

Современная семья и медиапространство

Научный руководитель – Ледовских Наталья Петровна

Кортнева Варвара Дмитриевна

Аспирант

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, Факультет русской филологии и национальной культуры, Рязань, Россия
E-mail: v.kortneva@365.rsu.edu.ru

Институт семьи представляет собой сложное, многоаспектное явление, привлекающее внимание как исследователей различных научных сфер, осмысливающих семью сквозь призму глубокого философского, социологического, ценностно-культурного, психолого-педагогического теоретического познания, так и государственных политических деятелей, участвующих непосредственно в разработке и реализации демографической и семейной политики. Так, Владимир Путин начал свое ежегодное Послание Президенту Федеральному Собранию именно с вопроса поддержки российских семей, большая часть которого хотя и была посвящена демографическим проблемам и их разрешению путем экономического стимулирования, однако не умалена в Послании и роль подлинных ценностей семьи, определяемой Президентом как «любовь, счастье, радость материнства и отцовства», «..крепкая связь нескольких поколений, где уважение к старшим и забота о детях всегда объединяют, дают чувство уверенности, защищенности, надежности» [6]. О роли ценностей семьи в обществе говорит и депутат Государственной Думы Наталья Поклонская, полагающая, что их разрушение и уничтожение пришлось на советский период, а примером искажения подлинных ценностей настоящей любви и семьи может послужить история, произошедшая с главными героями кинофильма «Любовь и голуби» [5].

Процесс осмысления трансформационных явлений, наблюдающихся сегодня в сфере семьи (эгалитаризация, либерализация семейных отношений), не представляется полноценным вне анализа культурно-информационной реальности, в которой и развивается институт семьи. С учетом возрастающего влияния современных массмедиа, в частности, телевидения, кинематографа, интернета, на все сферы человеческой жизнедеятельности, наблюдается и рост числа исследований, посвященных этому вопросу. Так, анализируя отражение семейных ценностей в российских СМИ, В.В. Тучкова обосновывает тезис об определяющем влиянии средств массовой коммуникации на процесс продвижения и усвоения ценностей: СМИ способны устанавливать моду на многодетность или бездетность, а демонстрируемые ими модели семьи становятся примером для подражания при создании молодежью собственных семей [2]. И.А. Федосеева, рассматривая влияние СМИ на формирование моделей маскулинности и фемининности, приходит к выводу, что исходя из запросов времени, государственной политики, определенных социальных групп и их представлений о гендерных отношениях, средства массовой информации способны конструировать модели женственности и мужественности, транслируемые в социальные институты, влияющие на социальное воспитание [3]. Данная мысль находит подтверждение в последовательном анализе советского и российского кинематографа, где образ женщины трансформировался с течением времени. Так, образ хранительницы домашнего очага и счастливой матери постепенно вытесняется образом женщины-работницы, руководителя, желающей реализовать себя, в первую очередь, в профессиональной, а не в семейной сфере. В конце XX века и вовсе меняются представления о женственности, появляются образы женщин с ярко выраженными маскулинными чертами характера, способными выполнять

мужскую работу, расширяя границы гендерного и социального поведения (бизнес-леди, женщины-полицейские и др.).

Вопрос влияния телевидения на формирование сознания и образа мышления современной молодежи представляется сегодня одним из актуальных. Е.В. Чеботарева, выдвигая тезис о негативном влиянии телевидения на процесс духовно-нравственной подготовки молодежи к семейной жизни, обосновывает необходимость более тщательного подхода к выбору просматриваемого контента. Автор анализирует телевизионные передачи, ориентированные на широкий круг зрителей (например, «Давай поженимся»), и приходит к выводу об их отрицательном влиянии на психическое здоровье как самих участников, так и телезрителей [4]. Продолжая мысль о современных телепередачах, в частности, касающихся семьи и семейных отношений, необходимо отметить рост числа программ, выносящих на общественное обозрение проблемы разводов публичных деятелей, судебные разбирательства по разделу имущества. Все с большей частотой выходят в эфир сюжеты о супружеских изменах, «чужих» детях, тестах ДНК на установление отцовства и т.д. (телепередачи «Пусть говорят», «На самом деле», «ДНК» и др.). Подобные остросоциальные, зачастую скандальные шоу, привлекая внимание широкой аудитории, искажают истинные ценности семьи, любви, брака, транслируют неблагонадежные образы, способные стать впоследствии моделями поведения подрастающего поколения. Особый интерес представляет галерея образов семьи, создаваемая рекламой на телевидении. Необходимо в этой связи отметить, что в современной рекламе все чаще можно встретить модель эгалитарной семьи, в которой супруги взаимодействуют на основе принципа равенства прав и обязанностей. Своеобразным воплощением данного тезиса является реклама детского питания «Фрутоняня», где показан мужчина, кормящий ребенка, а к слогану «в помощь маме» добавляется немаловажное «и папе».

Наряду с осмыслением ставших уже «традиционными» средств массовой информации, подвергаются научному анализу и так называемые «новые медиа» - социальные сети, блоги, мессенджеры и т.д., активно внедряющиеся в современную жизнь. Автор А.А. Ефанов обосновывает такое понятие, как «экспансия медиатизированного мира», выдвигая мысль о том, что развитие медиатехнологий обусловило трансформацию такого «консервативного» социального института, как семья. Примерами подобной трансформации может послужить коммуникация членов семьи посредством различных мессенджеров, позволяющих находиться постоянно в режиме on-line и оперативно решать повседневные вопросы [1]. Однако необходимо также добавить, что отдельного рассмотрения с научной точки зрения заслуживает такое современное явление, как блогосфера. Все большее число семей сегодня создают собственные «каналы» в интернет-пространстве, через которые происходит трансляция их повседневных будней, путешествий, досуга и многого другого. Современным исследователям только предстоит осмыслить подобные социальные практики.

Таким образом, институт семьи, находясь в условиях развитого медиапространства, испытывает существенное влияние средств массовой информации, способных как исказить, так и культивировать истинные семейные ценности в обществе. В этой связи представляется необходимым проведение дополнительных информационно-пропагандистских мер государственной семейной политики.

Источники и литература

- 1) Ефанов А.А. Прагматика экспансии медиатизированного мира // Революция и эволюция: модели развития в науке, культуре, обществе. 2019. С. 312–315.
- 2) Тучкова В.В. Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2012. № 150. С. 158–163.

- 3) Федосеева И.А. Влияние СМИ на формирование моделей маскулинности и фемининности // Медицина и образование в Сибири. 2013. № 2. С. 3.
- 4) Чеботарева Е.В. Негативное влияние телевидения на процесс духовно-нравственной подготовки студенческой молодежи к семейной жизни и пути решения проблемы // Медиаобразование. 2013. № 1. С. 109–118.
- 5) Комсомольская Правда в Рязани: www.ryazan.kp.ru
- 6) Президент России: www.kremlin.ru