функционирующего общественного сознания и поведения, отражающая уровень, продолжительность и степень эмоционально-рационального восприятия индивидом, социальной группой и населением, различными организациями и институтами социальных установок, целей и интересов, формирующихся под воздействием реальных экономических, политических и духовных процессов [2, с. 32]. По мнению ученого, люди, которые характеризуют или описывают свое настроение по отношению ко всему, что происходит в обществе, не осознавая или частично осознавая всю совокупность происходящих вокруг них процессов, аккумулируют в своем сознании десятки элементов восприятия и суждения о самых разнообразных явлениях и выносят для себя окончательное суждение о процессах, происходящих в обществе. При этом особо следует выделить источник получения информации, который отражает для индивида действительность, исходя из его интересов, целей и идеалов. Поэтому в зависимости от жизненного опыта, характера, пола людей и других факторов наиболее значимой может оказаться различная информация, которая будет формировать социальное настроение и, следовательно, проявлять себя как функциональная единица социального, психосоциального и психосознательного освоения действительности. При этом СМИ, сопровождая человека в течение всей его жизни, в значительной мере влияют на восприятие им информации, разум, чувства людей, их образ мыслей, способы и критерии оценок, а также конкретную мотивацию поведения. Без СМИ (радио, телевидения, газет и т. п.) даже хорошо образованный человек не может правильно ориентироваться в сложных противоречивых социальных процессах, т. к. СМИ ему выйти за узкие рамки непосредственного индивидуального опыта и позволяют расширить кругозор мышления через призму своего собственного видения социальной реальности. Следует отметить, что СМИ не только влияют на оценку политической, экономической и социальной жизни, но и формируют определенные социальные настроения, нередко манипулируя ими. По мнению социолога Т. В. Науменко, «манипулирование в деятельности массовой коммуникации есть способ управления поведением массовой аудитории ... психологическое воздействие, по-разному влияющее как на

отдельных индивидов, так и на различные социальные группы».

Таким образом, можно сделать вывод, что СМИ выполняют как прямые (информационные, культурологические, развлекательные), так и латентные функции, среди которых формирование общественного сознания и социального настроения, что может привести к появлению определенных убеждений, установок и, в конечном итоге, изменить поведение населения.

Рассмотрим на основе контент-анализа освещение проблемы материнства белорусскими СМИ по состоянию на 1 января 2012 года (таблица 1) [11].

Таблица 1 – Наиболее распространенные СМИ Беларуси

Наименование СМИ	Количество изданий и выпусков программ
Печатные СМИ	
СБ. Беларусь сегодня	678 газет и 676 журналов
Республика	
«Комсомольская правда»	
Аргументы и факты	Более 4 тыс
Зарубежные печатные СМИ, в т. ч. из России, Украины, Казахстана, США, Великобритании, Германии, Италии, Франции, Нидерландов, Польши, Литвы, Латвии	
Радио и телевидение	
Радиопрограммы	162
Телепрограммы	81
Общенациональные телеканалы («Беларусь 1», «Беларусь 2», «Общенациональное телевидение», «Столичное телевидение» и международный спутниковый телеканал «Беларусь-ТВ»)	5
Зарубежные телеканалы, в т. ч. "Euro-news", BBC, "Eurosport"	Более 100

В настоящее время среди белорусских граждан всё более популярным становится получение информации через Интернет. По данным международного агентства Gemius, в декабре 2012 года Интернетом в Беларуси пользовалось более 5 млн человек в возрасте старше 15 лет – уровень проникновения 51 % (исследователи считают интернет-пользователем человека, который хотя бы раз в месяц выходит в Интернет). В рейтинге наиболее посещаемых белорусами (63,43 %), по данным международного агентства Gemius, второе место занимает Mail.ru – крупный коммуникационный портал российского Интернета, который посещают белорусских интернет-пользователей [12]. Проведенный анализ 187

публикаций, размещенных на данном портале в рамках проекта для женщин «Леди» (<http://lady.mail.ru/>) в период с 27.12.2011 г. по 21.09.2012 г. на предмет соответствия желаемым в обществе демографическим установкам, показал, что 34 публикации (18,2 %) так или иначе касались проблем детей и деторождения. В процессе анализа были выявлены публикации, в которых пропагандируются ценности, противоречащие идее многодетности, например: «Европейские женщины становятся главными добытками в семье», «У поздних детей больше шансов вырасти здоровыми и счастливыми» (к поздним отнесли детей, матерям которых на момент их рождения исполнилось 40 лет) и т. п.

В таблице 2 приведены статьи СМИ, способствующие популяризации малодетности.

Таблица 1 – Краткая характеристика публикаций о малодетности

Наименование статьи	Аннотация
Вытаскиваем себя из стресса	Надежные гормональные контрацептивы рассматриваются как одно из средств от стресса, позволяющих контролировать рождаемость и повысить качество жизни
Для чего нам деньги?	Приобретение надежных контрацептивов – одно из направлений обязательной траты денег
Предприятия с женщиной-руководителем более успешны	Рассмотрение факторов, мешающих карьерному росту женщины, среди которых наличие детей и необходимость заботы о них
Как преодолеть детскую агрессию?	Акцентирование внимания читателей на агрессивность ребенка после рождения младшего брата или сестры
Как вырастить ребенка за рубежом?	Выражение личностного отношения автора статьи к детям, которое обозначается, как крайне настороженное
Все больше женщин рожают первенца после 40 лет	Акцентирование внимания женщин на рождение первого ребенка после 40 лет
Женская формула счастья	О применении женщинами контрацепции
Европейцы больше не боятся одиночества	Предложение для людей среднего возраста не иметь семьи и жить в гордом одиночестве, т. к. с увеличением доли одиночек в обществе можно ожидать повышения активности в социальной сфере или расцвета искусств
Как приучить ребенка к порядку?	Ребенок – это проблема или обуза для родителей
Треть женщин старается угодить капризным детям и мужу	
Отдыхаем от детей: какой лагерь выбрать?	
Как решиться на ребенка	
Комплексы работающих мам	Пропагандирование малодетности, и призыв матерей к скорому выходу на работу
Как не сойти с ума в декрете	Публикация о 30-летней молодой маме, ожидавшей от декретного отпуска отдыха и покоя и пришедшей в ужас от непрерывного общения с ребенком

Окончание таблицы 1

Наименование статьи	Аннотация
Учимся быть счастливыми	Сравнение автором представлений о женщине-матери сегодня и 20–30 лет назад: «Лет 20–30 назад карьеристки вроде Людмилы Прокофьевны из «Служебного романа» считались жалкими неудачницами. Сейчас неудачницами считают многодетных мам и домохозяек»

Следует отметить, что на всех семейных фотографиях рассматриваемых публикаций изображены максимум двое детей, а чаще один ребенок или ребенок и собака. Как видно из проведенного анализа, на достаточно популярном сайте фактически пропагандируется малодетность как норма жизни, которой должны придерживаться женщины.

К публикациям, способствующим популяризации многодетности, с большой долей условности можно отнести статьи, в которых дети упоминаются во множественном числе без негативного подтекста, причем нигде не указано, что их может быть более двух («Шесть вещей, которые нельзя делать с ребенком»; «Знакомься, новый папа»; «Творчество с детьми»; «Учим английский язык с детьми»; «Как встречать Новый год с детьми?»; «Необычные изобретения для мам и малышек»). К данной категории были также отнесены публикации, связанные с популяризацией идеи материнства вообще: «Оформляем детскую»; «Реклама, которая делает нас добрее» (имеется в виду социальная реклама «Спасибо, мама!»).

Таким образом, рассмотрение демографического настроения как отдельного вида социального настроения, является целесообразным и требует изучения, что подтверждает актуальность исследования. Отметим, что среди исследователей нет еще единого мнения о причинах второго демографического перехода, который характерен для настоящего времени. При этом преобладает точка зрения, что он является следствием широкого развития индивидуалистически ориентированной системы ценностей и соответствующем изменении норм поведения, в том числе и демографического. Всё более значимыми становятся идеи личностной автономии и самовыражения, часто не совместимые не только с многодетностью, но и с деторождением вообще. Данные обзора, проведенного Евробарометром в 2002 году, показывают, что в некоторых странах Западной Европы (особенно в Австрии, Германии и Нидерландах) бездетность превращается в идеальный стиль жизни. В этих странах более чем одна из десяти молодых женщин (в возрасте от 18 до 34 лет) признала идеальным количеством детей «ни одного» [3, с. 5].

Вместе с тем рядом стран Северной и Западной Европы удалось в последние годы добиться некоторого роста рождаемости. Возможно, что, по крайней мере частично, это вызвано активной демографической политикой в ряде европейских стран. Однако о существенных изменениях в демографических настроениях населения этих стран говорить рано, поскольку неясно, будут ли данные положительные изменения иметь продолжение в долгосрочной перспективе.

Проведенный в 2004 г. в Минске социологический опрос 1445 студентов из 15 вузов показал, что почти две трети респондентов (63,9 %) хотели бы иметь двоих детей, 19 % – одного ребенка, 13,3 % – троих детей, 2,8 % – четверых и более и только около 1 % опрошенных заявили о нежелании иметь детей вообще [4, с. 126]. Ре-

зультаты данного, а также других аналогичных социологических опросов показали, что в демографическом настроении населения Республики Беларусь преобладает настроенность на деторождение. Однако при этом нетрудно установить, что даже при реализации в полном объеме планов по деторождению населения Беларуси суммарный коэффициент рождаемости не достигает уровня, необходимого для простого воспроизводства населения и который с конца 1960-х гг. имел общую тенденцию к сокращению. Благодаря активной демографической политике, проводимой в стране, удалось изменить ситуацию с середины 1980-х годов. При этом в соответствии с общемировым направлением демографического развития в Республике Беларусь начиная с 60-х годов XX века, в общем количестве населения сокращается доля лиц в возрасте, моложе трудоспособного, а также их количество в абсолютном значении, доля лиц, старше трудоспособного возраста, увеличивается.

На совпадение демографических процессов в Республике Беларусь с общемировыми тенденциями указывают также и некоторые другие критерии. Так, начиная с 1995 года средний возраст женщины при вступлении в первый брак и при рождении ребенка, в том числе первого, увеличивается. При этом начиная с 1990-х годов и до 2005 года количество детей, рожденных вне брака, растет, увеличивается также и их доля в общем количестве рожденных детей. Необходимо отметить, что начиная с 2005 года количество детей, рожденных вне брака, а также их доля в общем количестве рожденных детей снижается. Это происходит на фоне увеличения рождаемости в целом [5–9].

Согласно Национальной программе демографической безопасности Республики Беларусь на 2011–2015 годы средства массовой информации являются одним из важнейших инструментов воздействия на демографическую ситуацию в стране, позволяющим напрямую формировать массовое сознание населения.

Возможность влияния СМИ на общественное сознание через создание определенных общественных настроений изучалась многими учеными-социологами. Так, в 20–30-е годы XX века СМИ наделялись почти безграничным влиянием на общество. В 40–50-е годы XX века представления о веселии СМИ кардинально изменились. Приоритет во влиянии на общественное сознание начал отдаваться другим социальным институтам (семье, церкви, политическим партиям и т. д.). В период с 60-х годов XX века по настоящее время роль института СМИ снова начала оцениваться очень высоко, но с учетом новых реалий. Например, канадский ученый М. Маклюэн отмечает, что восприятие аудиторией информации зависит, прежде всего, от средства ее передачи. Приоритетную роль при этом он отводит телевидению, посредством которого можно добиться глобального управления социокультурными процессами [10, с. 25].

Получено 10.10.2016

Y. V. Yanchitskaya. Influence of media on changes in fertility in Belarus.

In the 70-ies of the last century in Western Europe started to change in the character of the formation of a family: distributing to the marital and non-marital unions, the increase in illegitimate births, increasing age of marriage, reducing the number of children in the family. The demographic change in sentiment in Europe has led to the fact that the total fertility rate on average for the region already in the mid 70-ies fell below the level required for simple reproduction of the population. It should be noted that since 1970 the twentieth century to the early twenty-first century, the demographic development of the Republic of Belarus was also marked by the unfavourable trend of a steady reduction in natural population growth, which significantly changed the structure of the burden on the population of working age. In this regard, the possibilities of the influence of the media on the demographic behavior of the population.

Контент-анализ освещения проблемы материнства белорусской прессой показал, что журналисты достаточно часто обращаются к данной тематике. Так, в трех выборочных номерах газеты «Минский курьер» (за один квартал) слово «материнство» и производные от него были использованы журналистами 61 раз в различных ракурсах: от матери-героини, приемной матери до матери-отказницы. Анализ текстов по этой же тематике, размещенных в газете «Советская Белоруссия» свидетельствует о позитивной (в целом) тональности освещения данной проблемы. В пяти выбранных для анализа номерах было размещено 6 текстов, так или иначе затрагивающих проблемы материнства и детства [10, с. 22].

Представляется очевидным, что сила СМИ оказывается достаточно весомой, чтобы манипулировать общественным сознанием, создавая необходимое общественное настроение как негативное, так и позитивное.

Однако и здесь имеются свои непредвиденные, побочные результаты. Чрезмерное увлечение пропагандой не проходит бесследно для социального настроения людей, у них появляется эффект отторжения той информации, которая часто даже на уровне интуиции воспринимается как заданная, небеспристрастная, далекая от объективной реальности и распространяемая в интересах отдельных социальных групп.

Список литературы

- 1 **Злотников, А. Г.** Современная демографическая политика Беларуси / А. Г. Злотников, А. А. Раков // Социология. – 2010. – № 3 – С. 116–128.
- 2 **Тощенко, Ж. Т.** Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики / Ж. Т. Тощенко // Социологические исследования. – 1998. – № 1. – С. 21–34.
- 3 **Botev, N.** Европа в ловушке низкой рождаемости? / N. Botev // Европейский журнал по сексуальному и репродуктивному здоровью. – 2006. – № 63.
- 4 **Бабосов, Е. М.** Беларусь перед демографическими вызовами XXI века / Е. М. Бабосов // Социология. – 2007. – № 3. – С. 121–129.
- 5 **Население СССР.** – М. : Государственное издательство политической литературы. – 1961.
- 6 **Население СССР : справочник.** – М. : Издательство политической литературы, 1974.
- 7 **Численность и состав населения СССР: по данным переписи населения 1979 г.** – М. : Финансы и статистика, 1984.
- 8 **Население СССР: по данным Всесоюзной переписи населения 1989 г.** – М. : Финансы и статистика, 1990.
- 9 **Население Республики Беларусь: стат. сб.** – Минск, 1999–2014.
- 10 **Баранова, Е. В.** Социология массовой коммуникации : учеб. пособие / Е. В. Баранова. – Минск : Выш. шк., 2012. – 174 с.
- 11 **Средства массовой информации в Республике Беларусь // Belarus.by :** офиц. сайт Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belarus.by/ru/about-belarus/mass-media-in-belarus>. – Дата доступа : 21.09.2012.
- 12 **Gemius** опубликовал топ-20 сайтов Байнета по охвату аудитории [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://electroname.com/story/10386>. – Дата доступа : 21.09.2012.