

делять на мужские и женские, а 19,8% – обязанности не должны распределять между супругами, а должны выполняться совместно. Эта группа поддерживает современный тип семьи, где все должно быть наравне. Однако мы наблюдаем, что тех, кто поддерживает традиционное распределение обязанностей чуть больше. Это означает, что все же в сознании коренится представление о традиционной семье. Но для того, чтобы понять какие обязанности кто должен выполнять нами был задан вопрос. В результате исследования выявлено, что такие обязанности как: обеспечение материального благополучия – 77,8%, распределение семейного бюджета – 75,3%, воспитание детей – 97,5%, организация семейного досуга – 86,4% должны выполняться совместно супругами. Только мнение молодежи разошлось в одной из обязанностей это хозяйственно-бытовые обязанности – так 55,6% считают, что должна эта обязанности выполняться совместно, а 44,4% считают, это прямая обязанность женщины.

4. Мы выявили представление молодежи о распределении обязанностей, но теперь необходимо понять представление о главе семьи. Так в этом вопросе мнение молодежи разошлось. Можно выделить 2 группы мнений: 1 группа – 43,2% считает, что мужчина является главой семьи. Эта группа отражает представление о традиционной семье. 2 группа – 45,7% считают, что в семье должно царить равноправие. Эта группа отражает представление о современной семье. Все это означает, что у современной молодежи нет общего единственного представления о главе семьи. Но при этом закоренелому патриархату, который настолько глубоко сидит в сознании, противостоит равноправие в семье. И кто победит в этой борьбе покажет только время.

5. Молодые люди обоих полов не собираются дискутировать по вопросу местожительства супругов. О том, что они должны жить отдельно декларируют 94,1% всех опрошенных. Это означает, что в дальнейшем молодежь планирует нуклеарную семью.

**Представление молодежи об имидже брачно-семейных отношений в СМИ.** Респондентам был задан вопрос о том, как они оценивают внимание теме семьи и брака в различных видах средств массовой информации, таких как радио, телевидение, пресса и интернет. (см. диаграмма 23.) В результате исследования было установлено, что достаточно внимания теме семьи и брака уделяется в сети Интернет (44,4%), вполне достаточно уделяется в телевидении (40,7%) и прессе (30,9%). Так же в зависимости от брачно-семейных отношений респондентов получается аналогичная картина. Так 11,1% респондентов от 25,9%, которые состоят в юридическом браке, и 8,6% от 18,5%, которые проживают в гражданском браке, считают, что в сети Интернет достаточно внимания проблематике семьи и брака. А 12,3% респондентов от 25,9%, которые состоят в юридическом браке, и 11,1% от 18,5%, которые проживают в гражданском браке, считают, что в телевидение достаточно внимания теме брачно-семейных отношений.

Это означает, что брачно-семейные отношения достаточно внимания уделяется современными СМИ, но какой имидж семьи и брака демонстрирует СМИ.

Респонденты считают, что некоторые брачно-семейные отношения СМИ показывает с положительной стороны: юридический брак – 46,9%; многодетная семья – 37%; семья с 1-2 детьми – 44,4%; семья с приемным ребенком – 45,7%; полная семья – 63%; нуклеарная семья – 38,3%; расширенная семья – 37%; уважение к старшим – 54,3%; совместные обязанности – 49,4%; мужчина обеспечивает семью, а женщина занимается домашними делами – 35,8%.

Однако по распределению ответов респондентов заметно, что некоторые брачно-семейные отношения представлены положительнее, чем другие. Так семья с 1-2 ребенком представлена положительнее, чем многодетная семья. Это говорит о том, что семья с 1-2 детьми транслируется как лучший эталон числа детей в современной семье. Так это и с обязанностями в семье. Образ совместных обязанностей в семейной жизни показывается как наиболее подходящий стандарт распределения семейных обязанностей. Так же с нуклеарной семье. В незначительной степени она представлена наилучшим образом.

Но кроме положительных образов института семьи и брака в СМИ, имеется и отрицательные эталоны:

Женщина обеспечивает семью, а мужчина занимается домашними делами. – 35,8%

Неполная семья – 30,9%

Эти образцы семейной жизни представлены скорее отрицательно в СМИ. Возможно, это связано с реализацией семейной политики, которая нацелена, чтобы были полные семьи и на традиционное распределение ролей.

Но кроме положительных и отрицательных стандартов брачно-семейных отношений в СМИ имеются и нейтральные: гражданский брак – 40,7%; церковный брак – 48,1%; бездетная семья – 40,7%. Данные брачно-семейные отношения показывают нейтральным образом вследствие того, что например, гражданский брак является сейчас распространенной формой, и если бы он был представлен негативно, это не

Исходя из результатов исследования, получается, что, если сравнить полученные ранее представления о брачно-семейных отношениях и положительный имидж семьи и брака в СМИ, то получается, эти представления идентичный. Следовательно, можно предположить, что СМИ транслирует положительный эталон тех или иных брачно-семейных отношений, который с полным успехом транслируется в сознании молодежи.

#### ПОПУЛЯРНЫЕ ПРАЗДНИКИ В РОССИИ

Бунеев И.Р., Хван Н.С.

*Волжский политехнический институт, филиал  
Волгоградского технического университета,  
Волжский, e-mail: buneev\_ivan\_r@mail.ru*

В данной исследовательской работе было опрошено приблизительно 100 человек из города Волжского. Опрошенным задавались следующие вопросы: какие праздники вы празднуете? Какой ваш любимый праздник? Почему?

Цель: выявить и проанализировать какие праздники больше всего нравятся жителям России (на примере города Волжского) и почему.

Опрошенными были люди разного возраста, начиная со студентов и заканчивая пожилыми людьми. Но большее количество составляет молодое население. Также было посещено несколько интернет форумов.

Наиболее популярным праздником оказался Новый год, как самый яркий, красочный и веселый праздник. Многие говорили, что это прекрасный повод побыть с семьей, собраться всем вместе и провести хорошо время. Неоднократно было отмечено, что этот праздник весь пропитан волшебством и похож на сказку. Кому-то он нравится больше всего потому, что он напоминает о детстве. Были и те, кому нравится дарить и получать подарки. Это отличный повод украсить весь дом гирляндами и мишурой, нарядить ёлку, загадать желание. Некоторые считают Новый год бесполезным, а также опасным из-за большого ко-

личества пиротехники, влекущее за собой несчастные случаи.

Основные христианские праздники приблизительно разделили вторую позицию по результатам опросов. Кто-то сказал, что Рождество, дарит надежду. Некоторые люди любят все христианские праздники потому, что в них есть особый смысл.

День Победы показал результат ниже предыдущих праздников. Вот ответ одного из людей по поводу этого Великого праздника – «для меня самый главный и важный праздник это День Победы. Я считаю, что для всех этот день должен быть самым важным. Мы собираемся всей семьей на главной площади города и участвуем в параде, поздравляем наших ветеранов, они для нас очень дороги. Мы благодарим их за победу наилучшими пожеланиями. Слушаем их рассказы и каждый раз узнаем что-то новое. Цените ветеранов! Они подарили нам Великую Победу!»

Ещё одним из наиболее празднуемых дней является 8 Марта. Некая девушка сказала, что её любимый праздник Международный Женский день 8 Марта, потому что, в этот день все женщины становятся красивее, увереннее и обаятельнее, а ещё за то, что это праздник нежности, красоты, весны и цветов. Некоторые любят 8 марта так как, этот праздник символизирует о приходе весны, о начале тепла, а кому-то просто нравится получать цветы и подарки. День всех влюблённых отмечает небольшое количество опрошенных, в основном это молодое население.

Один опрошенный выделил День Конституции РФ как самый важный праздник. Именно этот день он празднует чуть ярче, чем другие. Возможно этот праздник связан с каким-то событием в его жизни. Данные о результате исследования можно увидеть в диаграмме.

В дальнейшем планируется провести аналогичное исследование в Великобритании и сравнить полученные результаты.

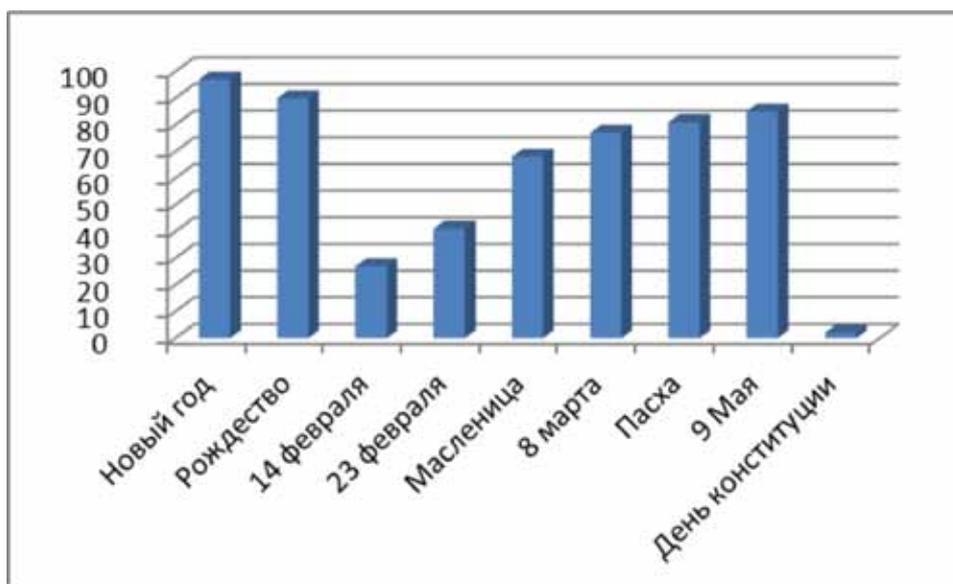
#### ОСОБЕННОСТИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Олесова А.М.

*Северо-Восточный федеральный университет  
им. М.К. Аммосова, Якутск, e-mail: ankiria94@mail.ru*

Качество жизни людей является важнейшим показателем, характеризующим уровень развития страны. По мнению Л.А. Беляевой, качество жизни – это целый комплекс параметров жизнедеятельности человека (группы людей или населения в целом), объективно-субъективная характеристика условий существования человека, которая зависит от развития потребностей и оценок своей жизни [1].

И.А. Гундарова пишет, что «качество жизни определяется тем, насколько человек здоров, счастлив, духовно совершенен». Н.Ю. Сенкевич отмечает, что «качество жизни – степень комфортности человека внутри себя, так и в рамках своего общества» [4; 6].



День защитника Отечества набрал не большое количество голосов, так как опрошенные мною люди в основном были ещё достаточно молоды для службы в вооружённых силах Российской Федерации и, как правило, имеют пока только отсрочку, а будучи не служившим в армии этот праздник праздновать по-настоящему неинтересно.

Неоднократно звучали ответы, что празднуют все праздники, потому что, именно в эти дни вся семья собирается вместе, общается, готовят вкусную еду и просто проводят хорошо время. Вот так был дан ответ: «По-моему мнению это очень важно собрать всю семью, так как в наши дни очень мало свободно-времени».

Молодежь как социальная группа отличается от других групп населения, своей активностью, ускоренным процессом адаптации, большей географической подвижностью, обладанием более актуальными знаниями и навыками, и большими материальными потребностями.

По данным «РИА Рейтинг» в 2014 г. первые позиции в рейтинге по качеству жизни населения занимали центральные города России – Москва и Санкт-Петербург, являясь лидерами по многим показателям. Регионы Дальневосточного федерального округа сохраняют или снижают свои позиции. Из девяти регионов округа только Камчатский край за последние годы поднялся на три позиции (на 51 место). Три других ре-