

УДК 316.356.2(045)

*Э.Р. Нуруллина***БРАЧНО-СЕМЕЙНЫЕ ОТНОШЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ
ОТВЕТСТВЕННОГО ОTCОВСТВА И МАТЕРИНСТВА: ПУТИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ
СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ И РОДИТЕЛЬСТВА**

В статье рассмотрены теоретические подходы к изучению брачно-семейных отношений и брачного выбора. Проанализированы различные аспекты брачно-семейных отношений, которые являются основой для формирования ответственного отцовства и материнства, как на теоретическом уровне, так и на реальных эмпирических практиках собственного социологического исследования, проведенного в Республике Татарстан. Представлены также результаты вторичного анализа социологических исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения о выборе брачного партнера и знакомствах с будущим партнером, а также результаты маркетингового исследования российского рынка брачных агентств. В статье показаны возможные пути популяризации семейных ценностей и родительства. Выявлены и проанализированы эффективные способы популяризации образа семьи, семейных ценностей и родительства на трех уровнях – направления деятельности СМИ, мероприятия в образовательных учреждениях и на уровне государства и органов власти. Показаны аспекты, которые должны в себя включать ответственное отцовство и материнство и которые необходимо закладывать в создание эффективных программ, направленных на популяризацию семейных ценностей, брачно-семейных отношений и родительства.

Ключевые слова: брачно-семейные отношения, брачный выбор, брачный партнер, отцовство, материнство, семейные ценности, родительско-детские отношения, ответственное родительство, образ семьи.

DOI: 10.35634/2587-9030-2024-8-2-149-157

Ссылка на статью:

Нуруллина Э.Р. Брачно-семейные отношения как основа формирования ответственного отцовства и материнства: пути популяризации семейных ценностей и родительства // Вестн. Удм. ун-та. Социология. Политология. Международные отношения. 2024. Т. 8, вып. 2. С. 149–157. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2024-8-2-149-157>

Введение

В современном российском обществе в постоянно изменяющихся социально-экономических условиях происходит трансформация социальных норм, установок, ориентаций личности. Это, безусловно, приводит к видоизменению ценностей личности, в том числе и семейных ценностей, ценностей в сфере брачно-семейных отношений. Происходящая трансформация семейных ценностей оказывает существенное влияние на стабильность семьи и брачных отношений, на формировании ответственного отцовства и материнства. Необходима рефлексия феномена отцовства и материнства в современной России, которые под влиянием социальных, политических, информационных воздействий в повседневной жизни человека подвергаются трансформациям, что непосредственно влияет на стили и формы семейного функционирования, обуславливает новые практики воспитания, и, следовательно, в свою очередь, конструирует новые границы родительства.

В последние годы наблюдается повышенная динамика разводимости населения, при этом процент разводов выше, чем заключающихся браков. Среди разводящихся все чаще оказывается молодая семья, возраст которой не превышает 3–5 лет совместного существования. Это обстоятельство, на наш взгляд, обусловлено тем, что у молодой семьи не складываются крепкие супружеские отношения в результате возникающих противоречий в семейных традициях, нормах и ценностях. Поэтому особенно важно формирование семейных ценностей в процессе социализации личности. Формирование семейных ценностей должно начинаться с первичных агентов социализации, то есть еще в детстве в родительской семье должны закладываться основные семейные ценности, такие как любовь, доверие, поддержка и помощь, забота, семейные традиции и обычаи как фундамент личности, готовой к созданию крепкой и стабильной семьи. В связи с этим особо важен вопрос популяризации семейных ценностей и родительства среди населения.

Объект исследования определен как формирование ответственного отцовства и материнства в современном обществе. Предмет исследования – брачно-семейные отношения и пути популяризации семейных ценностей и родительства.

Методы исследования:

1. Содержательный анализ статистических данных Российской Федерации за 2012–2022 гг.
2. Анализ вторичных источников информации:
 - 1) Социологическое исследование ВЦИОМ на тему: «Брак, совместная жизнь, брачный возраст: в поисках оптимальной модели» (телефонное интервью по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров, 2021г., n=1600 респондентов) [1];
 - 2) Социологическое исследование ВЦИОМ на тему: «Семья и родительство» (телефонный опрос по стратифицированной двухосновной случайной выборке стационарных и мобильных номеров, 2020г., n=1600 респондентов) [2];
 - 3) Маркетинговое исследование российского рынка брачных агентств, компания FranchFamily (исследование на основе анализа открытых источников информации и экспертных оценок, 2020 г.) [3]
3. Результаты репрезентативного массового опроса населения Республики Татарстан на тему: «Социальный маркетинг как инструмент формирования семейных ценностей в современных социально-экономических условиях», проведенного в 2022 году, выборочную совокупность которого составили 907 человек в возрасте от 18 до 55 лет, проживающие на территории Республики Татарстан.

Теоретическая рамка

Рассмотрим существующие теоретические подходы к изучению брачно-семейных отношений и, в первую очередь, брачного выбора, поскольку основанием брака является брачный выбор, который определяет брачных партнеров и формирует сам брачный союз. В микросоциологии семьи основным составляющим является семейное поведение, совместно со связями между поколениями и отношениями между личностями. В.М. Медков и А.И. Антонов [4] выделяют семейное поведение как специфическое выявление социального поведения, которое делает возможным функционирование следующей цепочки: «супружество – родительство – родство». Эти термины являются разновидностями семейного поведения, которые определяют направления на создание брачного союза, рождение и социализацию детей в семье, брачное, социализационное и репродуктивное поведение.

Брачное поведение – это поведение, которое связано с брачным отбором, задача которого состоит в удовлетворении потребности в браке. В.М. Медков отмечал, что брачным отбором является процесс, в результате которого из возможных брачных партнеров отбирается тот, кто в будущем становится супругом в зарегистрированном (или незарегистрированном) браке. Данный процесс является исторически конкретным, он зависит от социальных, экономических и других условий, которые имеют своё место в обществе.

Б. Мурштейн разработал трехфазную теорию выбора супруга: «стимул – ценность – роль», которая опирается на концепции социального обмена, где сам процесс развития в отношениях раскрывается в трёх фазах: первая фаза – это стимулы, вторая фаза – ценности (как жизненные, так и семейные), третья фаза – роли. Стоит отметить, что источниками брачного поведения являются потребность в брачном партнере и потребность в брачном союзе. При преобладании первой потребности над второй снижается ценность брачного союза и усиливается ценность партнерского сожительства, которое набирает популярность в современном мире [5].

Д. Мортенсен изучал условия длительности брачного союза, исходя из социологических концепций брака, и отмечал, что сходство ценностей необходимое, но не достаточное условие.

Существует социально-психологическая теория брачного отбора, созданная Р.Ф. Уинч – теория комплементарных потребностей. Главный смысл данной теории заключается в том, что партнеры предпочитают заключать брачный союз с теми, чьи психологические особенности противоположны по сравнению с их собственными. Например, если партнер имеет доминантный характер, то предпочтет робкого и склонного к зависимости супруга. По теории Р.Ф. Уинча, это объясняется тем, что человек всегда пытается удовлетворить свои потребности, а достичь этого можно в том случае, когда

специфические потребности партнеров комплементарны друг другу, другими словами, дополняют друг друга.

По мнению большинства исследователей – семья без брака невозможна, то есть брак является основой семейной жизни. К. Маркс, считал: «Если бы брак не был основой семьи, то он также не являлся бы предметом законодательства, как, к примеру, дружба». В настоящее время, к большому сожалению, брак не является основой в семье. Нынешнее общество видит в устройстве брачного союза что-то «старомодное», пережитки прошлого, что не может входить в стандарты современного общественного сознания. Мнение населения об устройстве и предназначении брака потерпело существенные изменения. Сейчас популярность набирает явление, когда дети появляются вне брака, то есть формируются неполные семьи. Вместо брака появился термин «сожитительство» [6].

При рассмотрении других факторов выбора брачного партнера, здоровье изучается довольно редко. Сегодня уровень здоровья влияет на склонность к вступлению в брак, возраст его заключения, и является параметром, на который обращают внимание партнеры, перед тем как создать брачный союз. Установлено, что средний возраст для вступления в брак больных людей выше.

Для понимания того, что брачно-семейные отношения являются основой формирования ответственного отцовства и материнства, служит теория родительского влияния (Т. Лидз, У. Комминс) [7], которая базируется на том, что критерии выбора брачного партнера закладываются в детском возрасте, бессознательные мотивы в процессе выбора преобладают, а следующие модели поведения в браке также касаются ранних детских наблюдений за взаимоотношениями отца и матери. Также предполагается, что в обществе люди предпочитают подбирать себе в супруги тех, чьи психологические особенности противоположны и комплементарны их собственным.

Результаты вторичного анализа исследований

Рассмотрим результаты вторичного анализа исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения относительно вступления в брак и знакомств с потенциальными брачными партнерами. Так, ВЦИОМ опубликовало социологическое исследование в 2021 году на тему: «Брак, совместная жизнь, брачный возраст: в поисках оптимальной модели» [1]. В исследовании сравниваются данные, полученные с 2017 по 2021 года. Сегодня 71 % людей предпочтительнее вступать в брак и жить в семье, тогда как в 2017 году – 78 %. Возросла часть тех, кто не желает вступать в брак, поскольку в 2017 году их численность составляла 5 %, а в 2021 году – 11 %. За четыре года снизилось на 2 % число тех, кто предпочитает жить в незарегистрированном браке.

Выявлено, что большинство опрошенных всех возрастов предпочитают вступать в брак и жить в семье. Наибольший процент опрошенных, желающих жить в не зарегистрированном браке, а точнее 14 %, люди с 18 до 24 лет и 35–44 года. Ни один опрошенных с 18 до 24 лет не желает вступить в фиктивный брак, в данном возрасте предпочтительнее жить одному.

Согласно данным исследования, респонденты считают предпочтительный возраст для создания брачного союза: для мужчины – 27 лет, для женщины – 24 года. За четыре года показатели выросли на 1 год, то есть 28 лет – для мужчины и 24 года – для женщины.

В сентябре 2020 года ВЦИОМ провело исследование на тему: «Семья и родительство». Мы произвели анализ результатов данного панельного исследования [2].

В результате исследования было выявлено, что за девять лет, с 2011 по 2020 гг., значительно уменьшилось число людей, которые считают, что найти вторую половинку можно в кругу общих друзей (62 % и 48 % соответственно). Примерно одинаковое число опрашиваемых в разные года, с разницей в 1 %, думают найти партнера на улице, 14–15 %. Увеличилось число тех, кто считает возможным встретить вторую половинку в библиотеке с 3 % до 8 %, за все исследуемые года. Такие места, как кинотеатр, транспорт, оказались менее популярными. Число тех, кто считает, что можно встретить своего будущего партнера в интернете, возросло. Это может быть вызвано тем, что с каждым годом появляется все больше онлайн-площадок для знакомств, приложений для поиска партнера.

После появления компьютеров отрасль знакомств стремительно начала набирать обороты. В 1980-х годах XX столетия начали создаваться сервисы, позволяющие знакомиться людям через видео. В 1990-х годах начали формироваться сайты знакомств, а в 1998 году появился новый формат – быстрые свидания. С популяризацией видео хостингов (в РФ с 2006 года) появилась возможность смотреть видео с брачными объявлениями через сеть интернет. Также можно сказать, что данная отрасль получила значительные изменения с развитием мобильных устройств, голосовые и SMS-службы.

В 2003 году появились знакомства с использованием мобильных устройств. Первые сервисы работали при использовании Bluetooth. В 2007 году, после выхода iPhone от фирмы Apple, рынок получил большой скачек. После этого, в 2010 году, знакомство по смартфону стало мейнстримом (популярное действие в обществе в определенный временной промежуток), а уже в 2012 году знакомства с использованием мобильных устройств стали популярнее онлайн-знакомств.

В 2020 году компания «FranchFamily» провела маркетинговое исследование российского рынка брачных агентств [3] на основе анализа открытых источников информации и экспертных оценок для организации «Первый Центр Брака и Семьи – Life Style Group». Целью было: проанализировать ситуацию на рынке брачных услуг, а также на рынке франшиз подобных компаний; выявить точки роста компании, оценить перспективность основного и смежных сегментов деятельности на рынке брачных услуг, определить возможные направления деятельности, в частности, оценить конкурентоспособность франшизы «Первый Центр Брака и Семьи – Life Style Group». Мною было проанализировано, что в мире проживают 60 % людей, не имеющих партнера и 40 % людей, которые состоят в отношениях или браке, из них лишь 10 % семей считают себя счастливыми. Объем рынка оффлайн знакомств составляет примерно 1 млрд долларов, когда объем рынка онлайн знакомств – 10 млрд долларов.

В России история дейтинга (знакомств) началась в 2001 году с портала Damochka.ru, который представлял собой многопользовательскую онлайн-игру с возможностью познакомиться друг с другом. В то же время в сервисе было больше текстового контента: посетители могли вести дневники и блоги.

Сегодня актуальным трендом является уход аудитории на мобильные платформы для знакомств. За последние несколько лет выявились «крупные игроки» в категории приложений для знакомств: мобильный сервис «Привет», созданный для знакомств в общественном транспорте; «ДругВокруг» – гибрид сайта для знакомств и социальной сети; «Tinder» – выявлено, что данным приложением чаще пользуются жители крупных городов. Менее популярными являются такие приложения, как «Мамба», «Badoo», «Love Planet». Исследователи утверждают, что аудитория большинства сайтов для знакомств – мужчины.

Рост технологий повлиял на брачный рынок, поскольку оффлайн агентства сокращаются, но не исчезают. Всегда будет аудитория, которая больше предпочитает живое общение. Рынок оффлайн трансформировался, и, соответственно, образовались смежные сегменты, продвигающие брачные услуги, например, онлайн-курсы, тренинги и прочее. В данном исследовании был разработан график зависимости классического оффлайн агентства знакомств и уровня технологического развития, из которого следует, что большую активную аудиторию забирают мобильные приложения для знакомств.

По данным сервиса Yandex.Wordstat, исследователи ориентировочно изучили емкость рынка. Поиск слова «знакомства» в России с 2017 по 2019 года выросло на 40 %. Удалось выяснить, что агентства для знакомств ищут примерно 78268 раз в месяц [8].

Дискуссия и результаты

Брачно-семейные отношения являются основой для формирования ответственного отцовства и материнства и по той причине, что если успешно состоялся выбор брачного партнера и был заключен брак, семья считается состоявшейся, если супруги решаются на рождение ребенка, берут на себя ответственность за воспитание, содержание и финансовое благосостояние. Таким образом, впоследствии они стремятся к осознанному родительству, ответственному отцовству и материнству. Благодаря благоприятной первичной окружающей среде в семье у ребенка формируется представление о социальных связях, он учится проявлению чувств и эмоций, социально-одобряемому поведению, в последующем общается к семейным ценностям. Помимо семейных ценностей, семья дает детям важные общечеловеческие ценности, главные культурные и моральные правила поведения. Система ценностей формируется у детей при общении со старшим поколением (с родителями, бабушками и дедушками).

Человеческие ценности можно разделить на несколько аспектов. Например, духовные ценности отождествляются с такими категориями, как добро, любовь, дружба. Эстетические ценности отражают красоту, культуру, имидж. Под материальными ценностями понимается финансовый достаток, недвижимость, различные предметы роскоши. Работу и труд можно отнести к социальным ценностям и так далее. Несмотря на все вышеупомянутые ценности, главной ценностью для человека являются так называемые витальные ценности – здоровье, сама жизнь, семья. Следовательно, общество определяет самой главной ценностью в своей жизни семью, поэтому именно семейные ценности занимают главенствующее место в ряду человеческих ценностей [9].

Любовь, как семейная ценность, является основой для семейных отношений: любовь между супругами, любовь родителей к детям и от детей к родителям. Проявление любви отражает развитие иных качеств в семье. Проявление любви по отношению к ребенку может сильно повлиять на будущее его становление как личности. Для того, чтобы дети понимали свое место в семье, супруги должны быть едины. Любить – это значит заботиться, хотеть помочь, быть рядом постоянно, защищать. Обычно она проявляется в нежности по отношению к любимым, сострадании. Дети, которые растут в семье, где живет любовь, всегда чувствуют себя более уверенными в завтрашнем дне и защищенными. В семьях, где царит любовь между родителями и детьми, особенно часто можно наблюдать осознанное, ответственное отцовство и материнство.

Благодаря семейным ценностям у детей формируется понимание значимости, уникальности и роли семьи, поэтому очень важно с ранних лет прививать любовь к семье через семейные ценности. Один из способов естественно и непринужденно прививать детям правила поведения, любовь является традиция. Данное обстоятельство также говорит о том, что семейные ценности важны в процессе становления отцов и матерей как осознанных и ответственных родителей. У каждой семьи свои традиции, они могут быть разными (совместные путешествия, совместный вечерний досуг, совместное чтение книг, и так далее), но решающими свою главную задачу – сплотить и укрепить. Если рассмотреть большие восточные семьи, то можно увидеть, как они заинтересованы передавать традиции из поколения в поколение.

Процесс формирования семейных ценностей у детей имеет особую значимость, поскольку именно они лягут для них в основу формирования ответственного отцовства и материнства. Этот процесс проходит в три этапа:

1. В детстве, когда ребенок воспринимает родителей или иных родственников как пример. Родителям необходимо собственным примером демонстрировать нужный набор основополагающих норм поведения, которые формируют семейные ценности, потому что только так семейные ценности будут переходить из поколения в поколение;
2. В школьном возрасте, когда ребенок видит пример модели другой семьи;
3. Во взрослой жизни, исходя из собственного опыта взаимоотношений.

В последнее время образовательные учреждения начали приобщать детей к семейным традициям. Например, в детских садах проводятся «общие субботы», когда дети совместно с родителями проходят квесты и решают различные задачки, проводятся совместные концерты, в которых может поучаствовать каждый родитель; в школах проводятся конкурсы «мама, папа, я – спортивная семья» и многое другое.

Сегодня в Российской Федерации реализуется концепция государственной семейной политики до 2025 года. Данная концепция призвана решить стоящие перед российским обществом задачи и обеспечить его развитие в демографическом и социально-экономическом плане. Государственная семейная политика находится в четкой взаимосвязи с демографической политикой, национальной стратегией действий в интересах детей, политикой долгосрочного социально-экономического развития страны.

К экономическим мерам по стимулированию рождаемости можно отнести предоставление оплачиваемых отпусков и различных пособий при рождении детей, пособий на детей в зависимости от их численности, состава и возраста семьи, различных ссуд, кредитов, налоговых и жилищных льгот, по снижению рождаемости – меры по созданию преференций для малодетных семей.

К административно-правовым мерам можно отнести разработку и принятие законодательных актов, регулирующих брачный возраст, возможность разводов, совершения аборт и применения контрацептивов, имущественный статус матери и несовершеннолетних детей в случае развода.

Воспитательные и пропагандистские меры состоят в формировании общественного мнения, привитии стандартов и норм определенного демографического поведения, выработке адекватного современным социально-экономическим условиям отношения к укоренившимся в сознании обычаям и традициям воспроизводства населения и к планированию семьи (внутрисемейному регулированию деторождения), к половому образованию и воспитанию молодого поколения.

Рассмотрим данные проведенного нами исследования в 2022 году в Республике Татарстан (выборочная совокупность 907 человек в возрасте от 18 до 55 лет, проживающие на территории Республики Татарстан, выборка квотированная по гендерному признаку и месту проживания респондентов).

Около половины респондентов (49,0 %) считают 27–31 лет оптимальным возрастом для создания семьи. 23–26 лет считают оптимальным возрастом 41,0 % опрошенных респондентов. 8 % опрошенных считают, что оптимальным является возраст 32–39 лет, 2 % – возраст 40–44 лет и 0 % – 45 и старше. Следовательно, брачный возраст увеличивается, поскольку, по данным ВЦИОМ, в 2021 году средний возраст для вступления в брак составил 24 года.

Наиболее популярной причиной официального заключения брачного союза является желание создать собственную семью (43,0 % опрошенных). Следующей причиной респонденты выделили любовь (21,0 % опрошенных). Далее ответы распределились следующим образом: желание иметь детей (15,0 %), беременность (11,0 %), осуждение со стороны окружающих (5,0 %), нежелание сожительствовать (3,0 %). Ни один респондент не выбрал желание не зависеть от родителей как причину официального заключения брака.

Большинство респондентов (80,0 %) положительно относятся к незарегистрированному браку (сожительству), поскольку 35,0 % и 45,0 % опрошенных выбрали ответы «полностью положительно» и «скорее положительно, чем отрицательно» соответственно. «Скорее отрицательно, чем положительно» ответили 12 % респондентов и лишь 2 % – «абсолютно отрицательно».

Респонденты выбрали следующие причины того, что сожителство становится популярным: возможность проверить чувства (28,0 %), возможность избежать развода (27,0 %), возможность избежать ответственности (21,0 %), недостаток финансов (12,0 %), сомнения в чувствах к партнеру (9,0 %), временное отсутствие детей (3,0 %).

Большинство опрошенных (78,0 %) отметили, что наличие финансовой стабильности является обязательным условием для заключения брака. Следовательно, финансовый кризис может быть одной из причин отказа от вступления в брачный союз. 22,0 % опрошенных при этом считают, что наличие финансовой стабильности не является обязательным условием для заключения брака.

Большинство респондентов (64,0 %) считают, что в современной семье воспитанием детей больше занимается мать, на второй позиции (22,0 %) – бабушки/дедушки, и лишь 14,0 % опрошиваемых выбрали вариант ответа «отец».

Также в ходе исследования мы затронули вопросы, которые касаются возможных путей популяризации семейных ценностей и родительства. Для того, чтобы определить наиболее эффективные направления совершенствования процесса формирования семейных ценностей, мы узнали у респондентов эффективные способы популяризации семьи и семейных ценностей, выяснили наиболее полезные направления деятельности СМИ, а также узнали, какие мероприятия необходимо проводить в образовательных учреждениях и на уровне государства для популяризации семейных ценностей.

Так, большинство респондентов (81,0 %) считают, что образ семьи и семейных ценностей нужно демонстрировать обществу. Однако 19 % респондентов считают, что нет необходимости в популяризации образа семьи и семейных ценностей.

Респонденты считают, что популяризировать образ семьи, семейные ценности и родительство нужно: в органах ЗАГС (55,0 %), по телевидению/радио (3,0 %), через социальные сети (10,0 %), в образовательных учреждениях (дет сад, школа и т. д.) (18,0%). 14,0 % респондентов ответили, что образ семьи не нуждается в этом.

Среди наиболее полезных направлений деятельности СМИ для популяризации семейных ценностей и родительства респонденты выделяют: социальная реклама в социальных сетях (65,0 %), социальная реклама по телевидению/радио (40,0 %), социальная реклама на интернет площадках и форумах (40,0 %), наружная социальная реклама (растяжки, рекламные щиты и т. д.) (25,0 %), статьи в газете, журналах (12,0 %), социальные плакаты в газете, журналах (6,0 %). 15 % ответили, что семейные ценности и родительство не нужно популяризовать в СМИ.

Согласно результатам опроса, для популяризации семейных ценностей и родительства в образовательных учреждениях должны проводиться следующие мероприятия: организация праздников, посвященных дню семьи, материнства, детства, отцовства (43,0 %), организация спортивных семейных мероприятий (41,0 %), проведение круглых столов на тему семейных ценностей (32,0 %), введение курса про семью (24,0 %), проведение творческих концертов совместно с членами семьи (30,0 %), проведение конкурсов про семейные ценности с участием членов семьи (22,05 %), раздаточные информационные книги и буклеты (16,0 %). 12 % респондентов ответили, что семейные ценности и родительство не нужно популяризовать в образовательных учреждениях.

Что касается направлений деятельности государства и органов власти, которые могут быть полезны для популяризации семейных ценностей и родительства, то мы получили следующие данные. Большинство респондентов (64,0 %) считают введение в школах уроков семейного воспитания наиболее приоритетным направлением деятельности государства и органов власти. Следующим по популярности ответом оказался: введение в государственную семейную политику в качестве приоритетного направления пропаганды семейных ценностей (39,0 %). На третьем месте по популярности – проведение семейных праздников, фестивалей на постоянной основе (24,0 %). Далее ответы респондентов распределились следующим образом: разработка и реализация дополнительных образовательных программ подготовки молодежи к созданию семьи и семейных ценностей (18,0 %); проведение информационных кампаний пропаганды семейных ценностей путём создания специальных телевизионных передач, радиопередач, ток-шоу и иных информационных проектов (14,0 %); пропаганда ответственного отцовства и материнства (13,0 %); усиление пропаганды семейных ценностей путем введения государственного заказа на конструктивный, позитивный контент (9,0 %); поддержка некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность, связанную с пропагандой семейных ценностей (7,0 %). 13 % респондентов ответили, что семейные ценности государству и органам власти не нужно популяризовать.

Выводы

В заключение, необходимо отметить, что все перечисленные аспекты ответственного отцовства и материнства необходимо закладывать в рекомендации для органов государственной власти в создании концепции социальной, семейной и демографической политики на региональном и местном уровнях, в том числе для создания эффективных программ, направленных на популяризацию семейных ценностей, брачно-семейных отношений и родительства. От единого подхода в государственной семейной политике на федеральном уровне будет зависеть и соответствующая работа в регионах, в том числе и законодательная. Необходимо определить конкретные органы государственной власти и управления на федеральном и региональном уровнях, непосредственно ответственные за проведение государственной демографической и семейной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Социологическое исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения «Брак, совместная жизнь, брачный возраст: в поисках оптимальной модели». URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/brak-sovmestnaja-zhizn-brachnyi-vozrast-v-poiskakh-optimalnoi-modeli> (дата обращения 15.04.2022).
2. Социологическое исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения «Семья и родительство». URL: http://socinst.ru/wp-content/uploads/base/news/text/wciom_sociodigger_092020.pdf (дата обращения 16.07.2023).
3. Анализ российского рынка Dating. URL: <https://lsg.lifestylegroup.ru/analys-dating.pdf> (дата обращения 14.03.2022).
4. Антонов А.И., Медков В.М., Архангельский В.Н. Демографические процессы в России XXI века / под ред. А.И. Антонова. М.: Грааль. 2002. С. 89.
5. Чистякова Т.С. Ценность информации в ситуации выбора брачного партнера // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2007. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennost-informatsii-v-situatsii-vybora-brachnogo-partnera> (дата обращения: 21.04.2024).
6. Устинова О.В. Сожительство как альтернатива зарегистрированным бракам в современной России: тенденции и факторы // Социология. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozhitelstvo-kak-alternativa-zaregistrirovannym-brakam-v-sovremennoy-rossii-tendentsii-i-factory> (дата обращения: 05.05.2024).
7. Кормилицин А. В., Рудин И. В., Кочурин Н. А. Выбор долговременного партнера: концепции биологического и психологического // Вестник ТГПУ. 2012. №6 (121). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-dolgovremennogo-partnera-kontseptsii-biologicheskogo-i-psihologicheskogo> (дата обращения: 2.05.2024).
8. Купенко В.Г. Парадокс выбора на примере изучения сайта знакомств // Телескоп. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/paradoks-vybora-na-primere-izucheniya-sayta-znakomstv> (дата обращения: 21.12.2022).
9. Ростовская Т.К., Кара-Мурза С.Г., Егорычев А.М. От кризиса нравственности до возрождения традиционных семейных ценностей россиян // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. № 2. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-krizisa-nravstvennosti-do-vozhrozhdeniya-traditsionnyh-semei-nyh-tsennostei-rossiyan> (дата обращения: 2.05.2024).

Поступила в редакцию 3.05.2024
Передана на рецензирование 4.05.2024
Рекомендована к печати 23.03.2024

Нуруллина Эльмира Ринатовна, кандидат социологических наук,
доцент кафедры социологии, политологии и права
ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»
420066, Россия, г. Казань, ул. Красносельская, 51
E-mail: elmiranur10@yandex.ru.

E.R. Nurullina

MARRIAGE AND FAMILY RELATIONS AS A BASIS FOR THE FORMATION OF RESPONSIBLE PATERNITY AND MATERNITY: WAYS TO POPULARIZE FAMILY VALUES AND PARENTHOOD

DOI: 10.35634/2587-9030-2024-8-2-149-157

The article discusses theoretical approaches to the study of family relations and marital choice. The article analyzes various aspects of marriage and family relations, which are the basis for the formation of responsible fatherhood and motherhood, both at the theoretical level and on the actual empirical practices of author's own sociological research conducted in the Republic of Tatarstan. The results of a secondary analysis of sociological research by the All-Russian Center for the Study of Public Opinion on choosing a marriage partner and meeting a future partner, as well as the results of a marketing study of the Russian market of marriage agencies, are also presented. The article shows possible ways to popularize family values and parenthood. Effective ways to popularize the image of a family, family values and parenthood at three levels have been identified and analyzed - media activities, events in educational institutions and at the level of the state and authorities. The aspects that should include responsible paternity and maternity are shown; they need to be included in the creation of effective programs aimed at promoting family values, marriage and family relations and parenthood.

Keywords: marriage and family relations, marital choice, marriage partner, fatherhood, motherhood, family values, parent-child relationships, paternity, maternity, responsible parenthood, family image.

REFERENCES

1. Sociologicheskoe issledovanie Vserossijskogo centra izuchenija obshhestvennogo mneniya «Brak, sovmestnaja zhizn', brachnyj vozrast: v poiskah optimal'noj modeli». [Jelektronnyj resurs]. - URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/brak-sovmestnaja-zhizn-brachnyi-vozrast-v-poiskakh-optimalnoi-modeli> (data obrashhenija 15.04.2022). (In Russ.).
2. Sociologicheskoe issledovanie Vserossijskogo centra izuchenija obshhestvennogo mneniya «Sem'ja i roditel'stvo». [Jelektronnyj resurs].-URL:http://socinst.ru/wp-content/uploads/base/news/text/wciom_sociodigger_092020.pdf (data obrashhenija 16.07.2023). (In Russ.).
3. Analiz rossijskogo rynka Dating [Jelektronnyj resurs].-URL: <https://lsg.lifestylegroup.ru/analys-dating.pdf> (data obrashhenija 14.03.2022). (In Russ.).
4. Antonov A. I., Medkov V. M., Arhangel'skij V.N. Demograficheskie processy v Rossii XXI veka/ Pod redakciej A.I. Antonova. - M.: Graal'- M, 2002. - S. 89. (In Russ.).
5. Chistjakova T. S. Cennost' informacii v situacii vybora brachnogo partnera /T.S. Chistjakova // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. - Serija: Social'nye nauki. - 2007. - №3. - [Jelektronnyj resurs]-URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsennost-informatsii-v-situatsii-vybora-brachnogo-partnera> (data obrashhenija: 21.04.2024). (In Russ.).
6. Ustinova O.V. Sozhitel'stvo kak al'ternativa zaregistrirovannym brakam v sovremennoj Rossii: tendencii i faktory / O.V. Ustinova // Sociologija. 2020. №5. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozhitelstvo-kak-al'ternativa-zaregistrirovannym-brakam-v-sovremennoj-rossii-tendentsii-i-faktory> (data obrashhenija: 05.05.2024). (In Russ.).
7. Kormilicin A. V., Rudin I. V., Kochurina N. A. Vybor dolgovremennogo partnera: koncepcii biologicheskogo i psihologicheskogo / A.V. Kormilicin, I.V. Rudin, N.A. Kochurina // Vestnik TGPU. 2012. №6 (121). [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vybor-dolgovremennogo-partnera-kontseptsii-biologicheskogo-i-psihologicheskogo> (data obrashhenija: 2.05.2024). (In Russ.).
8. Kupenko V.G. Paradoks vybora na primere izuchenija sajta znakomstv / V.G. Kupenko // Teleskop. 2022. № 3. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/paradoks-vybora-na-primere-izucheniya-sajta-znakomstv> (data obrashhenija: 21.12.2022). (In Russ.).

9. Rostovskaja T.K., Kara-murza S.G., Egorychev A.M. Ot krizisa npravstvennosti do vozrozhdenija traditsionnyh semejnyh cennostej rossijan / T.K. Rostovskaja, S.G. Kara-murza, A.M. Egorychev // Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija: Sociologija. Politologija. № 2. 2019. [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-krizisa-npravstvennosti-do-vozrozhdeniya-traditsionnyh-semei-nyh-tsennoستي-rossijan> (data obrashhenija: 2.05.2024). (In Russ.).

For citation:

Nurullina E.R. Marriage and family relations as a basis for the formation of responsible paternity and maternity: ways to popularize family values and parenthood // Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations. 2024. Vol. 8, iss. 2. P. 149–157. <https://doi.org/10.35634/2587-9030-2024-8-2-149-157> (In Russ.).

Received May 3, 2024

Submitted for review on May 4, 2024

Recommended for publication on 23, 2024

Nurullina E.R., Candidate of Sociology, Associate Professor
at Department of Sociology, Political Science and Law
Kazan State Energy University
Krasnoselskaya st., 51, Kazan, Russia, 420066
E-mail: elmiranur10@yandex.ru