

<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-108-114>
УДК 316.356.2:659.1

Коблева З.Х., Губжокова Н.К.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ СЕМЬИ

Коблева Зурет Халидовна,

кандидат исторических наук, доцент кафедры философии, социологии и педагогики ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», Майкоп, Россия,

e-mail: zureta01@mail.ru,

тел.: 8 (928) 468 01 10

Губжокова Нуриет Карпушевна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры философии, социологии и педагогики ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», Майкоп, Россия,

e-mail: gubzhockova.nuriet2015@yandex.ru,

тел.: 8(928) 469 64 52

Аннотация

Статья посвящена актуальным вопросам социокультурных ценностей семьи в информационном пространстве. Представлена характеристика и интерпретация семьи в средствах массовой информации, функционирование которой происходит на основе социальных связей. В настоящее время СМИ активно транслируют в обществе новые формы и модели поведения современной семьи, которые в значительной степени размывают традиционные социокультурные ценности института семьи. Актуальность статьи обусловлена появлением серьезного научного интереса к проблемам трансформации семейных ценностей на современном этапе. Целью данной статьи является исследование процесса формирования образа современной семьи в средствах массовой информации.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- провести анализ понятия социокультурных ценностей семьи;
- определить основные формы и методы репрезентации образа семьи в средствах массовой информации;
- выявить степень влияния СМИ на представления о современной семье.

Предметом исследования является процесс формирования социокультурных ценностей семьи на современном этапе.

Практическая значимость статьи заключается в использовании положений и выводов в процессе коммуникации между представителями различных социальных групп и культур.

Методологическую основу статьи составил системный подход, а также методы сравнения и наблюдения.

Ключевые слова: информационное пространство, ценности, институт семьи, социокультурные ценности, средства массовой информации, поведение, культурные традиции, современная культура.

Для цитирования: Коблева З.Х., Губзхокова Н.К. Влияние СМИ на формирование социокультурных ценностей семьи // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2021. Том 13, № 2. С. 108–114. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-108-114>.

Kobleva Z.Kh., Gubzhokova N.K.

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA ON THE FORMATION OF FAMILY SOCIAL AND CULTURAL VALUES

Kobleva Zuret Khalidovna,

Candidate of History, an associate professor of the Department of Philosophy, Sociology and Pedagogy FSBEI HE "Maykop State Technological University", Maykop, Russia,

e-mail: zureta01@mail.ru,

tel.: 8 (928) 468 01 10

Gubzhokova Nuriet Karpushevna,

Candidate of Philology, an associate professor of the Department of Philosophy, Sociology and Pedagogy

FSBEI HE "Maykop State Technological University", Maykop, Russia,

e-mail: gubzhokova.nuriet2015@yandex.ru,

tel.: 8 (928) 469 64 52

Annotation

The article is devoted to topical issues of family socio-cultural values in the information space. The article presents the characteristics and interpretation of a family in the media, the functioning of which takes place on the basis of social ties. Currently, the media are actively broadcasting in the society new forms and models of behavior of a modern family, which largely erode the traditional socio-cultural values of the family institution. The relevance of the research is due to the emergence of a serious scientific interest in the problems of transformation of family values at the present stage. The purpose of the article is to study the process of forming the image of a modern family in the media.

To achieve this goal, you must complete the following tasks:

- to analyze the concept of the socio-cultural values of a family;
- to determine the basic forms and methods of a family image representation in the media;
- to identify the degree of influence of the media on ideas about a modern family.

The subject of the research is the process of forming the socio-cultural values of a family at the present stage.

The practical significance of the article lies in the use of provisions and conclusions in the process of communication between representatives of various social groups and cultures.

The methodological basis of the article was a systematic approach, as well as methods of comparison and observation.

Keywords: information space, values, family institution, socio-cultural values, mass media, behavior, cultural traditions, modern culture.

For citation: Kobleva Z.Kh., Gubzhokova N.K. *The influence of mass media on the formation of family social and cultural values // Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta. 2021. Volume 13, No. 2. P. 108–114. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-108-114>.*

В настоящее время сложно представить современное общество без активного обмена информацией. Представляя собой специфическую сферу, средства массовой информации сегодня достаточно динамичны и осуществляют активное воздействие на процесс формирования общественного сознания. Являясь сферой деятельности отдельных профессиональных групп, субъектов экономической и политической структур, СМИ наиболее ярко воздействуют на духовное сознание и нравственные ценности всего общества.

Проблемы взаимодействия семьи и общества стали предметом изучения многих зарубежных и отечественных исследователей.

В российской науке проблемы трансформации традиционных семейных ценностей и анализ основных функций семьи были отражены в работах А.И. Антонова и В.А. Борисова [1, с. 27].

Процесс трансформации современного института семьи подробно исследован С.И. Голодом в работе «Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи» [2].

Принципиально новые подходы в выстраивании имиджа семьи как социального института, посвященные месту и роли последнего в обществе, обозначились в ходе неоднозначных и противоречивых социально-политических процессов, протекавших в нашей стране на рубеже столетий. В информационном пространстве стали проявляться негативные факторы и тенденции, воздействующие на образ современной российской семьи и ее статус в обществе. Именно поэтому тема семьи, способы, формы и итоги ее репрезентации через средства массовой информации сегодня остаются одной из самых актуальных в отечественной науке. Предметом отдельного изучения становятся принципы осуществления государственной политики по укреплению семьи и семейных ценностей, оказывающиеся в

центре внимания многочисленных изданий и медиа-контентов.

Российское информационное пространство все чаще стало заполняться западноевропейскими образами и представлениями, приходящими в противоречие с устоявшимися у нас нормами поведения и морали. Зачастую принципы и подходы к формированию тех или иных знаковых образов (в т.ч. и образа современной семьи) напрямую зависели от владельцев конкретных каналов СМИ, которые могли в произвольной форме и самостоятельно определять социальные установки и нормы в транслировании социокультурных и нравственных ценностей общества, при минимальной обратной связи от граждан страны.

Следует отметить, что характер и содержание подобной информации очень часто не соответствовал социально значимым потребностям и коллективным представлениям российского социума. Несмотря на активно транслируемые ценности и нравственные приоритеты современного западноевропейского общества, как показывают исследования, в нашей стране приверженность к традиционным социокультурным и семейным ценностям не утратила своей значимости. В силу этого есть все основания утверждать, что тема семейных ценностей на современном этапе еще долгое время будет одной из самых актуальных в системе изучения социальных институтов общества.

В настоящее время в отечественной науке значительное количество исследований посвящено влиянию средств массовой информации на формирование ценностных установок. Российские специалисты практически единодушно дают крайне негативную оценку воздействию СМИ на устоявшиеся стереотипы и нормы поведения. Исследователи приводят обширный список телепередач (и даже целых телевизионных каналов), электронных и печатных изданий, которые по

их мнению имеют стойкую репутацию конфликтогенных и провокативных. К сожалению, первым под удар таких СМИ попадает подрастающее поколение с еще окончательно не сформировавшимися этическими установками [3, с. 1089].

Озвучивая свои представления о семейных ценностях, подавляющее большинство граждан нашей страны высказывается о преимуществе традиционной формы семьи, основанной на официальном брачном союзе мужчины и женщины. В демографической картине российского социума обозначается тенденция, связанная с рождением в семье двоих и более детей, что получает достаточно широкое одобрение со стороны общества. Наряду с этим, появление таких новых форм семьи, как однополые браки и свободные отношения встречают протест со стороны общественного мнения [4, с. 83].

Молодые люди судят о семейной культуре не только на основе увиденного в собственной семье, но и посредством восприятия массовых образов, создаваемых в том числе и рекламой. При этом данная информация может до определенного времени находиться в подсознании и проявлять себя лишь в ситуации выбора, в момент принятия тех или иных решений. Эту особенность использует современное телевидение, которое создает символический образ реальности, формирующее восприятие жизненного стиля. Перед творцами современной рекламы стоят конкретные задачи по трансляции типов взаимоотношений людей, в том числе семейных образов и основных стереотипов семейных ценностей. Постоянно демонстрируемая на экране модель современной семьи может стать примером для подражания при создании своей собственной семьи. Современная реклама вырабатывает определенные стереотипы семейно-брачных отношений среди молодых людей. В рекламе воспроизводятся наиболее актуальные ценности, поэтому, анализируя явные и скрытые

«тексты» рекламных сообщений, можно выявить, какие именно установки и образцы поведения находятся под прицелом, формируя у молодежи негативный имидж семьи и семейной жизни.

В настоящее время с активным внедрением цифровых технологий наблюдается информатизация творческих функций человека и эмоционально-личностных отношений. В связи с развитием интернет-сетей широкое распространение получил процесс виртуализации отношений между молодыми людьми [5, с. 271].

Чаще всего эти отношения затрагивают и семейные аспекты, подразумевающие формирование определенной модели семьи в виртуальном пространстве. Важнейшим качественным показателем семьи является уровень межличностных взаимоотношений между супругами. В этом случае польза интернет-общения имеет свои плюсы, выражающиеся в мгновенном обмене информацией посредством виртуального общения, чаще всего через социальные сети. Однако со временем подобный вариант общения становится нормой, в результате чего люди избегают реальности, предпочитая живому общению виртуальный диалог, не позволяющий развиться подлинно глубоким чувствам и заменяющий их фальшивыми эмоциями киберпейса. Следует отметить, что виртуальное общение отдаляет людей друг от друга, приводя к формированию асоциального человека [6, с. 156].

Во многих социальных сетях активно демонстрируется жизнь знаковых персон из мира шоу-бизнеса, известных моделей, со всеми атрибутами их насыщенного яркого времяпрепровождения, что сопровождается фотографиями и видеофайлами, которые чаще всего не соответствуют обыденной действительности других пользователей социальных сетей. Постоянные просмотры подобных аккаунтов ведут к необоснованным и

завышенным требованиям к своей внешности, что негативно может отразиться на психическом состоянии человека.

Другим негативным фактором влияния на традиционные семейные ценности является увлечение компьютерными играми. Погружаясь в вымышленные миры, участники таких игр намного активнее общаются с виртуальными образами, чем с членами своей собственной семьи, что зачастую становится причиной серьезных семейных конфликтов. Существенно изменилось и отношение к женщине в средствах массовой информации. Как известно, традиционные гендерные стереотипы представляли женщину прежде всего как мать, хозяйку, «привязанную» к дому и занимающуюся воспитанием детей. При этом сама культура российского общества вплоть до начала XXI в. носила ярко выраженный налет патриархальности, мужского доминирования; женщина в экономическом плане зависела от своего супруга. Подобные ценности, давно уже отброшенные западным обществом, стали подвергаться эрозии и в нашей стране – естественно, не без влияния голливудской кино- и телепродукции, в которых в качестве главных героинь выводились образы сильных, жестких, самостоятельных женщин, высокий статус которых завоеван благодаря их собственным личностным и деловым качествам.

Примечательно также, что если в советском и постсоветском обществе неполная материнская семья воспринималась как неполноценная, а «безотцовщина» уже в послевоенное время считалась аномалией, то ныне те же западные стандарты навязывают подобную семейную модель как норму, вовсе не принижающую женщину, а наоборот, доказывающую ее самодостаточность [3, с. 1091; 7, с. 24].

Таким образом, анализ механизмов влияния СМИ на социокультурные ценности семьи позволяет выявить новые тенденции в освещении проблем современной российской семьи и формировании ее образа. Они стали результатом не только усилившегося внимания к проблемам семьи со стороны государства, но и обусловлены ростом активности самих граждан и объединения их усилий по укреплению традиционных семейных ценностей.

Как известно, средства массовой информации оказывают влияние на семью посредством пропаганды определенных образов, способных вызвать трансформацию основных форм семьи и изменение традиционных семейных ценностей.

На различных этапах развития общества средства массовой информации становятся важным фактором процесса трансформации семьи. В силу этого, необходимым условием формирования коммуникативной культуры общества в сложившейся ситуации является информационная и правовая грамотность, которая призвана в доступной форме показывать гражданам страны, и особенно подросткам и детям, эффективность традиционных форм семьи и семейных ценностей, основанных на нравственно-духовной составляющей.

Следует отметить, что в настоящее время приоритетной задачей государственной семейной политики является реализация сбалансированного комплекса мер по поддержке семьи. Одним из таких направлений является реализация национальной модели семейной политики, основанной на традиционных социокультурных ценностях, призванных сохранить институт семьи и брака в нашей стране, в основе которых лежат традиционные ценности, проверенные временем.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Антонов А.И., Борисов В.А. Кризис семьи и пути его преодоления: научный доклад / Ин-т социол. АН СССР. Сектор социальных проблем семьи. М., 1990. 36 с.

2. Голод С.И. Социолого-демографический анализ состояния и эволюции семьи // СОЦИС. 2008. № 1. С. 40–49.
3. Каирова И.А. Медиапортрет современной российской семьи в социально-философском дискурсе // Вестник ДГТУ. 2011. Т. 11, № 7 (58). С. 1088–1096.
4. Лебедь О.Л., Мищенко В.А. СМИ и общественное мнение о современных образах семьи и брака // Вестник Института социологии. 2015. № 4. С. 72–92.
5. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа // Гендерные исследования. 2000. № 5. С. 261–273.
6. Брылевская А.А. Философские аспекты проблемы восприятия образов компьютерной виртуальной реальности // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2009. Т. 2, № 31. С. 147–156.
7. Куприянова О.В. Образ женщины в средствах массовой информации в контексте гармонизации российского общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Улан-Удэ, 2009. 24 с.
8. Владимирова М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием средств массовой информации (на примере российского телевидения): автореф. дис. ... канд. филос. наук. М., 2010. 26 с.
9. Хуторной С.Н. Сетевое виртуальное общение и его влияние на межличностные отношения // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 6 (26). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoe-virtualnoe-obschenie-i-ego-vliyanie-na-mezhlichnostnye-otnosheniya>.
10. Survey Methods in Multinational, Multiregional, and Multicultural Contexts / Harkness [et al.]. New-York: John Wiley & Sons, 2010. 177 p.
11. Taiwo R. Language, Ideology and Power Relations in Nigerian Newspaper Headlines // Nebula: A Journal of Multidisciplinary Scholarship. 2007. № 4(1). P. 218–245.
12. Van Dijk T.A. Ideology. A Multidisciplinary Approach. London: Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publications Ltd, 1998. 365 p.
13. Van Dijk T.A. Ideology and discourse analysis // Journal of Political Ideologies. 2006. № 11(2). P. 115–140.
14. Van Dijk T.A. Critical Discourse Studies: A sociocognitive approach // Methods of critical discourse analysis. London: Sage, 2009. P. 62–85.
15. Wolf H.G., Polzenhagen F. Conceptual Metaphor as Ideological Stylistic Means: an exemplary analysis. Berlin: Walter de Gruyter GmbH&Co, 2003. P. 246–276.

REFERENCES:

1. Antonov A.I., Borisov V.A. Family crisis and ways to overcome it: a scientific report / Institute of Sociology. Academy of Sciences of the USSR. Sector of Social Problems of the Family. M., 1990. 36 p.
2. Golod S.I. Sociological and demographic analysis of the state and evolution of a family // SOTSIS. 2008. No. 1. P. 40–49.
3. Kairova I.A. Media portrait of a modern Russian family in social and philosophical discourse // Bulletin of DSTU. 2011. V. 11, No. 7 (58). P. 1088–1096.
4. Lebed O. L., Mishchenko V. A. Mass media and public opinion about modern images of family and marriage // Bulletin of the Institute of Sociology. 2015. No. 4. P. 72–92.
5. Azhgikhina N. Gender stereotypes in modern mass media // Gender studies. 2000. No. 5. P. 261–273.
6. Brylevskaya A.A. Philosophical aspects of the problem of perception of images of computer virtual reality. Bulletin of St. Petersburg State University. A.S. Pushkin. 2009. V. 2, No. 3–1. P. 147–156.

7. Kupriyanova O.V. The image of a woman in the media in the context of the harmonization of Russian societies: abstr. dis. ... Cand. Of Philosophy: 09.00.11. Ulan-Ude, 2009. 24 p.
8. Vladimirova M.B. Transformation of mass consciousness under the influence of the media (on the example of the Russian television): abstr. dis. ... Cand. Of Philosophy. M., 2010. 26 p.
9. Khutornaya S.N. Network virtual communication and its impact on interpersonal relations // Modern studies of social problems. 2013. No. 6 (26). Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevoe-virtualnoe-obschenie-i-ego-vliyanie-na-mezhlichnostnye-otnosheniya>.
10. Survey Methods in Multinational, Multiregional, and Multicultural Contexts / Harkness [et al.]. New York: John Wiley & Sons, 2010. 177 p.
11. Taiwo R. Language, Ideology and Power Relations in Nigerian Newspaper Headlines // Nebula: A Journal of Multidisciplinary Scholarship. 2007. No. 4 (1). P. 218–245.
12. Van Dijk T.A. Ideology. A Multidisciplinary Approach. London: Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publications Ltd, 1998. 365 p.
13. Van Dijk T.A. Ideology and discourse analysis // Journal of Political Ideologies. 2006. No. 11 (2). P. 115–140.
14. Van Dijk T.A. Critical Discourse Studies: A sociocognitive approach // Methods of critical discourse analysis. London: Sage, 2009. P. 62–85.
15. Wolf H. G., Polzenhagen F. Conceptual Metaphor as Ideological Stylistic Means: an exemplary analysis. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co, 2003. P. 246–276.