

УДК 316.343

Влияние СМИ на формирование социокультурных ценностей семьи

З. Х. Коблева¹ ✉

¹ Майкопский государственный технологический университет
ул. Первомайская 191, г. Майкоп 385000, Российская Федерация

✉ e-mail: zureta01@mail.ru

Резюме

Актуальность темы исследования обусловлена появлением серьезного научного интереса к проблемам трансформации семейных ценностей под влияние СМИ на современном этапе. Статья посвящена актуальным вопросам социокультурных ценностей семьи в информационном пространстве. Отмечено, что именно семья является важнейшим социальным институтом общества, устойчивое развитие которой напрямую связано с уровнем стабильности в социально-политической сфере государства. В настоящее время средства массовой информации активно формируют процесс создания поведенческих стереотипов, форм и моделей современной семьи. Анализ механизмов влияния СМИ на социокультурные ценности семьи позволяет выявить новые тенденции в освещении проблем современной российской семьи и формировании ее образа.

Цель данной статьи заключается в необходимости выявления и изучения основных механизмов влияния СМИ на формирование семейных ценностей.

Задачи: изучить основные формы и характеристики семейных ценностей на современном этапе; выявить специфику взаимодействия СМИ на современную семью; показать процесс трансформации образа российской семьи в современном интернет-пространстве.

Методология. В процессе написания статьи были использованы методы системного, структурно-функционального анализа, использованы методы сравнения и наблюдения в процессе изучения социокультурных ценностей семьи на современном этапе.

Результаты. Практическая значимость статьи заключается в использовании положений и выводов в процессе коммуникации между представителями различных социальных групп и культур, а также в создании семейно-информационной политики государства, в формировании социокультурных ценностей семьи при активном содействии средств массовой информации.

Выводы. Социокультурные ценности семьи и традиции прошлого не транслируются в настоящее время автоматически, поскольку изменились условия жизни всего социума и современная семья сталкивается с другими вызовами, чем во времена наших предков. Создание и функционирование семейно ориентированной информационной политики государства станет творческой задачей по формированию положительного образа современной семьи.

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

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Коблева З. Х. Влияние СМИ на формирование социокультурных ценностей семьи // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 3. С. 230–240.

Поступила в редакцию 20.03.2021

Принята к публикации 15.04.2021

Опубликована 30.06.2021

The Influence of the Media on the Formation of Socio-Cultural Values of the Family

Zureta Kh. Kobleva¹ ✉

¹ Maikop State Technological University
191 Pervomayskaya str., Maykop 385000, Russian Federation

✉ e-mail: zureta01@mail.ru

Abstract

The relevance of the research topic is due to the emergence of serious scientific interest in the problems of transformation of family values under the influence of the media at the present stage. The article is devoted to the current issues of socio-cultural values of the family in the information space. It is noted that the family is the most important social institution of society, the sustainable development of which is directly related to the level of stability in the socio-political sphere of the state. At the present time, the mass media actively form the process of creating behavioral stereotypes, forms and models of the modern family. The analysis of the mechanisms of the media influence on the socio-cultural values of the family allows us to identify new trends in the coverage of the problems of the modern Russian family and the formation of its image.

The purpose of this article is to identify and study the main mechanisms of media influence on the formation of family values.

Objectives: to study the main forms and characteristics of family values at the present stage; to identify the specifics of the interaction of the media on the modern family; to show the process of transformation of the image of the Russian family in the modern Internet space.

Methodology In the process of writing the article, methods of system, structural and functional analysis were used, methods of comparison and observation were used in the process of studying the socio-cultural values of the family at the present stage.

Results. The practical significance of the article lies in the use of the provisions and conclusions in the process of communication between representatives of different social groups and cultures, as well as in the creation of family information policy of the state, in the formation of socio-cultural values of the family with the active assistance of the mass media.

Conclusions. The socio-cultural values of the family and the traditions of the past are not automatically translated into the present, since the living conditions of the entire society have changed and the modern family faces different challenges than in the times of our ancestors. The creation and functioning of a family-oriented information policy of the state will become a creative task for the formation of a positive image of the modern family.

Keywords: information space; values; family institution; sociocultural values; mass media; behavior; cultural traditions; modern culture.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kobleva Z. X. The Influence of the Media on the Formation of Socio-Cultural Values of the Family. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2021; 11(3): 230–240. (In Russ.)

Received 20.03.2021

Accepted 15.04.2021

Published 30.06.2021

Введение

В настоящее время сложно представить современное общество без обмена активной коммуникации в информационном пространстве. Представляя собой специфическую сферу, средства массовой информации сегодня достаточно динамичны и осуществляют ак-

тивное 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 социокультурные ценности всего общества.

Одним из важных приоритетов государственной политики является сохранение и укрепление института семьи и семейных ценностей, которые являются важным показателем ценностной системы всего общества, поскольку охватывают разные уровни потребностей – от физиологических до духовных по классификации. В разные исторические периоды семья продолжала свою основную функцию – формирование социальной идентификации и формирование социокультурной идентичности.

Материалы и методы

Анализ существующих исследований по данной теме позволяет сделать выводы о том, что проблема формирования социокультурных ценностей семьи была предметом изучения многих исследователей. Особую роль средств массовой информации в своих исследованиях отмечали Ю. Хабермас и М. Кастельс [1; 2]. Особенности влияния современных СМИ на формирование социокультурных и семейных ценностей общества рассматривали в своих работах А. И. Антонов, В. М. Медков, А. Б. Синельников [3; 4]. В настоящее время степень воздействия средств массовой информации на общество достаточно высокая. При этом следует учесть, что СМИ представляют собой важный элемент в системе массовых коммуникаций, который способен активно формировать общественное мнение, особенно в отношении социально значимых сферах общества, представляющих особую ценностную направленность.

Цель исследования заключается в изучении и выявлении основных механизмов влияния современных средств массовой информации на формирование семейных ценностей.

Результаты и их обсуждение

Отметим, что именно семья является важнейшим социальным институтом общества, устойчивое развитие которой напрямую связано с уровнем стабильно-

сти в социально-политической сфере государства. Именно поэтому приоритет ценностей семьи в современных условиях способствует росту самосознания в обществе, особенно в период трансформации социокультурных и духовных ценностей, и от того, насколько они будут усвоены подрастающим поколением. Огромная роль в процессе продвижения современных социокультурных ценностей семьи принадлежит средствам массовой информации. «Ценностные ориентации формируются многими социальными институтами, в т. ч. средствами телевидения и радио» [5].

Принципиально новые подходы в выстраивании основных подходов к семье как социальному институту, его месту и роли в обществе внесли социально-политические процессы в нашей стране после 2000-х годов. В информационном пространстве стали появляться негативные тенденции в представлении современной российской семьи и о ее предназначении в обществе. Именно поэтому тема образа российской семьи, ее репрезентации через средства массовой информации сегодня остается одной из актуальных в отечественной науке. При этом предметом отдельного изучения становятся принципы осуществления государственной политики по укреплению семьи и семейных ценностей, которые становятся предметом обсуждения в многочисленных изданиях и медиаконтентов.

В условиях развития современного цифрового общества стали стремительно меняться формы и способы коммуникации, предлагающие определенную систему ценностей и образа жизни, которые не всегда вписываются в традиционные модели поведения. Под воздействием средств массовой информации происходит формирование новых образов и примеров для подражания, которые могут сопровождать человека на протяжении всей его сознательной жизни, оказывая серьезное влияние на формирование его

собственного мировосприятия и модели поведения в обществе. Предлагаемые модели и формы поведения со стороны средств массовой информации чаще всего убедительно принимаются людьми как социальные нормы и образ жизни. Картина семьи, транслируемая по различным каналам СМИ, является предметом подражания для многих людей [6, с. 27].

Воздействие современного телевидения на трансформацию социокультурных ценностей семьи очевидна. Мир стал гораздо более зависимым от коммуникации, чем это было ранее. СМИ сегодня – это мощный фактор влияния на людей» [7, с. 188], которые играют важную роль в формировании культурных ценностей личности, преемственности духовных ценностей и традиций различных поколений. Совместный просмотр членов семьи телевизионных каналов при активной демонстрации родителями своих предпочтений способствует формированию духовно-нравственных и семейных ценностей у подрастающего поколения. Такие просмотры телепередач в кругу семьи способствуют созданию определенной психологической атмосферы в семье, формируют чувство единения семьи.

В последнее время на экранах телевизоров можно чаще видеть сюжеты о совместных семейных праздниках, семейных традициях, основанные на принципах взаимного уважения супругов, верности и любви, которые положительно воспринимается зрительской аудиторией. Весьма толерантно современное телевидение освещает и судьбу неполных семей, которые реже транслируются в других средствах массовой информации.

Немаловажным фактором влияния телевидения на современную семью является анализ ее содержательной деятельности и выполняемых им функций. Социальная сфера является тем объектом, на который направлена основная деятельность телевизионной коммуникации, а результатом этой деятельности могут стать изменения в сознании личности.

«С целью удержания аудитории каналы традиционного телевидения предприняли следующие действия:

1) ориентация на рейтинг для всей аудитории, т. е. не только при вещании на традиционную;

2) аудитория с преобладающим способом фонового телеаудиторию, но и на аудиторию в Интернет;

3) оперативное программирование по принципу "здесь и сейчас";

4) стратегическое программирование контента» [8, с. 128-129].

Так, формируется иллюзорная реальность, которая может представлять «угрозу информационно-психологической безопасности личности» [9, с. 118].

Каждый человек, являясь частью современного общества, испытывает на себе серьезное влияние со стороны средств массовой информации, которые носят разнообразный характер по степени воздействия на человека. Говоря о перспективах развития телеиндустрии в России, отметим, что пандемия коронавируса, начавшаяся в феврале-марте 2020 г., привела к резкому росту линейного телевидения и повышению спроса на онлайн-контент» [10, с. 95].

В настоящее время телевидение обладает мощным потенциалом образовательных функций и знакомства зрителей с социокультурными и духовными ценностями других народов, которые отличаются от своих собственных.

Современное телевидение играет огромную роль в формировании социокультурных ценностей, которые довольно часто подвержены манипуляции со стороны определенной части средств массовой коммуникации, осуществляющей непосредственное воздействие на зрителя.

Семейные ценности часто подвергаются манипуляции на различных каналах телевидения. Демонстрируя ценность многодетной семьи в настоящее время, человек может испытывать определенную потребность в этом ценностном объекте, а его отсутствие или невозможность обладания

подобной ценностью ведет к серьезным переживаниям, создавая определенную мотивацию к достижению этой цели.

В этой связи создание определенных образов на экранах современного телевидения с использованием современных интернет-технологий позволяет формировать серьезные запросы со стороны зрителей. Телевидение транслирует образцы и модели поведения людей, которые в дальнейшем в сознании человека начинают выступать ориентиром для их жизни и деятельности. Эти модели могут стать примером для современной молодежи при создании своих собственных семей.

Однако следует заметить, что в настоящее время сцены насилия на экранах телевизора демонстрируются достаточно часто, что способствует повышению уровня преступности среди детей и подростков и очень негативно влияет на сохранение и укрепление семейных ценностей в обществе.

Важно понимать, что телевидение сегодня является самым популярным и доступным средством информации, которое способно удовлетворять интересы различных социальных групп общества. У среднестатистического человека нет возможности каждый день читать периодическую печать, но может посмотреть телевизор. По охвату аудитории телевидение значительно активнее осуществляет свою деятельность, чем другие средства массовой коммуникации, передающие информацию 80 – 90 % населения страны [11, с. 3].

Современное телевидение имеет свои преимущества перед другими средствами массовой информации, прежде всего своей оперативностью и эффектом очевидности при просмотре телевизионных передач, когда у зрителя создается впечатление того, что эти события он видит собственными глазами, а значит, информация носит объективный характер. Условия просмотра телевизионных передач, наличие экрана телевизора, создающий контакт межличностного характера между человеком и те-

левизором создают определенный уровень доверия к просматриваемым передачам. По оперативности передачи информации телевидение может конкурировать и с интернет-изданиями, которые нужно еще искать, т. е. четко знать определенные интернет-порталы, для получения необходимой информации, а телевизор достаточно только включить и выбрать кнопку нужного канала. Следует отметить, что в настоящее время «дискуссионным представляется ранее неоспариваемое утверждение о том, что телевидение является основным источником получения информации о происходящем в мире» [12, с. 57].

Одним из направлений государственной политики по сохранению и укреплению семьи является формирование семейной информационной культуры, обеспечивающей предоставление своевременной и объективной информации. Заметим, что такая информационная культура должна развиваться в ряде направлений, имеющих актуальный статус, способствующий поиску ответов на самые злободневные вопросы. В условиях трансформации традиционных ценностей семьи происходит формирование новых форм и моделей современной семьи, связанных с серьезными изменениями в обществе, которые нашли свое отражение в средствах массовой коммуникации, представляющих свое отношение к происходящим процессам института современной семьи, способствуя формированию определенного образа современной семьи у подрастающего поколения.

Таким образом, современное телевидение формирует свой информационный контент, который создает определенные пристрастия зрительской аудитории. Являясь одним из прогрессивных носителей информации, телевидение имеет точную адресность в каждой передаче и определенный зрительский контингент. Формирование положительного образа семьи, способной решать сложные семейные проблемы, является еще одной задачей современной, информационной культу-

ры, которая будет способствовать сохранению и укреплению социокультурных ценностей семьи нашего общества.

Решение многочисленных проблем современной семьи необходимо искать в плоскости социально-нравственных установок. Именно поэтому понимание и осознание перспектив важности семейных ценностей так необходимо человеку, чтобы создать и сохранить свою семью.

Демонстрация западноевропейских ценностей семьи, которые все чаще стали заполнять наше информационное пространство, не могла дать ответ на многочисленные вопросы, о сохранении традиционных российских ценностей семьи. Принципы и подходы к созданию «образа современной семьи» теперь напрямую зависели от 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 во многих случаях характер и содержание информации не соответствуют социально значимым потребностям и мышлению общества. Несмотря на 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. Поэтому 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 исследовательских работ в области семьи и брака выявили процесс активного воздействия средств и каналов массовой коммуникации на традиционные ценности семьи, связанные с искажением социокультурной значимости института семейных отноше-

ний, формируя положительные образы новых форм и моделей семейно-брачных отношений, выраженные в альтернативных формах брака, набирающих популярность в современных условиях. Многие телевизионные каналы, а также печатные и рекламные издания средств массовой информации сознательно размывают традиционные представления о добре и зле, что в свою очередь способствует появлению серьезных противоречий в принятии общепринятых ценностных установок, отражающихся на сознании подрастающего поколения, для которых «очень важно выстроить правильную систему ценностей, определяющих основное содержание их внутреннего мира» [13, с. 99].

В современных представлениях о семейных ценностях все больше граждан нашей страны высказываются о преимуществе традиционных форм семьи и брака, основанных на союзе мужчины и женщины в статусе официального брака, принципы уважительного отношения к старшим. Все большее распространение получают тенденции, связанные с рождением двух и более детей, которые получают достаточно широкое одобрение со стороны общества. Наряду с этим появление таких новых форм семейных взаимоотношений, как однополые браки и свободные отношения, встречают протест со стороны общественного мнения [14, с. 83].

Чаще всего молодые люди активно используют современные интернет-технологии и рекламные издания, на основе которых формируется отношение к современной семейной культуре, которая не всегда объективно выполняет функции трансляции традиционных семейных ценностей, отдавая предпочтение «новомодным» западным ценностям. Важно отметить, что современные рекламные издания подходят комплексно к изучению и исследованию основных форм традиционной семьи, основанных на устоявшихся ценностных установках, на основе которых выполняется формирование современного образа семьи с доминированием

индивидуальных ценностей над семейными, получивших широкое распространение в молодежной среде. Использование общепринятых норм поведения и ценностей современного общества в рекламной деятельности позволяет сделать вывод о наиболее популярных ценностных предпочтениях в социуме. Особо следует подчеркнуть, что популяризация антисемейной рекламы в условиях современного общества чревато серьезными социальными последствиями, связанными с искажением имиджа современной семьи в глазах подрастающего поколения.

Сегодня в нашем обществе наметилась благоприятная тенденция передачи детей, оставшихся без попечения родителей, в приемные семьи, которые призваны воспитывать детей в семье у приемного родителя-воспитателя [15, с. 49]

В условиях современной приемной семьи оказываются дети, которые в силу определенных причин не удалось усыновить и ли передать под опеку родственникам. Дети, оказавшиеся в приемных семьях, могут испытать чувство принадлежности к семье и свою социальную значимость после пребывания в условиях детского дома, где они были лишены семейного тепла и внимания со стороны родителей. Очень важно на этом этапе создать максимально комфортные взаимоотношения между всеми членами семьи, чтобы восстановить утраченные семейные ценности у ребенка, способствуя формированию положительных эмоций в межличностных взаимоотношениях в семье, способствующие появлению ценности и значимости традиционной семьи у приемных детей. Примечательно, что по состоянию 2020 г. 73 тыс. детей уже находятся в приемных семьях [16, с. 2].

Но существует и другая сторона этой семейной практики. Нередко опекунами детей-сирот становятся люди, чей семейный доход строится исключительно в выплатах опекунам, которых явно недостаточно для воспитания детей в семье.

Следует отдать должное средствам массовой информации, которые часто транслируют по федеральным каналам недобросовестных приемных родителей, которые жестоко обращались с приемными детьми и были лишены опекуна по этой причине. Поэтому одними из важных условий эмоционального благополучия детей в семье являются индивидуальное изучение особенностей каждой семьи и возможность проявления всесторонней заботы о приемном ребенке.

Одной из серьезных проблем современного общества являются семейные конфликты, в основе которых лежат алкоголизм, аморальное поведение членов семьи, отсутствие постоянного места жительства и безработица. Подобные конфликтные ситуации имеют всегда негативные последствия как для семьи, так и для конкретной личности. Неблагоприятная обстановка в семье может передаваться из поколения в поколение как модель и форма поведения в отдельно взятой семье.

Поэтому современная семья, в основе которой лежат традиционные семейные ценности, является барометром социального благополучия нашего общества.

В настоящее время в связи с активным ростом современных интернет-коммуникаций получает широкую популярность информатизация творческих функций человека и эмоционально-личностных отношений, связанных с увеличением количества людей, предпочитающих знакомство и последующее общение посредством современных социальных сетей, свидетельствующих о субкультурном пространстве Интернета [17, с. 269].

В основе таких межличностных коммуникаций лежат определенные цели по созданию современной модели семьи в виртуальном пространстве. «Аудитория Интернета, вступая в сетевое взаимодействие друг с другом, находит реальный общий предмет для приложения общих усилий, образуя реально-виртуальное сообщество» [18, с. 9]. При этом важно от-

метить, что «сетевые, межличностные отношения не являются производением абстракции и фантастики, за компьютером находится реальный человек, существующий, переживающий и именно его эмоции и мысли создают содержание общения» [19, с. 171].

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 подобный вариант общения во многих случаях становится нормой, в результате чего люди избегают реальности, предпочитая живому общению виртуальный вариант диалог, разрушающий элементарные человеческие качества. Следует отметить, что виртуальное общение способствует отсутствию личного контакта в процессе общения, приводя к формированию асоциального человека [20, с. 16].

Во многих социальных сетях активно показывается жизнь известных людей из мира шоу-бизнеса, известных моделей со всеми атрибутами их насыщенной, красивой жизни, сопровождающимися фотографиями и видеофайлами, которые чаще всего не соответствуют обыденной действительности других участников 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 ценности современной семьи является увлечение компьютерными играми, где участники таких виртуальных игр намного активнее общаются с виртуальным человеком, чем с членами своей собственной семьи, что зачастую становится основной причиной серьезных семейных конфликтов. «В широком понимании к проявлениям интернет-аддикции относится не только зависимость от виртуального общения в социальных сетях, но

и пристрастие к азартным Интернет играм, электронным покупкам, пристрастие к сексуальному использованию Интернет» [18, с. 10].

Существенно изменилось и отношение к женщине в средствах массовой информации. Если раньше в массовом сознании был отчетливо закреплён образ женщины как несамостоятельной и зависимой от мужчины, то трансляция по различным телевизионным каналам иностранных сериалов способствовала появлению новых гендерных стереотипов в отношении сильной и самодостаточной женщины.

Часть современных исследователей в области гендерных взаимоотношений уверены, что образ женщины, транслируемый различными каналами и средствами массовой коммуникации, способствует изменениям в системе ценностей российского общества, задает определенный вектор развития культуры, влияет на формирование национального самосознания. Во многих случаях образ современной, успешной женщины связан с осознанной бездетностью, вызванной приоритетом личных интересов и потребностей над ценностью деторождения или рождения ребенка «для себя», формируя образ неполной, материнской модели семьи [21, с. 18].

Выводы

Таким образом, анализ механизмов влияния СМИ на социокультурные ценности семьи позволяет выявить новые тенденции в освещении проблем современной российской семьи, связанные с формированием определенного образа семьи, в средствах массовой коммуникации, которые не всегда носят объективный характер, следуя определенным правилам, сложившимся в современных условиях.

Эти процессы стали не только закономерным результатом в условиях повышенного внимания к проблемам семьи со стороны государства, но и ростом активности самих граждан и объединения усилий по укреплению традиционных семейных ценностей.

Современные средства массовой коммуникации оказывают серьезное воздействие на ценностные установки современной семьи через формирование образов, вызывающих размывание устоявшихся традиционных ценностей семьи. В связи с этим одним из необходимых условий формирования коммуникативной культуры общества в сложившейся ситуации является информационная грамотность, которая призвана в доступной форме показывать гражданам страны, и особенно подросткам и детям, эффективность традиционных форм семьи и семейных ценностей, основанных на нравственно-духовных ценностях.

Следует отметить, что в современных условиях процесс формирования государственной информационной политики должен отражать традиционные семейные ценности, направленные на укрепление и сохранение социокультурных ценностей семьи, пропаганду здорового образа жизни и семейных праздников. Необходимо осуществлять меры, направленные на повышение качества и оптимизации времени трансляции на федеральных и региональных каналах телевидения и радиовещания семейных программ, включая передачи для детей и подростков, направленные на воспитание

семейных ценностей. Отметим, что семья призвана стать местом психологического комфорта, вдохновения, уверенности в себе и завтрашнем дне, поскольку необходимые человеку воспитательные функции семьи невозможно заменить другим социальным институтом

Важной государственной программой должна стать современная семейно-информационная культура, основной задачей которой станет формирование своей собственной информационной среды в контексте укрепления и сохранения семейных ценностей на современном этапе. Одним из направлений такой информационной культуры должен стать поиск ответов на самые злободневные вопросы в сфере ценностных отношений общества и семьи.

Как известно, ценности института семьи невозможно сформировать автоматически в виртуальном пространстве, учитывая характер современных изменений, связанных с трансформацией ценностей современной семьи. Появляется особая необходимость в разработке и создании семейно ориентированной информационной политики государства, которая будет способствовать сохранению традиционных ценностей семьи и формированию положительного образа и социокультурной значимости современной семьи.

Список литературы

1. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие: [пер. с нем.]. СПб.: Наука, 2000. 377 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 606 с.
3. Антонов А. И., Медков В. М. Социология семьи. М.: Издательство Московского университета, 1996. 302 с.
4. Синельников А. Б. Трансформация семьи и развитие общества. М.: КДУ, 2008. 319 с.
5. Усова Г. А. Радиовещание и телевидение как факторы формирования ценностных ориентаций подростков: дис. ... канд. пед. наук. М., 1981. 175 с.
6. Короткова А. В. Формирование имиджа семьи под влиянием средств массовой информации (социологический аспект): дис. ... канд. социол. наук. М., 2007. 27 с.
7. Бодров А. В., Штейман-Шихмартова О. М. Образ семьи, создаваемый средствами массовой информации Пензенской области // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2014. № 4 (12). С. 182–189.
8. Скобелев В. Л. Применение методологии оптимизации отношений обмена с согласованными экономическими интересами субъектов рынка на примере отрасли телевидения // Петербургский экономический журнал. 2017. № 3. С. 127–139.

9. Ильченко С. С. Аксиология «массовой культуры» отечественного телеэфира // Аксиология журналистики: опыт становления новой дисциплины / под общ. ред. В. А. Сидорова. СПб., 2009. С. 118-119.
10. Евменов А. Д., Морщагина Н. А. Состояние и перспективы развития телевизионного рекламного рынка в России // Петербургский экономический журнал. 2019. № 4. С. 88-96.
11. Mediascope опубликовала отчет по исследованию объема зрительской аудитории за 2018 год. URL: <https://mediascope.net/news/1024611/> (дата обращения: 05.02.2021).
12. Корнилова Е. Е., Ревенко А. А. Трансформация предпочтений зрителей в условиях интенсивного развития интернет-технологий и политизации телевидения // Челябинский гуманитарий. 2020. № 2(51). С. 56-68.
13. Гурко Т. А. Трансформация института семьи: постановка проблемы // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 99-100.
14. Лебедь О. Л., Мищенко В. А. СМИ и общественное мнение о современных образах семьи и брака // Вестник Института социологии. 2015. № 4(15). С. 72-92.
15. Семенова Т. Н. Проблема социализации детей-сирот и пути ее решения на региональном уровне // Психолого-педагогическая и социальная поддержка детей и молодежи «группы риска»: состояние, проблемы, перспективы. Кемерово: КРИМК и ПРО, 2006. С. 48-59.
16. Сводные отчеты по форме федерального статистического наблюдения № 103 за 2020 год по России и субъектам Российской Федерации. URL: <http://www.docs.edu.gov.ru> (дата обращения: 09.02.2021).
17. Ажгихина Н. Гендерные стереотипы в современных массмедиа // Гендерные исследования. 2000. № 5. С. 261-273.
18. Хуторной С. Н. Сетевое виртуальное общение и его влияние на межличностные отношения // Современные исследования социальных проблем. 2013. № 6. С. 9.
19. Kuligowski P. Antropologia wspczesnosci. Wiele, wiatw, jedno miejsce. Krakow, 2007. 171 p.
20. Брылевская А. А. Философские аспекты проблемы восприятия образов компьютерной виртуальной реальности // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2009. Т. 2, № 3-1. С. 147-156.
21. Куприянова О. В. Образ женщины в средствах массовой информации в контексте гармонизации российского общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Улан-Удэ, 2009. 24 с.

References

1. Habermas Yu. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie [Moral consciousness and communicative action]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2000. 377 p.
2. Castels M. Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura [The Information Age: Economy, Society and Culture]; ed. by O. I. Shkaratan. Moscow, Higher School of Economics Publ., 2000. 606 p.
3. Antonov A. I., Medkov V. M. Sotsiologiya semey [The sociology of the family]. Moscow, Moscow University Press Publ., 1996. 302 p.
4. Sinelnikov A. B. Transformatsiya sem'i i razvitie obshchestva [Transformation of the family and the development of society]. Moscow, KDU Publ., 2008. 319 p.
5. Usova G. A. Radioveshchanie i televidenie kak faktory formirovaniya tsennostnykh orientatsii podrostkov. Diss. kand. ped. nauk [Radio and television as factors of formation of value orientations of teenagers. Cand. ped. sci. diss.]. Moscow, 1981. 175 p.
6. Korotkova A. V. Formirovanie imidzha sem'i pod vliyaniem sredstv massovoi informatsii (sotsiologicheskii aspekt). Diss. kand. sotsiol. nauk [Formation of the family image under the influence of mass media (sociological aspect). Cand. social sci. diss.]. Moscow, 2007. 27 p.
7. Bodrov A. V. Shteiman-Shikhmartova O. M. Obraz sem'i, sozdavaemyi sredstvami massovoi informatsii Penzenskoi oblasti [The image of the family created by the mass media of the Penza region]. *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve = Models, Systems, and Networks in Economics, Technology, Nature, and Society*, 2014, no. 4 (12), pp. 182-189.
8. Skobelev V. L. Primenenie metodologii optimizatsii otnoshenii obmena s soglasovannymi ekonomicheskimi interesami sub"ektov rynka na primere otrasli televeshchaniya [Application of the

methodology for optimizing the relations of exchange with the agreed economic interests of market subjects on the example of the television broadcasting industry]. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal = St. Petersburg Economic Journal*, 2017, no. 3, pp. 127-139.

9. Ilchenko S. S. Aksiologiya «massovoi kul'tury» otechestvennogo teleefira [Axiology of "mass culture" of the domestic television]. Aksiologiya zhurnalistiki: opyt stanovleniya novoi distsipliny [Axiology of journalism: the experience of the formation of a new discipline]; ed. by V. A. Sidorov. St. Petersburg, 2009, pp. 118-119.

10. Evmenov A. D., Morshagina N. A. Sostoyanie i perspektivy razvitiya televizionnogo reklamnogo rynka v Rossii [The state and prospects of the development of the television advertising market in Russia]. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal = St. Petersburg Economic Journal*, 2019, no. 4, pp. 88-96.

11. Mediascope opublikovala otchet po issledovaniyu ob "ema zritel'skoi auditorii za 2018 god [Mediascope published a report on the study of the volume of the audience for 2018]. Available at: <https://mediascope.net/news/1024611/>. (accessed 05.05.2019)

12. Kornilova E. E., Revenko A. A. Transformatsiya predpochtenii zritelei v usloviyakh intensivnogo razvitiya interent-tekhnologii i politizatsii televideniya [Transformation of audience preferences in the conditions of intensive development of Internet technologies and politicization of television]. *Chelyabinskii gumanitarii = Chelyabinsk Humanitarian*, 2020, no. 2(51), p. 56-68.

13. Gurko T. A. Transformatsiya instituta sem'i: postanovka problemy [Transformation of the family institute: problem statement]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Research*, 1995, no. 10, pp. 99-100.

14. Lebed O. L., Mishchenko V. A. SMI i obshchestvennoe mnenie o sovremennykh obrazakh sem'i [Mass media and public opinion on modern images of the family]. *Vestnik Instituta sotsiologii = Bulletin of the Institute of Sociology*, 2015, no. 4(15), pp. 72-92.

15. Semenkov T. N. Problema sotsializatsii detei-sirot i puti ee resheniya na regional'nom urovne [The problem of socialization of orphaned children and ways of its solution at the regional level]. Psikhologo-pedagogicheskaya i sotsial'naya podderzhka detei i molodezhi "gruppy riska": sostoyanie, problemy, perspektivy [Psychological-pedagogical and social support for children and youth of the "risk group": state, problems, prospects]. Kemerovo, KRIMK i PRO Publ., 2006, pp. 48-59.

16. Svodnye otchety po forme federal'nogo statisticheskogo nablyudeniya № 103 za 2020 god po Rossii i sub'ektam Rossiiskoi Federatsii [Summary reports on the form of federal statistical observation No. 103 for 2020 for Russia and the subjects of the Russian Federation]. Available at: <http://www.docs.edu.gov.ru>. (accessed 09.02.2021)

17. Azhgikhina N. Gendernye stereotipy v sovremennykh mass-media [Gender stereotypes in modern mass media]. *Gendernye issledovaniya = Gender Studies*, 2000, no. 5, pp. 261-273.

18. Khutornoi S. N. Setevoe virtual'noe obshchenie i ego vliyanie na mezhlchnostnye otnosheniya [Network virtual communication and its influence on interpersonal relations]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem = Modern Studies of Social Problems*, 2013, no. 6 (26), p. 9.

19. Kuligowski P. Antropologia wspczesnoci. Wiele, wiatw, jedno miejsce. Krakow, 2007. 171 p.

20. Brylevskaya A. A. Filosofskie aspekty problemy vospriyatiya obrazov komp'yuternoi virtual'noi real'nosti [Philosophical aspects of the problem of perception of images of computer virtual reality]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina = Bulletin of the Leningrad State University named after A. S. Pushkin*, 2009, vol. 1, no. 3-1, pp. 147-156.

21. Kupriyanova O. V. Obraz zhenshchiny v sredstvakh massovoi informatsii v kontekste harmonizatsii rossiiskogo obshchestva. Avtoref. diss. kand. philos. nauk [The image of a woman in the mass media in the context of the harmonization of Russian society. Cand. philos. sci. abstract diss.]. Ulan-Ude, 2009. 24 p.

Информация об авторе / Information about the Author

Коблева Зурет Халидовна, кандидат исторических наук, доцент кафедры философии, социологии и педагогики, Майкопский государственный технологический университет, г. Майкоп, Российская Федерация, e-mail zureta01@mail.ru

Kobleva Zuret Halidovna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of Philosophy, Sociology and Pedagogics, Maykop State Technological University, Maykop, Russian Federation, e-mail zureta_01@mail.ru