

Секция «Социология»

Семейные ценности молодежи и их освещение в СМИ

Мельникова Ольга Валерьевна

Студент

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный

факультет, Ульяновск, Россия

E-mail: olga_molostova@mail.ru

Семейные ценности фиксируют в себе те нормы, идеалы, которые составляют культуру межлических отношений и откладываются в многовековом опыте общества его института семьи. Именно эти ценности являются важной составляющей духовно-нравственной основы социальной стабильности. Семейные ценности – это духовно-нравственные ориентиры, социально одобряемые и разделяемые большинством людей, служащие эталоном, идеалом для всех.[2]

Основным транслятором ценностей брака и семьи являются средства массовой информации. В XXI веке мир стал гораздо более зависимым от коммуникации, чем это было ранее; статус социальных групп и отдельных личностей стал определяться местом, которое они занимают в потоках массовой информации.

Семейные ценности, пропагандируемые в СМИ, сопровождают человека всю его жизнь, оказывая значительное влияние на его общее мировоззрение. Молодежь - это социально-демографическая группа; важнейшая составляющая в структуре любого общества, обеспечивающая перспективы его развития и определяющая его будущее. Поэтому влияние массовых коммуникаций на социализацию молодого поколения России в сфере семейных отношений сказывается на выборе модели семейного поведения, изменении состава и функций современных семей.[1] Много проблем в данной области пока еще не охвачено.

Проведенное нами исследование показало, что в целом в отношении к семье сохраняются традиционные ценности, позволяющие осуществлять семейно-родовой способ выживания в социальной среде. На фоне некоторого лидерства ценности «Работа, карьера» (57%), достаточно высокий рейтинг у ориентаций «Создание семьи» (53%) и «Воспитание детей» (39%). Причем процент сторонников ответа «Создание семьи» выше, чем ответов «Материальное благополучие» (47%) и «Самореализация» (28%). Если воспроизвести идеальный образ семьи в сознании молодежи, он будет такой: один или двое детей, брак официально зарегистрирован, поженились в 21-25 лет, первый ребенок появился через полтора года после свадьбы.

Определены препятствия для создания семьи. На первый план выходят материальные трудности: отсутствие собственного жилья и финансовой независимости. В ходе исследования были выяснены также взгляды на причины распада семей. Респонденты выделили физическую измену, неверность, предательство (30%), алкоголь и наркотики (25%) и применение физического насилия (22%). Причем, это мнение практически одинаково как для девушек, так и для молодых людей.

Одновременно в ходе исследования выяснилось, что молодежь достаточно спокойно относится к либеральной модели семьи, а каждый четвертый считает такую модель наиболее приемлемой для себя. Динамика социально-нравственных установок не миновала и половую мораль. Смягчение моральных норм, регулирующих сексуальное поведение,

- очевидный факт. Добрачные половые связи одобрили 38% респондентов, внебрачные половые связи осудили лишь 54%.

Характерной чертой формирования семьи в течение последнего десятилетия был рост числа незарегистрируемых браков, который сопровождается растущим одобрением такого способа совместного проживания, сожительство как брак без регистрации одобрили 46% респондентов.

Что же касается внебрачных детей, то лишь 4% респондентов осуждают женщину, и, безусловно, одобряют любую женщину, родившую ребёнка 12%, подавляющее большинство (60%) ответивших на вопрос одобряют только тех женщин, которые сознательно пошли на рождение ребёнка вне брака. Также было выявлено отношение молодежи к бракам по расчету: большая часть молодежи считает, материальное благосостояние, полученное от брака вполне приемлемым, но чувства важнее расчета (49%).

Как показывают полученные данные, среди всех источников информации о семье и семейной жизни наиболее значительна роль средств массовой информации (61%) и органов государственного управления (56%). Роль СМИ за последние годы значительно выросла.

Однако можно сказать, что СМИ воспринимаются российской молодежью двойственно: преобладает точка зрения, что они заслуживают доверия, но не все. Респонденты получают информацию из нескольких источников одновременно. Особым доверием пользуются следующие СМИ: телевидение (26%), Интернет (21%), радио (17%), пресса (13%). Остальные респонденты ответили «частично доверяю» и «не доверяю».

Материалы первичного социологического анализа позволили сделать вывод, что респонденты распределили места по функциональному назначению СМИ следующим образом: 1 - источник информации, 2 - пропаганда стереотипов образа жизни, 3 - отдых и развлечение. При этом, по мнению опрошенных, СМИ влияют на выбор семейного поведения современной молодежи (40%), частично влияют (43%), никак не влияют (17%).

В настоящее время в России существует ряд негативных явлений, указывающих на кризис семьи: рост числа разводов, снижение рождаемости, нетипичное распределение ролей в семье. Причина кризиса заключается в негативных тенденциях в сфере формирования семейных ценностей молодого поколения россиян. Многие из них стимулируются средствами массовой информации.

Основные черты традиционной семьи демонстрируются в искаженном виде, что говорит о значительных изменениях в сфере брачно-семейных отношений. Прежде всего, это касается полоролевой идентификации и распределения семейных ролей.[3] Также современный образ жизни молодых людей показан в СМИ как эгоцентричный и направленный на достижение собственных целей, чем обуславливается игнорирование ответственности, накладываемой семейными отношениями.

Для снижения отрицательного влияния СМИ на формирование семейных ценностей молодежи необходимо на законодательном уровне ограничить деятельность СМИ, которые ведут антисемейную пропаганду; систематически подвергать общественной экспертизе средства и каналы массовой информации в регионе и муниципальных образованиях; увеличить интенсивность социальной рекламы «семейного» характера, популяризирующей устойчивость семьи и семейного образа жизни.

Литература

1. Короткова А.В. Формирование имиджа семьи под влиянием средств массовой информации. Автореф. дисс. на соис. уч. степ. канд. социол. наук. Москва, 2007.
2. Митрикас А.А. Семья как ценность: состояние и перспективы ценностного выбора в странах Европы // Социологические исследования. 2004. № 5.
3. Рогова А.М. Особенности формирования семейных ценностей у современной российской молодежи // Педагогические науки. 2007. №1.