

Сарапкина Н.Д.

Научный руководитель: ст. преподаватель кафедры СПД Е.В. Зеленова
*Муромский институт (филиал) ГБОУВО «Владимирский государственный
университет им. Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
г. Муром, ул. Орловская, 23
narmina.sarapkina@yandex.ru*

Влияние СМИ на формирование образа современной семьи

Семья – это первое общество, в котором человек проводит первые годы, во время которых закладываются жизненные ценности и приоритеты, а также формируются нормы социального поведения. Именно семья дает человеку информацию о жизни, формирует образ его будущей семьи. Но не только от родителей зависит воспитание детей. К сожалению не менее значимым является такой агент социализации как средства массовой информации (в дальнейшем СМИ). Стремительно развивающиеся процессы в современном обществе касаются всех сторон жизни человека. Мир стал зависимым от коммуникаций. Глобализация СМИ оказывает существенное влияние на информационную культуру и каждый человек подвержен ей в той или иной степени. Иногда информация, предоставляемая СМИ, может быть опасна, из-за того, что принимается готовой, не задумываясь над тем, какой посыл она несёт.

Особое беспокойство сегодня вызывает факт воздействия современных СМИ на молодое поколение, так как по большей части оно негативно, и это уже не вызывает споров. Это подтверждается и существующими исследованиями, и ситуацией в обществе. Волна насилия, захлестнувшая общество, рост немотивированной агрессии, разрушение традиционных общечеловеческих ценностей, отсутствие у молодежи нравственных ориентиров, духовных лидеров, снижение порога чувствительности - все это не в последнюю очередь обусловлено современным состоянием средств массовой коммуникации (в дальнейшем СМК).

Влияние СМИ на детей и молодежь значительно сильнее, поскольку данные возрастные группы более восприимчивы к информации, поступающей из внешнего мира. Они наиболее легко подвергаются внушению и недостаточно критично оценивают внешне привлекательные явления: рекламу товаров и услуг; культурную продукцию, пропагандирующую насилие, вредные привычки и неправильное поведение в обществе. Это нашло подтверждение в исследовании И. В. Жилавской [1]. Одним из сильнейших раздражителей на экране большинство опрошенных признали рекламу (81,2%), 68,9% респондентов считают, что на телеэкране слишком много насилия. Сильным раздражителем выглядит также катастрофизм в новостных выпусках – так считают 41,1% респондентов, чуть меньшее число зрителей раздражает непристойная эротика (38,4%). Около трети участников опроса согласны с тем, что телевидение задает образцы дурного поведения (34,5%) и «грешит» некорректной политической пропагандой (31,4%).

Молодое поколение, как наиболее мобильное и восприимчивое ко всякого рода новациям, более других, подвержено ценностным и мировоззренческим перестройкам. В ряде случаев дистанция, которая отделяет старшее поколение и молодежь, становится критической. Налицо глубокий конфликт поколений. Молодежь без колебаний принимают готовые модели поведения, которые убедительно внушаются средствами массовой информации как образ жизни и способствуют неосознанному подражанию, формируя стереотипы. Визуальный образ семьи, создаваемый СМИ отражает реально сформировавшийся в обществе негативный имидж семьи. Образ семьи, пропагандируемый в СМИ, сопровождает человека всю его жизнь, оказывая значительное влияние на его мировосприятие. В частности, негативный образ не укрепляет семейные ценности, а наоборот, является причиной кризиса института семьи. Средства массовой коммуникации в определенном смысле программирует поведение человека. Так, популярные сериалы, мультфильмы, телепрограммы и различные шоу пропагандируют извращения, пошлость, потребительское отношение друг к другу, зависимость от вредных привычек. Многие герои молодежных продуктов СМК демонстрируют отсутствие нравственных установок, моральных принципов. В итоге, это дискредитирует семью,

Секция 07. Духовно-нравственные проблемы общества

разрушается ценность целомудрия. Всё это оказывает отрицательное влияние на поведение молодежи.

«Фонд Андрея Первозванного» в июле 2013 г. совместно с исследовательской группой ЦИРКОН провел социологическое исследование «Семейные ценности в современных СМИ» [2]. Целью, которого было получение информации, необходимой для анализа отношения россиян и работников СМИ к семейно-брачным отношениям, семейным ценностям, а также изучение материалов СМИ с точки зрения транслируемого ими образа семьи.

Одним из неожиданных результатов исследования является то, что 93% работников СМИ считают современный медийный контент вредным, аморальным и даже опасным, тем самым соглашаясь с его разрушительным воздействием. Между тем, значительная часть опрошенных (27%) отметили воспитательную роль СМИ в продвижении нравственных норм и ценностей в обществе. При этом большинство граждан (58%) считают, что темам семьи, брака и семейных ценностей в СМИ сегодня уделяется мало внимания.

Тем не менее, в целом позиция, с которой СМИ транслируют образ семьи и семейных отношений, представляется россиянам довольно позитивной. Понятно, что речь идет о субъективном восприятии, и аудитория видит зачастую именно то, что хочет. В первую очередь, отметим, что, по мнению россиян, СМИ чаще с одобрением представляют семьи с детьми – и малодетные, и многодетные семьи, и семьи с родными и с приемными детьми. Сам факт наличия ребенка (детей) демонстрируется в СМИ в позитивном ключе (по мнению аудитории). Чаще с одобрением, чем с осуждением, по оценке россиян, в СМИ представляется официально зарегистрированный брак и один брак на всю жизнь. С одобрением транслируются также семьи, в которых с уважением и почтением относятся к старшему поколению. При этом, скорее в позитивном ключе, как считают граждане, СМИ транслируют семьи, состоящие только из супругов и детей (т.е. когда представители старшего поколения проживают отдельно). В отношении же больших, многопоколенных семей оценки транслируемого образа сравнительно более неопределенны. Очевидно, результаты исследования отражают современные реалии, когда наиболее распространенным типом является нуклеарная семья, и во многом именно поэтому россияне считают, что такие семьи представляются СМИ чаще с одобрением, чем с осуждением.

В оценках аудитории, СМИ в негативных тонах транслируют нетрадиционные и официально не признаваемые в нашей стране отношения (однополые отношения, многоженство, многомужество), а также супружеские измены.

Кроме того, исследование образа семьи, транслируемый в художественных фильмах выявило исследование Е.А. Гайдуковой [3]. Большинство опрошенных (57%) считают, что художественные фильмы воздействуют на представления молодежи о жизни; заложенные в фильмах семейные ценности могут повлиять на поведение в репродуктивной семье (74%); большинство (55%) не видят ничего плохого в том, что в фильмах зачастую демонстрируют антисемейные ценности (разводы, ссоры, беспорядочные половые связи). Треть опрошенных (32%) наблюдают в кино/сериалах/рекламе нуклеарный тип семьи с двумя работающими родителями; 46% опрошенных – нуклеарный тип семьи, в которой работает и содержит семью только отец; 15% - неполную семью (как правило, молодая мать с ребенком).

Формы поведения в семье, часто встречающиеся в фильмах следующие: отсутствие одного из родителей – 54%; демонстрация беспорядочных половых связей – 47%; отсутствие детей, построение карьеры – 39%; разводы в семье – 37%; мать-одиночка/отец-одиночка – 28%.

Таким образом, средства массовой коммуникации являются мощным рычагом в управлении общественным сознанием. В результате воздействия СМИ детям и молодежи могут прививаться изначально неверные установки по отношению к этическим и экзистенциальным категориям (добро, зло, свобода, выбор, долг, ответственность), пониманию особенностей взаимоотношений мужчин и женщин, а также нетрадиционный образ семьи. С течением времени и под влиянием экономических и политических изменений жизнедеятельности, институт семьи все больше утрачивает и теряет способность выполнять свои основные функции: родители склонны передоверять обязанности по воспитанию образовательным учреждениям, воспитателям, няням, религиозным образованиям. При этом подлинные

Секция 07. Духовно-нравственные проблемы общества

моральные ценности отодвигаются на второй план, уступая место более примитивным материальным благам.

Литература

1. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории Режим доступа: http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/457/63457/33626?p_page=3 (дата обращения 3. 04.2016)
2. Семейные ценности в современных СМИ. Резюме по результатам социологического исследования ЦИРКОН 2013. Режим доступа: http://www.zircon.ru/upload/iblock/4de/Semeynie_cennosti_v_SMI_Analiticheskoe_resume.23.10.13.pdf (дата обращения 2. 04.2016)
3. Е. А. Гайдукова Формирование представлений о семье у современной молодежи под воздействием киноиндустрии. Государственный университет управления, г. Москва, Россия. Режим доступа: http://sociosfera.com/publication/conference/2012/129/formirovanie_predstavlenij_o_seme_u_sovremennoj_molodezhi_pod_vozdejstviem_kinoindustrii/ (дата обращения 28. 03.2016)